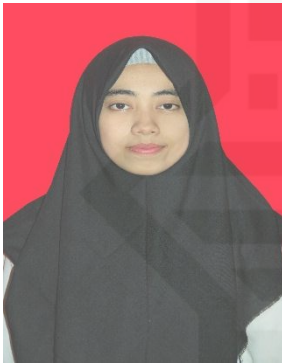


No: skrps/mpi/ftk/Uin.283/22

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DI SEKOLAH  
MENENGAH PERTAMA AL-FARUQI TAMBANG  
KABUPATEN KAMPAR**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana S1  
pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**



Disusun Oleh:

**RITA ANDRIANI**

**NIM. 11810323302**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**PEKANBARU**

**1443 H / 2022 M**

© Hak cipta 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.



UIN SUSKA RIAU

## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul Implementasi Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar yang ditulis oleh Rita Andriani NIM 11810323302 dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqosah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Menyetujui

Ketua Jurusan  
Manajemen Pendidikan Islam

Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag  
NIP. 19700404 199603 2 001

Pekanbaru, 10 Juni 2022  
Pembimbing

Irawati, S.Pd. I, M.Pd.I  
NIK. 130117004

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.

PENGESAHAN

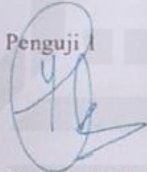
Skripsi dengan judul *Implementasi Strategi Pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Tambang Kabupaten Kampar* yang ditulis oleh Rita Andriani, NIM: 11810323302 telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 24 Dzulkaidah 1443 H / 24 Juni 2022 M. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan (S.Pd) pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam Konsentrasi Administrasi Pendidikan.

Pekanbaru, 12 Dzulhijjah 1443 H

12 Juli 2022 M

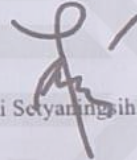
Pengesahan  
Sidang Munaqasyah

Penguji I



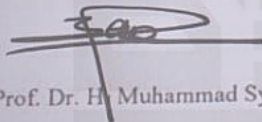
Dr. Yuliharti, M.Ag.

Penguji II



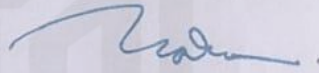
Rini Setyaningsih, M.Pd

Penguji III



Prof. Dr. H. Muhammad Syaifudin, M.Ag

Penguji IV



Nunu Mahnun, S.Ag., M.Pd.

Dekan  
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Dr. H. Kadar, M.Ag

NIP. 19650521 199402 1 001



**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.

Lampiran Surat :  
 Nomor : Nomor 25/2021  
 Tanggal : 13 Juli 2022

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rita Andriani  
 NIM : 11810323302  
 Tempat/Tgl. Lahir : Bagan Ubi, 10 Juni 2000  
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan  
 Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
 Judul Skripsi : “Implementasi Strategi Pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Tambang Kabupaten Kampar”

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila 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, 13 Juli 2022  
 Yang membuat pernyataan



RITA ANDRIANI  
 NIM. 11810323302



## 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 PENGATAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillahirobbil'alamin, sedalam syukur dan setinggi puji penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat dan salam tidak lupa penulis doakan semoga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabiullah, Habibullah Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang penuh pengetahuan.

Dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Implementasi Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar**", merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi semua persyaratan untuk mencapai gelar sarjana pendidikan pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam konsentrasi Administrasi Pendidikan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang tercinta dan terkasih yakni kedua orang tua penulis Ayahanda Muhammad Ali Siregar dan Ibunda Ponimah atas setiap perjuangan, tetesan keringat, serta limpahan do'a guna mendukung penulis meraih cita-cita menyelesaikan studi perkuliahan ini. Selain itu, penulis juga banyak mendapat bantuan baik moril maupun materil. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

**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.

1. Bapak Prof, Dr.Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau bereserta wakil Rektor I Dr.Hj.Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, Wakil Rektor III Edi Erwan S.PT, M.Sc, Ph. D. Yang telah memberikan waktu kepada penulis untuk menuntut ilmu di perguruan tinggi ini.
2. Bapak Dr. Kadar M.Ag. selaku dekan berserta wakil dekan I Dr. Zarkasih, M.Ag, Wakil Dekan II Dr. Zubaidah Amir MZ., S.Pd., M. Pd, Wakil Dekan III Dr. Amirah Diniaty, M. Pd., Kons.
3. Bapak Dr.Hj.Yuliharti M.Ag selaku ketua jurusan manajemen pendidikan islam berserta bapak Dr.Drs Mudasir M,Pd selaku sekretaris jurusan manajemen pendidikan islam.
4. Ibu Irawati, M.Pd selaku pembimbing skripsi sekaligus penasehat akademik (PA) yang membimbing penulis selama belajar di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta banyak memberikan bantuan, arahan dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis dari awal hingga selesainya penulisan skripsi
5. Bapak Umar Faruq, M.Pd selaku pemilik Yayasan Al-Faruqi yang telah menerima penulis untuk meneliti di Sekolah Menengah Al-Faruqi Kampar.
6. Bapak ibu dosen dan seluruh staf akademik yang telah mendidik dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam Adminitrasi Pendidikan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Eka Syahputra, M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Al-faruqi Kampar

**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.

8. Bapak Supianto, S.Pd selaku kepala tata usaha SMP Al-Faruqi yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam urusan surat menyurat
9. Untuk tersayang adik Silvia Isra Maharani yang telah banyak memberikan semangat serta bantuan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segera
10. Untuk para sahabat tercinta halbac yaitu Astri Fatriza, Dewi Sartika, Lufia Romenza, Risna Linda, Syahwani Putri, Nadia Ulfa, Rindang Alam dan Murniati yang selalu membantu, menyemangati dan memberi motivasi serta menendengarkan keluh kesah kepada penulis baik secara becanda maupun serius, kalian sahabat sekaligus keluarga terbaik.
11. Untuk teman laki-laki penulis Aqshol Al-Fahrozi yang telah banyak membantu dan memberikan semangat
12. Teman-teman AP dan BK angkatan 2018 terkhusus AP 8C Angkatan 2018 tanpa terkecuali, yang telah menjadi keluarga kecil bagi penulis sejak pertama menapaki dunia perkuliahan, yang selalu memberikan motivasi, semangat, canda, tawa, kerja sama dan dukungan moril lainnya selama penulis menyelesaikan studi di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Konsentrasi Administrasi Pendidikan.
13. Kepada teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Balai Jaya 2021, yang telah memberikan pengalaman terbaik serta memberikan pembelajaran pada penulis untuk menghargai satu sama lain dan dapat menahan diri untuk dapat menerima mendengar serta menerima pendapat orang lain, kalian merupakan keluarga kecil penulis.



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.

14. Rekan Program Pengalaman Lapangan (PPL) SMAN 3 Pekanbaru dan kepada seluruh teman-teman yang telah membantu, mendo'akan, mendukung, menasehati, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

15. Untuk teristimewa dan terpenting dalam hidup ayahanda Muhammad Ali Siregar dan ibunda tercinta Ponimah yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus dan yang selalu mendoakan mendidik penulis dari kecil hingga dewasa ini.

16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua dukungan dan bantuan untuk kesuksesan penulis

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan untuk segala dorongan dan dukungan serta doa yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dari berbagai pihak. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis.

Pekanbaru, 24 Juni 2022

Penulis

**Rita Andriani**  
**NIM. 11810320669**



## PERSEMBAHAN

*Allah, Dialah yang menciptakan kamu dari keadaan lemah, kemudian Dia menjadikan (kamu) sesudah keadaan lemah itu menjadi kuat, kemudian Dia menjadikan (kamu) sesudah kuat itu lemah (akembali) dan beruban. Dia menciptakan apa yang dikehendaki-Nya dan Dialah Yang Maha Mengetahui Lagi Maha Kuasa. (QS AR RUM: AYAT 54)*

*Allahndusillah, bersyukur atas rahmat serta hidayah dan karuniamu yang telah memberikan keberhasilan sehingga di detik ini penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah. Semoga ini bisa menjadi hambamu untuk terus bersujud dan bersyukur kepada mu.*

*Shalawat beserta salam tetap terurahkan kepada inspirasiku yang terbaik di dunia yaitu Rgsulusallah SAW, rindu kami selalu akan budi pekerti dan wajah mulia mu, alangkah bahagianya hidup ini bila berjumpa engkau ya Rgsulusallah.*

*Ku persembahkan karya ini untuk keluarga ku dengan segenap rasa cinta, hormat, dan bakti ku kepada yang tercinta ayahnda Muhammad Athi Siregar, Ibunda Penimah, adikku Silvia Isra Maharani bungsu kami tersayang. Semua jasa jasa ayah dan ibu, berkat doa dan dukungan ayah dan ibu siang dan malam, mendengarkan keluh kesah dan tangis, akhirnya putri sulungmu menyelesaikan perguruan tinggi di Universi tas Negeri 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.

## MOTTO

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”*

( Al-Qur’an Surat Ar-Ra’d ayat 11)

*"Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti.*

*Menarilah bagaikan tak seorangpun sedang menonton."*

( Marthin Luther King)

*“Hiduplah Seperti Mutiara yang berkilau dimanapun tetapi tetap merendah”*

( Penulis)

## ABSTRAK

### **Rita Andriani, (2022) : Implementasi Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar**

Penelitian ini mengkaji tentang Implementasi Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana implementasi Strategi Pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar, 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah kepala sekolah dan wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar sebagai informan inti dan 1 orang kepala tata usaha sekolah, 1 orang tim HRD, 5 orang wali murid serta 4 orang siswi sebagai informan pendukung. Objek dalam penelitian ini adalah implementasi strategi pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar. Kemudian data penelitian diperoleh dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Melalui Teknik Analisa data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar dalam penerapannya yaitu sudah sesuai dengan semestinya, yakni dengan perencanaan strategi pemasaran dengan menggunakan identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan pelayanan lembaga pendidikan dengan baik. Faktor Penghambat dalam implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar adalah diperizinan pada saat memasukan surat izin promosi terdapat sekolah yang tidak menerimanya. Faktor Pendukung dalam implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar yaitu menggunakan relasi, relasinya adalah orang tua santri dan para santri untuk membantu promosi. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa saran yang perlu dilakukan dalam mempertahankan kesetabilan strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar yaitu dengan menggunakan semua perencanaan strategi pemasaran dalam menunjang proses pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar, kepada kepala sekolah dan juga seluruh mengevaluasi promosi yang sudah berjalan.



## ABSTRACT

### **Rita Andriani, (2022): The Implementation of Marketing Strategy at Junior High School of Al-Faruqi Kampar**

This research investigated about the implementation of marketing strategy at Junior High School of Al-Faruqi Kampar. The research problems were 1) how the implementation of marketing strategy was, 2) what supporting and obstructing factors influencing in increasing marketing strategy at Junior High School of Al-Faruqi Kampar. It was a descriptive qualitative research. The main informants of this research were the principal and the vice of public relations, and the supporting informants were 1 head of school administration, 1 HRD (human resource development) team, 5 guardians of students and 4 students. The object of this research was the implementation of marketing strategy at Junior High School of Al-Faruqi Kampar. Observation, interview, and documentation were used for collecting the data. The data were analyzed by using reduction, presentation, and conclusion. The findings of this research showed that the implementation of marketing strategy at Junior High School of Al-Faruqi Kampar was in accordance with the proper way: planning a marketing strategy by using market identification, segmentation, product differentiation, marketing communications and educational institutions properly services. The obstructing factors in implementing of marketing strategies at Junior High School of Al-Faruqi Kampar were the permission when entering the promotion permit, there were schools that did not accept it. The Supporting factors in implementing of marketing strategies at Junior High School of Al-Faruqi Kampar were using relationships, the relationships were the parents of students and students to help promote. Based on the results of this research, there were several suggestions that need to be made in maintaining the stability of the marketing strategy at Junior High School of Al-Faruqi Kampar: using all marketing strategy planning in supporting the marketing process, to the principal and also evaluating all promotion which is already running.

UIN SUSKA RIAU



## ملخص

ريتا أندرياني، (٢٠٢٢): تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسي لمدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر

يبحث هذا البحث في تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسي لمدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر. أسئلة البحث هي: (١) كيف يتم تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسي لمدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر، (٢) ما هي العوامل الداعمة والمثبطة في تحسين تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسي لمدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر. هذا النوع من البحث وصفي نوعي. المخبرون في هذا البحث هم المدير، ونائب المدير في قسم العلاقات العامة في مدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر كمخبرين أساسيين، ورئيس واحد لإدارة المدرسة، وعضو من فريق تنمية الموارد البشرية، وه أولياء أمور التلاميذ، و٤ تلميذات كمخبرين داعمين. موضوع هذا البحث هو تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسي لمدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر. بيانات البحث التي تم الحصول عليها باستخدام الملاحظة، والمقابلة، والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات باستخدام جمع البيانات، وتقليل البيانات، وعرض البيانات، والاستنتاج. تشير نتائج البحث إلى أن تنفيذ إستراتيجية التسويق المدرسي لمدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر في تطبيقها يتوافق مع ما ينبغي أن يكون عليه، أي من خلال التخطيط لإستراتيجية التسويق باستخدام تحديد السوق، وتجزئة السوق، وتمايز المنتجات، والاتصال التسويقي، وخدمة جيدة للمؤسسة التعليمية. العامل المثبط في تنفيذ إستراتيجية التسويق في مدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر هو الإذن عند دخول تصريح الترقية، فهناك مدارس لا تقبله. العوامل الداعمة في تنفيذ إستراتيجية التسويق في مدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر تستخدم العلاقات، والعلاقات هم أولياء أمور التلاميذ والتلاميذ للمساعدة في الترويج. بناء على نتائج البحث، هناك العديد من الاقتراحات التي يجب القيام بها للحفاظ على استقرار إستراتيجية التسويق في مدرسة الفاروقي المتوسطة كمفر، وهي استخدام جميع تخطيط إستراتيجية التسويق في دعم عملية التسويق في الفاروقي، للمدير، وتقييم جميع الترتيبات التي يتم تشغيلها بالفعل.



SUSKA RIAU

- 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.

## DAFTAR ISI

<b>PESETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	4
C. Penegasan Istilah .....	4
D. Permasalahan .....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Strategi Pemasaran Pendidikan .....	9
B. Pemasaran Jasa Pendidikan .....	17

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.

C. Perencanaan Penerimaan Peserta Didik Baru .....	21
D. Hubungan Masyarakat .....	23
E. Penelitian Relevan .....	27
F. Proposisi .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu.....	34
C. Subjek dan Objek.....	34
D. Informan Penelitian.....	35
E. Teknik Analisis Data.....	36
F. Validasi Data.....	37
G. Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	42
B. Penyajian Data .....	54
C. Analisis Data .....	86
D. Pembahasan .....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>98</b>
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

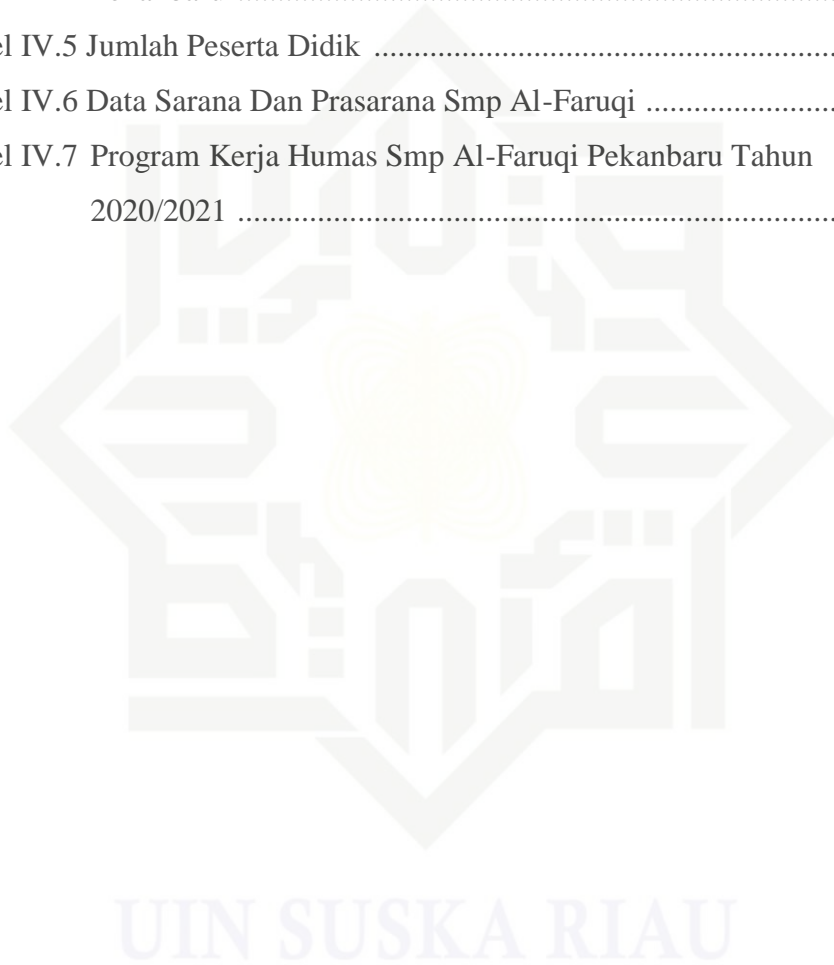
UIN SUSKA RIAU

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.

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Satuan Pendidikan .....	35
Tabel IV.2	Klasifikasi Peringkat Akreditasi .....	45
Tabel IV.3	Struktur Organisasi Al-Faruqi Junior High School SMP Al-Faruqi .....	46
Tabel IV.4	Data Guru dan Tenaga Kependidikan Smp Al-Faruqi Pekanbaru .....	48
Tabel IV.5	Jumlah Peserta Didik .....	49
Tabel IV.6	Data Sarana Dan Prasarana Smp Al-Faruqi .....	50
Tabel IV.7	Program Kerja Humas Smp Al-Faruqi Pekanbaru Tahun 2020/2021 .....	52







## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Wawancara .....	102
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Dan Coding Data Kualitatif .....	111
Lampiran 3	Pedoman Observasi .....	128
Lampiran 4	Hasil Observasi .....	129
Lampiran 5	Surat keterangan izin melakukan prariset .....	130
Lampiran 6	Surat keterangan rekomendasi .....	131
Lampiran 7	Surat keterangan izin melakukan riset .....	132
Lampiran 8	Surat keterangan rekomendasi .....	133
Lampiran 9	Surat keterangan balasan prariset .....	134
Lampiran 10	Pedoman wawancara .....	135
Lampiran 11	Surat Keterangan Bimbingan Skripsi .....	136
Lampiran 12	Cover acc Munaqasyah .....	137
Lampiran 13	Dokumentasi Wawancara .....	138
Lampiran 14	Website Smp Al-Faruqi Kampar .....	140
Lampiran 15	Youtube Smp Al-Faruqi Kampar .....	141
Lampiran 16	Facebook Smp Al-Faruqi Kampar .....	142
Lampiran 17	Instagram Smp Al-Faruqi Kampar .....	143
Lampiran 18	Brosur Smp Al-Faruqi Kampar .....	144
Lampiran 19	Road Show .....	145
Lampiran 20	.....	146
Lampiran 21	.....	147
Lampiran 22	.....	148
Lampiran 23	.....	149



## 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.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pemasaran dalam dunia pendidikan menjadi persaingan yang tidak dapat dielakan lagi, sehingga sebuah lembaga pendidikan yang kurang dalam pemasaran akan ditinggal oleh pelanggannya dengan demikian dapat mengakibatkan terjadinya penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. Karena minimnya promosi dalam pemasaran mengakibatkan sedikit jumlah peminat di sebuah sekolah dan tidak dikenal pada kalangan masyarakat. Sebab dalam mempertahankan eksistensi suatu lembaga diperlukan promosi secara maksimal, sehingga dapat menarik pelanggan.

Lembaga pendidikan merupakan tempat berlangsungnya proses pendidikan yang dilaksanakan dengan tujuan agar dapat merubah tingkah laku setiap individu menjadi kepribadian yang lebih baik lagi dengan berinteraksi pada lingkungan sekitar.<sup>1</sup> Dalam suatu lembaga pendidikan perlu adanya pemasaran terhadap lembaga, sehingga dalam hal ini wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat sangat berperan penting.

Humas dapat didefinisikan sebagai fungsi manajemen dalam setiap organisasi atau lembaga untuk menolong, meningkatkan dan menjaga citra dari organisasi atau lembaga sehingga dapat menimbulkan saling pengertian antara organisasi dan publiknya yang berujung pada adanya dukungan dan kerja sama.

---

<sup>1</sup>Ibrahim Bafadhol, "Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia", *Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 06, No. 11 (2017), h. 59–72.

Humas berfungsi untuk memberikan suatu pengertian, masukan, pelayanan, kepercayaan, informasi baik, dari dan untuk publik. Semua itu bertujuan untuk terjalinnya suatu hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan masyarakat.<sup>2</sup>

Wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat sangat berperan penting dalam pemasaran sekolah, terlebih lagi pada era globalisasi yaitu media social telah banyak ada disekitar kita. Oleh karena itu persaingan dalam pendidikan tidak dapat dihindari lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggal pelanggannya sehingga dalam beberapa tahun belakangan integrasi dari beberapa lembaga pendidikan. Oleh karena itu sekolah dituntut kreatif dalam menggali berbagai keunggulan dan keunikan sekolahnya agar diminati dan dibutuhkan pada pelanggan jasa pendidikan. Untuk dapat bersaing dengan sekolah lainnya sangat penting pemasaran dibidang pendidikan.

Pemasaran dapat diartikan suatu proses sosial dan manjerial baik dalam kelompok maupun individu untuk memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan atau mempertukarkan jasa atau produk dengan pihak lain. Menurut Kotler, “pemasaran merupakan usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui proses pertukaran”.<sup>3</sup>

Berkenaan dengan pemasaran dalam pendidikan yang paling berpengaruh yaitu pada perencanaan strategi pemasaran dan saat penerimaan

<sup>2</sup> Wina Puspita Sari dan Asep Soegiarto, “Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan”, *Jurnal Communicology*, Vol. 7, No. 1 (2019), h. 47

<sup>3</sup> M. Munir, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”, *Intizam:Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2 (2018), h. 78–94.



peserta didik baru (PPDB). Penerimaan peserta didik baru adalah sebagian proses yang ada di instansi pendidikan yang berguna untuk merekrut calon peserta didik baru sesuai dengan syarat dan kriteria yang sudah ditentukan oleh setiap sekolah untuk menjadi peserta didiknya. Secara umum proses PPDB dilaksanakan melalui tahap pendaftaran, tes seleksi, dan pengumuman penerimaan peserta didik.<sup>4</sup> Maka dari itu dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru sangat diperlukan strategi, agar dapat menarik pelanggan.

Dalam sebuah strategi perlu adanya pemasaran seperti dalam pemasaran jasa pendidikan untuk setiap sekolah. Menurut Lockhart disebutkan lima faktor yang mendorong munculnya pemasaran jasa pendidikan, yaitu:

1. Meningkatnya kompetensi
2. Perubahan demografi
3. Ketidakpercayaan masyarakat
4. Keterbatasan sumber daya.<sup>5</sup>

Terkait dengan pemaparan di atas pada saat pengamatan awal (studi pendahuluan) penulis menemukan fenomena dilapangan terhadap kesenjangan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat sebuah sekolah yang baru berdiri dalam waktu tiga tahun namun pemasaran dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) sangat meningkat

<sup>4</sup> Johni S. Pasaribu, "Penerapan Framework YII pada Pembangunan Sistem PPDB SMP BPPI Baleendah Kabupaten Bandung", *Jurnal Ilmiah Teknologi Terapan*, vol. 3, no. 2 (2017), h. 154-163

<sup>5</sup> Nur Aminatus Sholicha dan Karwanto, "Strategi Pemasaran Sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya", *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 1, No. 2, (2018),h.1-9

2. Perkembangan yang begitu meningkat bermula dari pendaftaran untuk tahun awal hanya ada sekitar 13 orang peserta didik yang mendaftar, lalu pada pendaftaran tahun kedua ada sekitar 40 orang peserta didik yang mendaftar dan ditahun ketiga mencapai sekitar 78 orang peserta didik yang mendaftar.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Implementasi Strategi Pemasaran di SMP Al-Faruqi”.

## B. Alasan Memilih Judul

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Strategi Pemasaran di SMP Al-Faruqi Kubang dengan melihat beberapa alasan, yaitu:

1. Persoalan-persoalan yang dikaji dalam judul sesuai dengan bidang ilmu yang penulis pelajari, yaitu Manajemen Pendidikan Islam
2. Lokasi penelitian terjangkau oleh peneliti di Jl. Kubang Raya No. 27, Kualu, Kec. Tambang, Kabupaten Kampar
3. Penulis mampu mengkaji masalah-masalah yang ada dalam judul

## C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memilih judul penelitian, maka perlu adanya penegasan istilah yaitu:

1. *Philip Kotler dalam Nur Kholis* mengemukakan bahwa strategi adalah penempatan misi suatu organisasi dengan mengingat kekuasaan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan Teknik tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat sehingga tujuan



dan sasaran organisasi akan tercapai.<sup>6</sup> Jadi menurut peneliti, strategi adalah proses atau pola yang dipakai untuk penetapan sasaran dan tujuan dalam jangka pendek, menengah maupun jangka Panjang.

2. *American Marketing Association dalam Ari Stiyaningrum* menyatakan definisi pemasaran adalah kinerja dari kegiatan bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa kepada para pelanggan dan pemakai.<sup>7</sup> Menurut penulis pemasaran adalah mempromosikan suatu produk atau layanan jasa kepada konsumen.
3. Menurut Stanton strategi pemasaran yakni suatu hal yang mencakup keseluruhan system yang berkaitan dengan tujuan perencanaan dan penetapan harga produk hingga pemasarannya. Serta untuk mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan pembeli aktual dan potensial.<sup>8</sup> Jadi menurut penulis adalah pengambilan keputusan mengenai biaya, bauran pemasaran dan alokasi yang terkait dengan kondisi lingkungan yang kita harapkan dari kondisi persaingan.
4. Menurut Omar Muhammad Al-Toumy Al-Syaibani, pendidikan merupakan proses mengubah tingkah laku individu, pada kehidupan pribadi, masyarakat, dan alam sekitarnya, dengan cara pengajaran sebagai suatu aktivitas asasi dan sebagai profesi diantara profesi-profesi asasi dalam

<sup>6</sup> Nur Kholis, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Sidoarjo: CV. Cahaya Intan XII). Hlm, 5

<sup>7</sup> Ari Setyaningrum, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2015). Hlm.

6

<sup>8</sup> Nyla Farida Yulianingsih & Riki Dwi Saputro, "Strategi Pemasaran Jasa Teknisi". *Jurnal Mahasiswa Manajemen UNITA*, Vol. 1 No. 1, 2022, hlm. 36



masyarakat.<sup>9</sup> Jika dilihat dari konsep pemasaran, pendidikan dapat didefinisikan sebagai produk jasa yang tidak berwujud tetapi kebutuhan konsumen dapat terpenuhi melalui proses dengan menggunakan produk fisik maupun tidak.

## D. Permasalahan

### 1. Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan implementasi strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi Kubang, terdapat beberapa kajian yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Strategi Pemasaran Wakil Kepala Sekolah Bagian Humas di SMP Al-Faruqi
- b. Faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi
- c. Bagaimana diferensi produk produk dalam pemasaran di SMP Al-Faruqi?
- d. Produk (*product*) apa saja yang ditawarkan di SMP Al-Faruqi
- e. Promosi yang dilakukan oleh SMP Al-Faruqi
- f. Penerapan harga (*price*) di SMP Al-Faruqi
- g. Tempat (*place*) yang diberikan oleh SMP Al-faruqi
- h. Strategi persaingan di SMP Al-faruqi

<sup>9</sup> Abbudin Nata, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Kencana Pradana Media Grup, 2011), hlm. 6



## 2. Batasan Masalah

Untuk mempermudah penelitian agar lebih terarah dan mencapai sasaran dari segi biaya dan waktu, maka penulis membatasi masalah yaitu: Implementasi Strategi Pemasaran di SMP Al-Faruqi Kampar.

## 3. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus penelitian ini adalah Implementasi Strategi Pemasaran di SMP Al-Faruqi Pekanbaru. Dan pertanyaan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana implementasi Strategi Pemasaran di SMP Al-Faruqi Kampar?
- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi Kampar?

## E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian inii adalah:

- a. Untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi.

### 2. Manfaat Penelitian

#### a. Teoretis

- 1) Bagi Sekolah: sebagai informasi bagi SMP Al-Faruqi tentang Implementasi Strategi Pemasaran di SMP Al-Faruqi





- 2) Bagi Peneliti: sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) untuk mendapatkan gelar S.Pd. pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam konsentrasi Administrasi Pendidikan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
- 3) Bagi Peneliti Lain: sebagai acuan dan masukan untuk penelitian selanjutnya tentang strategi wakil kepala sekolah bagian humas dalam peningkatan penerimaan peserta didik baru

**b. Praktis**

- 1) Bagi Sekolah: diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi kepala sekolah, guru dan pihak sekolah dalam implementasi strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi Kampar
- 2) Bagi Peneliti: dapat menambah wawasan keilmuan penulis dalam bidang dalam implementasi strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi Kampar

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.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Strategi Pemasaran Pendidikan

##### 1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “strategia” yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, politik, ekonomi, sosial-budaya) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.

John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang

memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.<sup>10</sup>

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*pattern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*).

a. Strategi adalah Perencanaan(*Plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

b. Strategi adalah Pola(*Pattern*)

Menurut Mintzberg strategi adalah pola, yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*”, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “*realized strategy*” karena telah dilakukan oleh perusahaan.

c. Startegi adalah Posisi (*Position*)

Yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu kesatu titik bidik di mana produk tertentu bertemu dengan



pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah Perspektif (*Perspective*)

Jika dalam kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam perspektif cenderung melihat ke dalam yaitu kedalam organisasi.

e. Strategi adalah Permainan (*Play*)

Menurutnya strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.<sup>10</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran

Kata pemasaran sudah tidak asing untuk didengar, pengertiannyapun sudah banyak didefinisikan oleh berbagai ahli. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.<sup>11</sup>

Pemasaran pada dasarnya adalah aktivitas perusahaan kreatif yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, produksi, dan jasa dalam pertukaran bahwa

<sup>10</sup> Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2011), 125-126

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1*, Terj. (Jakarta: Prenhallindo, 2016), h. 6



kebutuhan tidak hanya memenuhi pelanggan saat ini tetapi juga mengantisipasi dan menciptakan kebutuhan masa depan mereka pada keuntungan. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.<sup>12</sup>

Dapat disimpulkan strategi pemasaran adalah rencana rencana terpadu dan bersifat menyeluruh di bidang pemasaran yang memberikan panduan mengenai kegiatan yang hendak dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Dengan demikian, yang dimaksud strategi pemasaran pendidikan adalah penentuan tujuan dan sasaran kegiatan dalam bentuk promosi untuk mendistribusikan jasa layanan pendidikan demi menarik minat peserta didik dan mempertahankan pelanggan.

Kotler dan Fox menyatakan bahwa dalam pemasaran pendidikan perlu merunut pada perencanaan strategi yang menekankan pada program dan pemasaran. Berikut terdapat beberapa bagian utama dari pemasaran pendidikan yaitu:

a. Ringkasan eksekutif

Tujuan ringkasan eksekutif yaitu menampilkan ringkasan singkat mengenai rencana yang ditawarkan guna untuk pelaksanaan pengelolaan.

b. Sitlingkungan makro.

c. Analisis isu dan peluang

<sup>12</sup> Ara Hidayat & Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan; Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah* (Yogyakarta: Penerbit Kaukaba, 2012), h.223



Mengidentifikasi peluang atau ancaman utama, kelemahan dan kekuatan, serta masalah yang dihadapi lembaga/program.

d. Sasaran

Sasaran adalah perencanaan tujuan yang akan dicapai dalam penerimaan, peningkatan mutu, sumbangan dan lainnya

e. Strategi pemasaran

Menampilkan pendekatan pemasaran dengan luas yang akan digunakan mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

f. Program Pelaksanaan

Berisi jawaban mengenai hal apa yang akan dilakukan lembaga, kapan memulai kegiatan, dan berapa dana yang dibutuhkan.

g. Pembiayaan

Perkiraan dana, rincian pembiayaan serta pengeluaran lainnya.

h. Pengawasan

Mengidentifikasi bagaimana pelaksanaan dan perencanaan yang akan diamati.<sup>13</sup>

### 3. Indikator Pemasaran

Tujuh unsur dalam bauran pemasaran pendidikan saling berhubungan dan bergantung satu sama lain dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya. Unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran yaitu:

<sup>13</sup> Mukhtar latif, & Suryawahyuni, *Teori Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h.223-224



a. Produk (*product*) jasa pendidikan.

Produk segala sesuatu yang ditawarkan untuk dijual. Produk dalam arti luas, meliputi produk fisik, servis/jasa, tempat, ide, rights (hak paten).<sup>13</sup> Produk juga dapat diartikan dengan sesuatu yang dihasilkan dari sebuah proses yang dapat menghasilkan kepuasan atau manfaat bagi seorang pengguna atau pembeli yang dapat ditawarkan ke pasar dan akan mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian. Produk dalam konteks jasa pendidikan berupa reputasi, prospek, variasi pilihan dan mutu pendidikan yang baik.

b. Harga (*price*) jasa pendidikan.

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga jasa pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga seperti SPP, investasi bangunan, biaya laboratorium dan lain-lain.

c. Lokasi (*place*) jasa pendidikan.

Tempat berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa bermarkas dan melakukan aktivitasnya. Dalam konteks jasa pendidikan tempat merupakan lokasi lembaga pendidikan berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan dengan lokasi sekolah yang dekat pemakaman, dikenal angker dan lain-lain. Dalam pemasaran jasa



pendidikan, pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi mudah dijangkau sarana transformasi umum
- 2) Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
- 3) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyaknya orang yang berlalu-lalang dapat memberikan peluang besar implus buying dan kepadatan serta kemacetan lalu lintas dapat menjadi hambatan
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman
- 5) Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari
- 6) Lingkungan, daerah sekitar mendukung terhadap jasa yang ditawarkan
- 7) Persaingan, lokasi pesaing tidak terlalu dekat dengan lembaga pendidikan yang menawarkan jasa apalagi dengan jasa pendidikan yang hamper sama
- 8) Peraturan pemerintah, disesuaikan dengan Peraturan pemerintah yang berlaku

d. Promosi (*promotion*) jasa pendidikan.

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk di pasaran dan berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan





manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara advertising (iklan), melalui media TV, radio, surat kabar, bulletin, majalah, baliho, brosur dan lain-lain.

e. Sumber daya manusia (*people*) jasa pendidikan.

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan. seperti kepala sekolah beserta wakilnya, Tata Usaha (TU), guru dan karyawan (laboran, pustakawan dan lain-lain). Orang-orang ini adalah yang terlibat dalam menyediakan jasa. Orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Sumber daya tenaga pendidik dan tenaga kependidikan sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada siswa dalam lembaga pendidikan.

f. Bukti fisik (*physical evidence*) jasa pendidikan.

Bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana jasa pendidikan disampaikan kepada konsumen dan merupakan tempat dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen dan di dalamnya terdapat komponen-komponen berwujud (nyata) yang akan memfasilitasi kinerja atau proses komunikasi dari suatu jasa. Dengan demikian dapat dipahami bahwa bukti fisik merupakan sarana prasarana pendidikan, seperti ruang belajar, tempat olahraga, tempat ibadah, perpustakaan, laboratorium dan lain-lain.



g. Proses (*process*) jasa pendidikan.

Proses adalah segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) guna terbentuknya produk atau lulusan (*output*) yang diinginkan.

## B. Pemasaran Jasa Pendidikan

Jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan *output* selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya. *Kotler* merumuskan jasa adalah segala aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

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:

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa bersifat *intangibility*, artinya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.



2. *Inseparability* (tidak terpisahkan). Jasa bersifat *Inseparability*, artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan yang menghasilkannya;
3. *Variability* (bervariasi). Jasa bersifat *variability*, artinya jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan;
4. *Perishability* (mudah musnah). Jasa bersifat *perishability*, artinya jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.<sup>14</sup>

Jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan ragam kriteria. (*Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono*) jasa dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifat Tindakan jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible action* dan *intangibile actions*), sedangkan sumbu horizontalnya adalah penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan

Jasa dikelompokkan dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan dan hubungan temporer), sedangkan sumbu horizontalnya adalah sifat penyampaian jasa

<sup>14</sup> Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah", *Jurnal Madaniyah*, Vol 7 No. 2, 2017. Hlm. 264-265



(penyampaian secara berkesinambungan/kontinyu dan penyampaian diskret).

3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa

Jasa diklasifikasikan berdasarkan dua sumbu utama, yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan rendah) dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran

Jasa diklasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti permintaan puncak biasanya melampaui penawaran), sedangkan sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah).

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa, perusahaan jasa mendatangi pelanggan, serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik), sedangkan



sumbu horizontalnya adalah ketersediaan outlet jasa (*single site* dan *multiple sites*).<sup>15</sup>

Bauran pemasaran atau (*marketing mix*) dalam jasa merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk Menyusun strategi jangka Panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Penyusunan komposisi unsur-unsur bauran pemasaran dalam rangka pencapaian tujuan organisasi dapat dianalogikan dengan juru masak yang meramu berbagai bahan memasak menjadi hidangan yang bergizi dan nikmat. Proses meramu bahan yang dilakukan pemasar dan juru masak memiliki kesamaan, yaitu sama-sama merupakan perpaduan antara ilmu pengetahuan (*science*) dan seni (*art*). Dengan demikian, unsur pengalaman, kompetensi, pengetahuan, dan kreativitas memainkan peranan penting dalam menunjang kesuksesan pemasar maupun juru masak.<sup>16</sup> Begitu pula jika dikaitkan dalam pemasaran jasa Pendidikan, perlu adanya unsur pengalaman, kompetensi, pengetahuan, dan kreativitas memainkan peranan penting dalam menunjang kesuksesan.

Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskannya. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2014). Hlm.34

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm.41



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. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikan mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan di masa yang akan datang.

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan ‘*need and want*’ pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>17</sup>

### C. Perencanaan Penerimaan Peserta Didik Baru

PPDB adalah kegiatan penerimaan dan seleksi calon peserta didik pada suatu sekolah. Seleksi ini berkaitan dengan kemampuan akademik dan bakat minat terhadap jenjang pendidikan ke arah tujuan yang diinginkan. Penerimaan Peserta Didik Baru merupakan proses seleksi akademis calon siswa untuk menuju jenjang pendidikan yang lebih tinggi. PPDB dengan segala sistemnya,

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm. 266



dilakukan untuk mengetahui dan mengukur input sekolah guna membantu perkembangan sekolah serta diharapkan dapat memberikan kontribusi yang tinggi dalam merencanakan dan melaksanakan kegiatan pendidikan dan pembelajaran di masa yang akan datang. Penerimaan Peserta Didik Baru yang familiar dengan akronim PPDB adalah kegiatan rutin tahunan yang merupakan tahap seleksi bagi calon peserta didik baru yang diselenggarakan oleh panitia tingkat Sekolah dibawah pengawasan dan koordinasi Dinas Pendidikan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Sekolah Menengah Kejuruan atau bentuk lain yang Sederajat Pasal 4 ayat 3: ”Pelaksanaan diutamakan menggunakan mekanisme dalam jaringan (*daring*).”<sup>18</sup>

Adapun kriteria ataupun ukuran mengenai efektif atau tidaknya manajemen peserta didik baru sebagai berikut:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan
3. Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap
4. Perencanaan yang matang
5. Penyusunan program yang tepat
6. Tersedianya sarana dan prasarana kerja
7. Pelaksanaan yang efektif dan efisien

<sup>18</sup> Nurdian Ramadhani Ansar, Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makasar, *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*, Vol. 4 No. 1, 2019, hlm.66



8. Sistem pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik<sup>19</sup>

#### D. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat dalam dunia Pendidikan adalah salah satu bagian dari komponen kegiatan manajerial lembaga pendidikan, yang berkaitan dengan terwujudnya kerjasama yang harmonis antara pihak dari lembaga pendidikan dengan masyarakat sebagai salah satu yang menjadi pengguna dari lulusannya. Karena salah satu tugas humas terhadap masyarakat adalah membuat sebuah kepercayaan kepada lembaga pendidikan, yang tentu saja akan berdampak positif seperti menambah perhatian dan kepedulian masyarakat terkait peningkatan kualitas pendidikan, yang pada akhirnya dapat menunjang proses kegiatan belajar mengajar di lembaga pendidikan yang bersangkutan. Pengertian humas secara umum adalah rangkaian yang khas antara sebuah organisasi dengan publiknya, atau dalam hal ini yaituantara lembaga pendidikan dengan para warga yang berada di dalamnya (pendidik, peserta didik, dan tenaga kependidikan) beserta para warga dari luar lembaga (wali murid, masyarakat, institusi luar, komite sekolah, dll) untuk menunjang pendidikan agar lebih bermutu dan berkualitas.<sup>20</sup>

*Public relations* atau yang lebih kita kenal sebagai humas memiliki peran dalam sebuah lembaga terutama pendidikan, karena berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen maupun tujuan utama yang ada pada lembaga pendidikan. Fungsi yang paling mendasar tersebut merupakan proses

<sup>19</sup> *Ibid.* hlm 70

<sup>20</sup> Muhammad Nur Hakim, “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan”, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, (Institusi Pesantren KH Abdul Chalim, DOI : <https://doi.org/10.31538/ndh.v4i1.245>, Vol. 4 No. 1, 2019), hlm. 125-126





untuk mencapai tujuan pokok dari sebuah lembaga yang pada umumnya berkaitan dengan pemanfaatan berbagai macam sumber daya yang dimiliki dan yang ada di lembaga tersebut.

Apabila kita meninjau dari teori manajemen sumber daya yang dimiliki oleh lembaga yakni meliputi sumber daya manusia, sumber daya material, sumber daya sarana dan prasarana, sumber pembiayaan untuk mencukupi biaya operasional, dan strategi dan metode yang digunakan untuk menggerakkan kelembagaan tersebut, serta lembaga pendidikan diharapkan dapat mewujudkan kerjasama dengan pihak luar agar mudah mendapatkan kepercayaan, perhatian, dan kepedulian masyarakat sehingga memudahkan dalam mengembangkan pendidikan yang berkualitas. Dan keberhasilan dari peran humas dalam menunjang manajemen di lembaga pendidikan untuk mencapai target tujuan yang telah direncanakan bersama tergantung kepada kemampuan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh lembaga pendidikan serta dapat menarik sikap peduli untuk ikut berkontribusi dalam mengembangkan lembaga pendidikan tersebut. Karena sebuah lembaga pendidikan takkan mampu menjadi lembaga yang berkualitas dan unggul tanpa ada campur tangan dari pihak lain di luar lembaga. Kemudian humas sebagai media penghubung antara pimpinan Lembaga dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal ataupun eksternal. Kegiatan utama dari humas dalam mewakili pimpinan manajemen suatu Lembaga pendidikan, merupakan bentuk aktifitas komunikasi dua arah yang menjadi ciri-ciri dari peran dan tugas humas. Karena sebagian dari peran dan



- 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.

tugas humas adalah bertindak sebagai sumber informasi (*source of informations*) dan merupakan saluran informasi (*channel of informations*) antara pihak lembaga dan publiknya.<sup>21</sup>

Perkembangan humas yang berhubungan dengan perannya, baik secara praktis maupun profesional dalam lembaga pendidikan sebagai salah satu kunci dalam memahami fungsi humas dan komunikasi lembaga terhadap publiknya. Peran *public relations*/humas dalam suatu lembaga dapat terbagi dalam empat kategori, yaitu:

1. Penasihat ahli (*expert prescriber*).

Seorang pakar humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya. Hubungan praktisi pakar humas dengan manajemen lembaganya bagaikan hubungan antara pendidik dan peserta didiknya, dalam artipihak manajemen bersikap pasif untuk menerima atau bahkan mempercayai apa yang telah disarankan oleh pakar humas tersebut dalam upaya memecahkan dan mengatasi persoalan public relations yang tengah dihadapi oleh lembaga pendidikan yang bersangkutan.

2. Fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*).

Praktisi humas bertindak sebagai komunikator atau mediator dalam upaya membantu pihak manajemen lembaga dalam hal mendengar apa yang diperlukan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm 127



mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3. Fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*).

Peran praktisi humas dalam proses menyelesaikan permasalahan dalam bidang humas ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan lembaga pendidikan baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil keputusan dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

4. Teknisi komunikasi (*communication technician*)

Peran teknisi komunikasi menjadikan praktisi humas sebagai wartawan yang nantinya menyediakan layanan komunikasi secara teknis. Sistem komunikasi dalam sebuah lembaga tergantung dari masing-masing bagian, yaitu secara teknis komunikasi, baik media atau arus komunikasi yang digunakan dari tingkat pimpinan dan bawahan tentu berbeda dari tingkat bawahan ke tingkat atasan.<sup>22</sup>

Dalam sebuah lembaga pendidikan bahkan hampir semua lembaga membutuhkan adanya humas sebagai salah satu alat untuk mengembangkan diri karena peran dan tugas dari humas tak dapat dipungkiri sangatlah

<sup>22</sup> Enjang Pera Irawan, "Penerapan Peran Public Relations Pada Program Employee Relations Sebagai Upaya Meningkatkan Loyalitas Karyawan," *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, no. 2 (2018): 19, accessed February 25, 2019, <http://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/538>



penting. Sehingga perlu pengemasan yang efektif dalam pelaksanaannya agar mendapat hasil dengan lebih efisien. Agar hal ini dapat dicapai dengan baik, tentu perlu dilaksanakan dengan cara mempersiapkan program kerja humas dengan tepat agar mudah dalam aplikasinya.

### E. Penelitian Relevan

1. Nur Aminatus Sholicha dkk mahasiswa Jurusan Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya pada tahun 2018, meneliti dengan judul “Strategi Pemasaran Sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.” Kesimpulan dari penelitian SMA Muhammadiyah 2 Surabaya menunjukkan (1) strategi pemasaran sekolah dilakukan setelah mengetahui analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal dengan alat yang disebut dengan SWOT sekolah (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman). Salah satu bentuk strategi pengembangan pemasaran sekolah terletak pada penggunaan media dalam teknik promosi pemasaran melalui berbagai media massa (videotron, website sekolah, radio, dan media cetak) yang mampu menjangkau masyarakat dari berbagai daerah secara efektif dan efisien. Kegiatan seminar, peningkatan kompetensi guru, dan perluasan jaringan kerjasama dalam program Sister School juga merupakan beberapa upaya sekolah dalam mengembangkan kegiatan pemasaran baik internal maupun eksternal; (2) faktor yang berpengaruh dalam kegiatan pemasaran sekolah berasal dari internal maupun eksternal, beberapa diantaranya yaitu keterlibatan seluruh personil sekolah dan jaringan kerjasama yang dimiliki.



**Persamaan:** Sama-sama mendeskripsikan strategi pemasaran sekolah dan faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemasaran

**Perbedaan:** Penelitian yang diteliti berbeda, karena Nur Aminatus Sholicha dkk meneliti seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi. Sedangkan penulis lebih fokus pada implementasi strategi pemasarannya.

2. Ririn Tius Eka Margareta dkk mahasiswa Magister Manajemen Pendidikan FKIP Universitas Kristen satya Wacana pada tahun 2018, meneliti dengan judul “Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan *Delta Model*.” Kesimpulan dari penelitian ini adalah Strategi yang diterapkan dengan menggunakan strategi promosi dengan menyebarkan brosur dan/atau presentasi ke sekolah dan gereja yang telah ditentukan.

**Persamaan:** sama-sama membahas tentang strategi pemasaran sekolah

**Perbedaan:** Penelitian yang diteliti berbeda, karena Ririn Tius Eka Margareta dkk meneliti strategi pemasaran secara keseluruhan. Sedangkan penulis lebih fokus ke implementasi strategi pemasarannya.

3. Wibowo Rahmanto dan Ahmad Darmadji dengan judul “strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di MIN Melikan Rongkop Gunung Kidul.” Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) strategi kepala madrasah sangat efektif untuk meningkatkan target PPDB, yaitu menggunakan keunggulan produk pendidikan untuk



promosi, gratis biaya pendaftaran, membentuk tim work, pemetaan target promosi, bekerja sama dengan stake holder madrasah, menerapkan sistem jemput bola, dan publikasi melalui media cetak maupun elektronik (2) hasil dari strategi kepala madrasah mampu meningkatkan jumlah PPDB sebesar 100% pada tahun pelajaran 2015/2016 sejumlah 35 siswa dan 2016/2017 sejumlah 34 siswa. Sedangkan hasil PPDB pada tiga tahun sebelumnya pencapaiannya masih rendah, yaitu Tahun Pelajaran 2012/2013 sejumlah 10 siswa, 2013/2014 sejumlah 11 siswa, 2014/2015 sejumlah 16 siswa.

**Persamaan** : Sama-sama membahas tentang peningkatan penerimaan peserta didik baru

**Perbedaan** : Penelitian yang diteliti berbeda, karena Wibowo Rahmanto dan Ahmad Darmadji pada strategi kepala sekolah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru. Sedangkan penulis lebih fokus kepada implementasi strategi pemasaran sekolah.

## F. Proposisi

Menurut Ara Hidayat dan Imam Machali, Indikator dari strategi pemasaran pendidikan dapat dibagi ke dalam 5 (lima) tahap, yaitu

### 1. Identifikasi Pasar

Mengidentifikasi dan menganalisa pasar perlu dilakukan suatu penelitian pasar pendidikan untuk mengetahui kondisi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kebutuhan konsumen pendidikan,



termasuk dalam tahapan ini adalah pemetaan dari lembaga pendidikan lain. Identifikasi ini dapat dilakukan dengan melihat bahwa lembaga pendidikan sesungguhnya mempunyai kapasitas dan potensi besar dalam upaya ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dan mensukseskan program wajib belajar nasional.

## 2. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda, demografi, sosioekonomi, psikologis, geografis, manfaat, penggunaan dan segmentasi berdasarkan jasa.

Dalam kaca mata marketing, pemasaran jasa pendidikan secara sederhana dapat dikelompokkan ke dalam dua segmen pasar, yaitu emosional dan rasional.

## 3. *Positioning* atau *Diferensiasi*

*Positioning* (pemosisian) adalah karakteristik dan perbedaan (diferensiasi) produk nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara suatu lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya.

Diferensiasi merupakan salah satu dari tiga langkah strategi pemasaran untuk bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya, yaitu:

- a. Diferensiasi adalah strategi memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh competitor. Misalnya



persepsi mengenai keunggulan kerja, inovasi produk, pelayan yang lebih baik, brand image yang lebih unggul dan lain-lain.

- b. Keunggulan biaya (*low cost*) adalah strategi mengefisienkan seluruh biaya produk sehingga menghasilkan produk atau jasa yang bisa dijual lebih murah dibandingkan dengan pesaing. Murah yang dimaksud di sini bukanlah murahan, akan tetapi penggunaan biaya dalam menghasilkan produk atau jasa lebih diefisienkan secara optimal sehingga menghasilkan jasa pendidikan yang lebih unggul.
- c. Fokus (*focus*) adalah strategi menggarap satu target market khusus.

Strategi fokus biasanya dilakukan untuk produk atau jasa pendidikan yang memang mempunyai karakteristik khusus.

#### 4. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran adalah proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan hal-hal yang akan ditawarkan kepada sarannya. Komunikasi pemasaran juga merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebar informasi, membujuk/mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan maupun Lembaga pendidikan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan lembaga atau perusahaan yang bersangkutan.<sup>23</sup>

Sekolah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam bentuk ilmiah, seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi (olimpiade bidang IPA,

<sup>23</sup> Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Pustaka Setia, 2017). Hlm. 96





kebahasaan dan lain-lain) dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi siswa oleh media independen, melalui kegiatan ekstra (pramuka), latihan khitabah dan penampilan potensi yang dimiliki siswa ketika liburan, pembagian raport, wisuda, pengiriman pengabdian bagi siswa yang sudah lulus, bantuan jasa pendidikan dan lain-lain. Bentuk dan materi pesan agar dikemas secara elegan namun menarik perhatian konsumen pendidikan agar lembaga pendidikan tetap dalam image sebagai pembentuk karakter dan nilai yang baik, sehingga akan menimbulkan promosi mulut ke mulut (*mouth to mouth*).

Komunikasi pemasaran pendidikan dapat menggunakan strategi komunikasi pro-aktif (*proactive strategies*) khusus dengan *action strategy* yang terdiri dari:

- a. *Organizational Performances*, meyakinkan public bahwa oorganisasi memiliki kualitas yang terbaik bagi konsumen, yakni dengan membuktikan atau mengkomunikasikan bahwa Lembaga Pendidikan adalah yang berkualitas.
- b. *Audience Participation*, menggunakan taktik komunikasi dua arah dan melakukan aktivitas dari public yang berkepentingan untuk secara langsung melakukan kontak dengan produk atau jasa yang dihasilkan organisasi, diantaranya dengan cara memberikan kesempatan kepada *audience* memberikan *feedback*, misalnya dengan dilakukan *survey* untuk mengetahui pendapat masyarakat terhadap Lembaga Pendidikan yang dikelola.



#### 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. *Special events*, merupakan strategi khusus dalam mengkomunikasikan jasa Pendidikan pada kegiatan atau even khusus, misalnya dengan mengadakan seminar atau *workshop* dengan pembicara dari tokoh Pendidikan untuk memberikan penyuluhan tentang pentingnya sebuah Pendidikan atau bahkan dengan mengadakan lomba bagi calon lulusan pada tingkat pendidikan di bawahnya sehingga tertarik pada lembaga pendidikan tersebut.
  - d. *Aliances and coalitions*, strategi komunikasi jasa pendidikan dengan cara berkoalisi atau berkerjasama bersama lembaga lain pada jasa pendidikan yang dapat dikerjasamakan.
  - e. *Strategic philanthropy*, ini dilakukan untuk memperoleh keuntungan berupa reputasi yang baik, yakni dengan memberikan beasiswa berupa beasiswa penuh dan beasiswa berupa potongan 50 % biaya lembaga pendidikan untuk anak didik yang beprestasi, beasiswa miskin dapat dibantu untuk mendapatkan beasiswa dari perusahaan swasta dan pemerintah.
5. Pelayanan Lembaga Pendidikan

Pelayanan lembaga pendidikan terlihat sebagai apa yang diharapkan oleh konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi dan atribut jasa pendidikan. Oleh karena itu, dalam mencapai lembaga pendidikan yang baik terdapat lima langkah, yaitu keandalan, responsif, keyakinan, empati dan wujud nyata menuju fasilitas yang lebih baik.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi pemasaran di SMP Al-Faruqi Kampar dan hal-hal yang berkenaan dengan pemasaran Sekolah.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Jl. Kubang Raya No. 27 Desa Kualu, Kualu, Kec.Tambang, Kab. Kampar Provinsi Riau. Penelitian ini dilakukan mulai 22 Februari 2022 sampai dengan 22 Mei 2022.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek utama dalam penelitian ini adalah kepala sekolah dan wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat sedangkan yang menjadi subjek pendukung yaitu satu orang ketua tata usaha, satu orang *human resource development* (HRD), lima orang wali murid dan empat orang siswi. Sedangkan objek penelitian ini adalah implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar



#### D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah seseorang yang mengetahui banyak hal dan bisa memberikan penjelasan kepada peneliti terkait kondisi objek penelitian, baik berupa data maupun informasi.<sup>24</sup>

**Tabel 1.1**

**Informan Penelitian**

No	Informan	Bentuk Data
1	Kepala Sekolah	Kebijakan yang telah disetujui dan diterapkan dalam pemasaran sekolah
2	Wakil Kepala Sekolah bagian Humas	Pelaksanaan kegiatan promosi sekolah
4.	5 Orang Tua Siswa	Pengalaman orangtua siswa dalam mencari informasi lembaga Pendidikan
4	4 Orang Peserta Didik	Pengalaman peserta didik dalam memilih sekolah yang dituju
5	Ketua Tata Usaha Sekolah	Pelaksanaan kegiatan pelayanan Pendidikan
6	1 Tim <i>human resource development</i> (HRD)	Pelaksanaan kegiatan promosi sekolah
7	1 Tim Publikasi	Pelaksanaan kegiatan promosi sekolah

<sup>24</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenadal Media Group, 2011), hlm. 10

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung dengan menggunakan penglihatan, penciuman dan pendengaran. Dengan metode observasi penulis mengumpulkan data dengan cara mengamati obyek penelitian.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab yang melibatkan peneliti dan narasumber sehingga dapat menemukan jawaban atas pertanyaan yang peneliti ajukan. Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi data yang akurat dan relevan sesuai judul skripsi ini. Adapun proses yang dilakukan peneliti adalah melakukan wawancara sesuai sasaran yaitu kepada kepala sekolah, wakil kepala sekolah bagian humas, ketua tata usaha sekolah, tim HRD, siswa SMP beserta orangtua.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu digunakan untuk mengumpulkan data-data penelitian yang berupa dokumen-dokumen yang diperlukan seperti deskripsi lokasi penelitian. Dokumentasi adalah cara atau teknik yang dilakukan untuk mengumpulkan data dan menganalisis sejumlah dokumen yang terkait dengan masalah penelitian.



## F. Validasi Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pengecekan keabsahan data merupakan suatu langkah untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang tentunya akan berimbas terhadap akhir dari suatu penelitian. Maka dari itu, dalam proses pengecekan keabsahan data pada penelitian itu harus melalui beberapa teknik pengujian.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Triangulasi adalah cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa triangulasi, peneliti dapat me-recheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.<sup>25</sup>

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu dengan penjelasan sebagai berikut:

---

<sup>25</sup> Adhi dkk, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019),h. 77



### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu kepala sekolah, waka kurikulum dan guru tentang upaya kepala sekolah sebagai motivator dalam meningkatkan kinerja guru semua jawaban yang peneliti peroleh dari beberapa sumber di atas sama. Kemudian data yang diperoleh dianalisis oleh penulis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan kemudian selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data.

### 2. Triangulasi Teknik

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

### 3. Triangulasi Waktu

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



valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, dari tim peneliti lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.<sup>26</sup>

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diartikan sebagai suatu cara untuk menguraikan keterangan yang diperoleh saat melakukan penelitian, sehingga hasil penelitian tersebut dapat dipahami oleh peneliti dan juga orang lain. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan langkah-langkah seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Michael Huberman bahwa analisis data penelitian terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu cara untuk mengumpulkan informasi yang berkenaan dengan hasil penelitian. Dari hasil data yang peneliti peroleh, maka data tersebut diolah dengan menuliskan penjelasan yang mudah dipahami pembaca serta sudah mencakup jawaban dari pertanyaan yang muncul.

---

<sup>26</sup> Ibid hlm. 94-96





## 2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses memilih dan memilah data yang diterima, memusatkan perhatian atau meyederhanakan dan mengubah data yang masih mentahan untuk diolah menjadi kata yang mudah dipahami. Pada tahap ini, yang peneliti lakukan adalah merangkum, mengambil hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada pembahasan yang penting. Dengan demikian, reduksi data adalah bentuk menggolongkan, mengarahkan, mengorganisasikan data dengan cara lebih sederhana sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan.

## 3. Penyajian Data

Penyajian data berisi serangkaian informasi yang didapat kemudian diolah dalam bentuk narasi, karena penyajian data sendiri memusatkan pada kerangka berpikir. Dalam tahap ini peneliti menarasikan setiap data yang telah ditemukan untuk memudahkan orang lain membacanya. Tahap penyajian data dalam penelitian dapat dituangkan dalam bentuk bagan, narasi, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Tetapi pada dasarnya penelitian kualitatif lebih sering menggunakan teks yang bersifat narasi.

## 4. Penarikan Kesimpulan

Miles dan Huberman menjelaskan bahwa kesimpulan tahap awal tidak akan berarti atau tidak akan memiliki arti apa-apa sebelum peneliti terjun ke lapangan untuk mencari dan menemukan data



sehingga memperoleh bukti yang valid. Setelah mendapatkan data yang relevan sesuai kondisi lapangan, maka hasil pengumpulan data yang dilakukan peneliti dapat ditarik kesimpulan akhir yang kredibel.<sup>27</sup>

**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.

---

<sup>27</sup> Burhan Bungin, *Op.Cit.* hlm. 3





#### 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.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar dalam penerapannya yaitu sudah sesuai dengan semestinya yakni menggunakan perencanaan strategi pemasaran pendidikan dengan melakukan identifikasi pasar, segmentasi pasar, diferensiasi produk, komunikasi pemasaran dan pelayanan lembaga pendidikan dengan baik.
2. Faktor penghambat dan pendukung dalam implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar
  - a. Faktor Penghambat dalam implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar adalah diperizinan, permasalahannya pada saat memasukan surat izin promosi terkadang ada sekolah yang tidak menerimanya.
  - b. Faktor Pendukung dalam implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar yaitu menggunakan relasi, relasinya adalah orang tua santri, jadi orang tua santri SMP yang ada di setiap daerah yang akan dihubungi pihak sekolah sebelum berangkat ke daerah tempat promosi SMP Al-Faruqi Kampar, dan orang tua/wali murid di daerah tersebut yang mengurus disana. Maka dari itu faktor pendukung SMP Al-Faruqi Kampar yaitu mengfungsikan perwakilan

orang tua santri daerah masing-masing untuk membantu dalam promosi sekolah.

## B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran tentang implementasi strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar.

1. Diharapkan agar pemasaran tetap stabil dan meningkat serta dapat menggunakan semua perencanaan strategi pemasaran dalam menunjang proses pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar.
2. Diharapkan kepada kepala sekolah dan juga seluruh pegawai untuk selalu mengevaluasi dan berupaya menjadikan sekolah Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar menjadi sekolah yang unggul, dan berdedikasi tinggi karena sekolah ini memiliki produk unggul.
3. Diharapkan kepala sekolah dan wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat lebih berusaha lagi dalam mempertahankan silaturahmi antar pihak sekolah dengan orang tua/wali murid.
4. Diharapkan kepada Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Kampar agar selalu dan mempertahankan memberi pelayanan terbaik kepada pelanggan jasa pendidikan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Ansar, R N. (2019). Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makasar. *Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan*. 4 (1), 66
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenadal Media Group
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*. 1 (2), 308
- Dearlina, S. (2017). Efektivitas Penerimaan Peserta Didik Baru Dengan Sistem Zonasi di SMA Kota Medan Sesuai Dengan Permendikbud No. 12 Tahun 2017. *Jurnal Pendidikan*. 8 (1), 22
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Jurnal Madaniyah*. 7 (2), 272
- Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Cet.1. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hasan, H H. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada UD Jaya Motor Ternate”, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 7 (7), 52. DOI : <https://doi.org/10.5281/zenodo.5652453>
- Hidayat, A., & Machali, I. (2012). *Pengelolaan Pendidikan; Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Yogyakarta: Penerbit Kaukaba
- Johni S. Pasaribu, “Penerapan Framework YII pada Pembangunan Sistem PPDB SMP BPPI Baleendah Kabupaten Bandung”, *Jurnal Ilmiah Teknologi Terapan*, vol. 3, no. 2 (2017), h. 154–163.
- Kholis, N. (2014). *Manajemen Strategi Pendidikan: Formulasi, Implementasi dan Pengawasan*. Surabaya: Uin Sunan Ampel Press
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Terj. Jakarta: Prenhallindo
- Labaso', S. (2018). Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. 3 (2), 298. DOI : <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>
- Latif, M & Suryawahyuni. (2018). *Teori Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Prenadamedia Group

- Munir, M. (2018). “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik”. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. 1 (2), 78-94
- Musfiqon. (2012). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Sidoarjo: Prestasil Pustakal Publisher
- Sarwono, J. (2011). *Marketing Intelligence* . Yogyakarta: Graha ilmu
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sholicha, A N & Karwanto. (2018). “Strategi Pemasaran Sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. 1 (2), 1-9
- Turmudi, M. (2021). Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan. *Journal of Humanities and Social Sciences*. 2 (1), 77. DOI : <https://doi.org/10.33367/ijhass.v2i1.1910>
- Yulianti, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Yulianingsih, F.N. (2022). “Strategi Pemasaran Jasa Teknisi”. *Jurnal Mahasiswa Manajemen UNITA*. Vol. 1 No.1. hlm. 36



## LAMPIRAN 1

### PEDOMAN WAWANCARA

#### Identitas Informan

Nama Informan : Eka Syahputra, M.Pd.I  
 Jabatan Informan : Kepala Sekolah  
 Tempat Wawancara : Sekolah

1. Strategi apa yang dipakai bapak/Ibu untuk pemasaran ini?
2. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu mengenai perkembangan sekolah sejak awal berdiri hingga saat ini ?
3. Apakah sekolah memperhatikan terlebih dahulu jumlah penghasilan para orang tua murid sebelum memutuskan besarnya biaya pendidikan yang harus dikeluarkan untuk menyekolahkan anaknya disini ?
4. Menurut pendapat anda, sudah tepatkah lingkungan lokasi pendirian sekolah ?
5. Bagaimana dengan selera dan minat masyarakat terhadap antusias untuk menyekolahkan anaknya disini ?
6. Program unggulan apa yang telah dijalankan oleh sekolah, untuk menjadikan sekolah yang jauh lebih baik ?
7. Kurikulum apa yang digunakan sekolah untuk mencapai tujuan pembelajaran ? dari kurikulum yang digunakan oleh sekolah, bidang keahlian apa yang paling ditekankan oleh sekolah ?
8. Apa yang diunggulkan gaya belajar sekolah ini?
9. Dari kurikulum yang digunakan, adakah komponen yang paling diunggulkan oleh sekolah terkait itu keagamaan, kesenian atau yang lainnya, untuk dijadikan sebagai ciri khusus dari sekolah ini ?
10. Bagaimana dengan gaya mengajar dan metode pembelajaran yang telah dilakukan
11. Menurut pendapat anda, apakah pelayanan jasa yang diberikan sekolah dapat meningkatkan kualitas dalam segi keagamaan ?
12. Bagaimana sekolah memperhatikan rentang kemampuan peserta didik ?
13. Apa reward yang diberikan ketika peserta didik berprestasi ?
14. Apa yang sekolah ini lakukan ketika diketahui banyaknya para pesaing sekolah yang bergerak dalam bidang jasa yang sama ?
15. Bagaimana sekolah memosisikan dirinya diantara para competitor dari sekolah lain ?
16. Bagaimana prospek masa depan lulusan sekolah ini ?
17. Apakah sekolah memiliki fasilitas pendidikan yang telah sesuai dengan standar sarana dan prasarana pendidikan ?



18. Apakah sekolah sering melakukan kegiatan kemasyarakatan atau keagamaan ? seperti apa misalnya ?
19. Sumber dana pendidikan sekolah berasal dari mana saja ?
20. Jika ingin mengadakan acara kegiatan diluar sekolah, apakah sekolah mengadakan penggalangan dana ?
21. Apakah para peserta didik atau para tenaga pendidik sekolah sering mengikuti olimpiade atau perlombaan ? jika hadiahnya berupa uang tunai, biasanya untuk digunakan dalam hal apa ?
22. Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau masyarakat ?
23. Bagaimana dengan sarana- sarana di sekitar lingkungan sekolah ?
24. Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media cetak ? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya ?
25. Apakah sekolah melakukan media elektronik ? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya ?
26. Apa saja isi konten yang dipromosikan dalam kegiatan promosi ?
27. Apakah ada sumber daya manusia yang khusus memegang kegiatan pemasaran jasa pendidikan ?
28. Apakah para tenaga pendidik dan pendidikan sekolah sering diikuti pelatihan dan pengembangan kompetensi diri ? biasanya berapa kali program pelatihan dan pengembangan dilakukan ? dan program pelatihan dan pengembangan apa yang biasanya dilakukan ?
29. Sarana fisik apa saja yang ada di sekolah untuk menunjang kegiatan peserta didiknya ?
30. Apa yang sekolah lakukan jika ada keluhan dari para pelanggan jasa pendidikan ?
31. Bagaimana dengan proses kegiatan belajar dan mengajar di sekolah ?
32. Bagaimana proses kegiatan yang dilakukan ketika masa kelulusan para peserta didik ?

## 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.





## PEDOMAN WAWANCARA

Identitas informan

Nama informan : Devizar Gustin, S.Pd

Jabatan Informan : Waka Humas

Tempat Wawancara : Sekolah

1. Menurut pendapat bapak, bagaimana dengan perkembangan sekolah dari awal berdiri hingga sekarang ?
2. Apakah sekolah melakukan analisis permasalahan pemasaran ? Bisa dijelaskan seperti apa ?
3. Apakah sekolah melakukan pengumpulan atau penafsiran data- data untuk menyusun strategi pemasaran sekolah ?
4. Apakah sekolah melakukan analisis terkait perubahan tren pemasaran atau kebutuhan para masyarakat?
5. Bagaimana perencanaan yang dilakukan oleh sekolah dalam menyusun strategi pemasaran?
6. Bagaimana cara sekolah dalam mengimplementasikan strategi pemasaran?
7. Apakah sekolah melakukan evaluasi terhadap kegiatan pemasaran yang telah dilakukan ? bagaimana cara yang dilakukan untuk mengevaluasi dan memantaunya ?
8. Adakah tindak perbaikan yang sekolah lakukan dalam menghadapi kendala yang terjadi dalam melakukan pemasaran ?
9. Siapa saja yang menjadi penanggung jawab pengendalian kegiatan pemasaran sekolah?
10. Bagaimana cara yang sekolah lakukan dalam melakukan stratego pasar sasaran?
11. Apakah sekolah melakukan kategorisasi demografi dalam menentukan pasar sasaran?
12. Apakah sekolah melakukan kategorisasi geografi dalam menentukan pasar sasaran?
13. Apakah sekolah melakukan kategorisasi psikografi dalam menentukan pasar sasaran?



14. Apakah sekolah melakukan kategorisasi manfaat produk dan pelayanan dalam menentukan pasar sasaran?
15. Apakah sekolah melakukan pengamatan terhadap keinginan dan kebutuhan para pelanggan jasa pendidikan?
16. Bagaimana cara sekolah dalam menghadapi para pesaingnya?
17. Bagaimana cara sekolah dalam memandang para pesaingnya?
18. Apakah sekolah melakukan pengamatan terhadap strategi para sekolah pesaingnya ? jika iya, seperti apa caranya ?
19. Bagaimana cara sekolah dalam memandang keberhasilan strategi pemasaran yang telah dilakukan sekolah?
20. Adakah inovasi baru yang sekolah miliki dalam memberikan pelayanan jasa pendidikan kepada para pelanggan jasa pendidikan?
21. Kegiatan ekstrakurikuler yang paling diminati ?
22. Apakah fasilitas pendidikan yang disediakan sekolah telah dapat menunjang kegiatan pendidikan ?
23. Apakah sekolah sering mengikuti perlombaan ? biasanya apa yang didapatkan dari perlombaan tersebut?
24. Menurut pendapat anda, bagaimana dengan kebersihan dan keamanan lingkungan sekolah?
25. Bagaimana cara sekolah mempromosikan dirinya ?
26. Media apa saja yang digunakan sekolah untuk mempromosikan dirinya?
27. Isi konten yang seperti apa yang ditawarkan oleh sekolah ?
28. Tema apa saja yang sekolah gunakan untuk mempromosikan jasa pendidikan?
29. Seberapa sering sekolah melakukan pembaharuan isi konten/ tema informasi yang tertera pada media komunikasi pemasaran yang digunakan?
30. Siapa saja orang- orang yang terlibat dalam kegiatan promosi jasa pendidikan?
31. Adakah sekolah melakukan kegiatan pelatihan dan pengembangan potensi diri kepada tenaga pendidik dan kependidikan sekolah?



32. Bagaimana dengan tingkat kesejahteraan para tenaga pendidik dan kependidikan sekolah ?
33. Sudah cukup baikah sarana fisik sekolah?
34. Bagaimana cara sekolah untuk mempertahankan dan memelihara sarana fisik sekolah?
35. Apa yang anda lakukan ketika mendapat keluhan dari para pelanggan jasa pendidikan?
36. Siapa saja yang dijadikan target dalam mempromosikan sekolah ? adakah sekolah membuat daftar nama- nama tempat atau lembaga yang dijadikan target pasar ?

**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.



## PEDOMAN WAWANCARA

### Identitas informan

Nama informan : Nailil Hidayah, S.Pd

Jabatan Informan : Tim Publikasi

Tempat Wawancara : Sekolah

1. Bagaimana cara Bapak membantu mempromosikan Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
2. Bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi
3. Siapa saja orang yang terlibat dalam promosi sekolah?
4. Apakah ada tim khusus dalam strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi
5. Apakah ada jadwal khusus untuk melakukan strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
6. Isi konten seperti apa yang ditawarkan dalam promosi Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
7. Seberapa sering Sekolah Menengah Pertama Al-faruqi melakukan pembaharuan isi konten promosi?
8. Menurut Bapak apakah ada kendala yang terjadi di lapangan, selama proses berlangsungnya strategi pemasaran Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
9. Apa saja faktor pendukung dalam meningkatkan strategi pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
10. Apa saja produk yang ditawarkan di Sekolah Menengah Pertama Al-faruqi?
11. Apa yang membedakan strategi pemasran lembaga pendidikan islam yang bapak lakukan dengan kebanyakan strategi pemasaran lembaga islam lainnya?
12. Bagaimana cara memperoleh sumber dana untuk sarana dan prasarana Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
13. Berapa uang pendaftaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi?
14. Bagaimana langkah-langkah yang bapak lakukan sehingga hasil dari pemasaran sekolah tetap stabil?



- 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.

## PEDOMAN WAWANCARA

### Identitas informan

Nama informan : Supianto, S.Pd  
 Jabatan Informan : Kepala Tata Usaha  
 Tempat Wawancara : Sekolah

1. Pada tahap awal sebelum promosi sekolah, apakah SMP Al-Faruqi melakukan identifikasi pasar pak?
2. Bagaimana pelayanan yang bapak berikan sebagai ketua tata usaha sekolah?
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh SMP Al-Faruqi?
4. Apa faktor penghambat dalam promosi pemasaran?
5. Apa faktor pendukung dalam promosi pemasaran?
6. Apakah SMP Al-Faruqi pernah mengadakan rapat dengan wali murid?
7. Apa yang membedakan SMP Al-Faruqi dengan sekolah lain?

### Identitas informan

Nama informan : Rafiqa Putri, M.Pd  
 Jabatan Informan : HRD  
 Tempat Wawancara : Sekolah

1. Pada tahap awal sebelum promosi sekolah, apakah SMP Al-Faruqi melakukan identifikasi pasar pak?

UIN SUSKA RIAU



## PEDOMAN WAWANCARA

### Orang Tua/Wali Murid

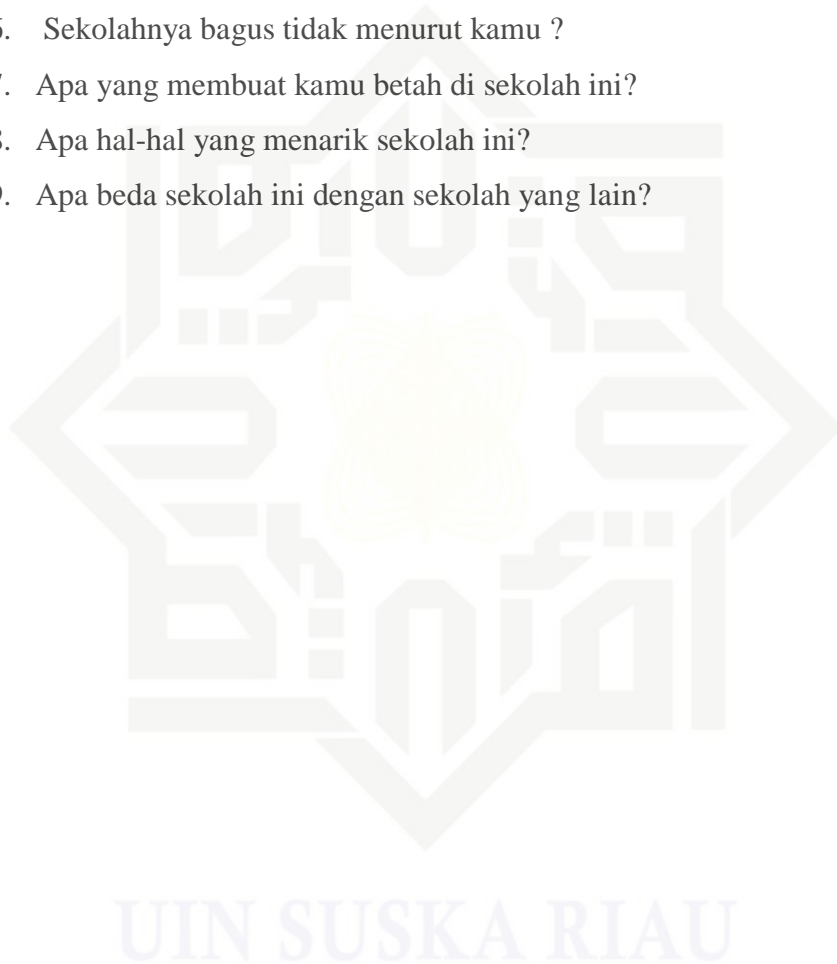
1. Bagaimana pandangan bapak tentang sekolah ini?
2. Apakah Al-faruqi sudah mampu menarik minat masyarakat?
3. Darimana anda tahu tentang Al-faruqi sehingga putra/putri sekolah di Al-Faruqi
4. Apa alasan anada lebih memilih menyekolahkan anaknya disini?
5. Apakah anda ikut mempromosikan sekolah dengan cara membicarakan kualitas sekolah kepada teman atau kerabat?
6. Apakah sekolah memberikan informasi ter-update di media cetak dan website?
7. Apakah kesetiaan anda terhadap sekolah dikarenakan pelayanan jasa pendidikan yang diberikan sekolah?
8. Apakah sekolah mengadakan peringatan hari- hari besar keagamaan maupun nasioanal?
9. Adakah sekolah memberikan pelayanan jasa pendidikan yang berbeda dengan sekolah yang lain ?
10. Apakah anda ikut melakukan kegiatan promosi kepada orang lain, melalui media cetak/ media elektronik ?
11. Apakah sekolah ini telah menjalankan kegiatan pendidikan yang jauh lebih baik dari sekolah yang lain ?



## PEDOMAN WAWANCARA

### Empat Orang Siswi

1. Kegiatan apa yang paling disukai ?
2. Guru- guru di sekolah kalau ngajar gimana?
3. Tahu sekolah Al-Faruqi darimana?
4. Dulu sekolah disini karena disuruh orang tua atau kemauan sendiri?
5. Kenapa kamu ingin memberikan tanggapan ke orang tua kamu?
6. Sekolahnya bagus tidak menurut kamu ?
7. Apa yang membuat kamu betah di sekolah ini?
8. Apa hal-hal yang menarik sekolah ini?
9. Apa beda sekolah ini dengan sekolah yang lain?



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.



## LAMPIRAN 2

### TRANSKIP WAWANCARA dan CODING DATA KUALITATIF

#### Kepala Sekolah

1. Pada tahap awal sebelum promosi sekolah, apakah SMP Al-Faruqi melakukan identifikasi pasar pak?

**Jawaban:** “Iya, pertama untuk work show ini kita di analisis dulu, seperti Santri kita ini banyaknya dari mana. Daerah yang potensial itu daerah yang seperti apa, daerah kebun karet kah, daerah kebun sawit kah, jika lebih mahal sawit maka kita perginya ke sawit. Santri yang lebih banyak ini darimana? Dari dumai dan rohul contohnya maka dumai dan rohul ini kita utamakan dibandingkan dengan yang lain, bukan ingin ngesampingkan yang lain tidak, tapi tingkat keberhasilannya di dua daerah itu lebih tinggi

2. Bagaimana pelayanan yang diberikan SMP Al-faruqi Pak?

**Jawaban:** Insyallah kita memberikan pelayanan jasa yang baik, dan untuk fasilitas allhamdulillah sudah sesuai standart sarana prasarana ya. Kita ada klinik juga untuk ekskul sunah yaitu berkudah, memanah dan berenang kita ada. Untuk kuda kita sudah ada kudanya sendiri lapangan berkuda juga ada, kemudian alat panah juga sudah ada, tetapi untuk berenang kita masih bekerjasama dengan pihak kolam renang. Jadi ketika santri kita sudah memasuki ekskul renang nyam aka kita kelokasi kolam renang tetapi tempat itu kita sewa khusus untuk kita dijam tersebut

3. Apakah ada keringanan uang sekolah atau beasiswa yang diberikan oleh SMP Al-Faruqi?

**Jawaban :** Jadi kita ada subsidi silang, maka orang tua yang anak nya membayar normal itu dia benar-benar harus bisa menyelesaikan biaya Pendidikan anaknya, supaya sekolah juga bisa menjalankan programnya, menggeratiskan satu orang anak yatim setiap 10 orang anak yang membayar normal

4. Apakah di SMP Al-Faruqi sering mengadakan acara islam maupun nasional?

**Jawaban:** Ya, setiap ada peringatan hari nasional dan islam kita selalu mengadakan acara. Seperti ditanggal 14 mei ada study rohani di mall dumai, nah ini yang memfasilitasinya wali kota dumai, kebetulan bapak wali kota dumai anak nya sekolah disini. Jadi nanti kita tinggal ngisi seperti penampilan anak anak, ada demo membuat kue, menjahit, tausia, dan sebagainya. Ini betuk mempromosikan sekolah





5. Apakah SMP Al-faruqi menggunakan sponsor untuk peningkatan mutu?  
**Jawaban:** Setiap ada event kita selalu mengundang orang-orang besar seperti kemarin kita mengundang gubernur riau, selanjutnya ulama-ulama. Nah, disitu juga kita menghadirkan orang tua murid, jadi sehabis acara itu kita membuka sumbangan untuk Al-faruqi seikhlasnya. Allhamdulillah wali murid tidak enggak menyumbangkan Sebagian dari rezky mereka, misalnya kemaren juga ada yang menyumbangkan untuk pondok ini mencapai 1 milyar
6. Apakah SMP Al-Faruqi pernah mengadakan rapat dengan wali murid?  
**Jawaban:** Ada, pihak Yayasan mengadakan rapart bersama wali murid yang berada disekitar Pekanbaru dan luar kota apabila tidak berhalang hadir. Dan dalam rapart itulah kita menampung setiap masukan dari wali murid. Dan disitu kita juga menampung keluhan dari wali murid. Jadi, kalau misal keluhannya uang maka diberi keringanan, kalau keluhannya anak kita perbaiki anaknya, kalau keluhannya pelajaran disekolah kita perbaiki guru.
7. Strategi apa yang bapak pakai dalam pemasaran di SMP Al-Faruqi?  
**Jawaban :**  
 Kalau strategi promosi Al-faruqi itu ada beberapa strategi, pertama biasanya kami ada melaksanakan work show. Work show ini kami datang ke daerah-daerah ke Dumai, ke Rohul, ke Rohil, itu kami presentase ke sekolah-sekolah, kemudian pasang sepanduk di sekolahnya, kemudian ditempat-tempat yang ramai, dikota besarnya ya misalnya. Seperti di rohul itu di pasir pangaraiannya, kami pasang spanduk besar juga, kemudian itu awalnya dulu, kemudian seiring berkembangnya waktu anak-anak kami sudah ramai, nah anak-anak ini yang kami jadikan duta SMP Al-Faruqi. Jadi setiap mau ada libur mereka akan membawa brosur pulang, satu anak kami titipkan 2 brosur, nanti dia akan menyebarkan brosur ini, entah itu kekeluarganya, tetangganya, atau dikampungnya, di masjid dan lain sebagainya.  
 Kemudian selain yang 2 itu kami juga melaksanakan atau melakukan promosi ini di media sosial, jadi kegiatan-kegiatan itu selalu upload di you tube, ig, facebook, juga ada live nya kegiatan-kegiatan kami, sehingga masyarakat dapat mendapatkan info tentang SMP Al-Faruqi ini dari banyak media, ini Sebagian besar strategi kami dalam mempromosikan.  
 Kemudian kami juga membuat pelatihan-pelatihan, untuk guru misalnya ya, sekabupaten Kampar kami undang guru-gurunya ya, nanti kami buat pelatihannya disini.
8. Apa isi dari presentasi tersebut?\*\*\*\*  
**Jawaban:** jadi dating kesekolah, kita putar video sekolah kita, kita putar video kegiatan sekolah kita, bagikan brosur, kemudian ada sesi tanya





## 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jawab dan ada yang berminat bisa daftar langsung, kita bawak formulirnya. Ini awal awalnya dulu seperti itu\*\*\*

9. Apa saja hambatan dan pendukung dalam mempromosikan SMP Al-Faruqi?

**Jawaban :**

**Hambatan :** kalau hambatan biasanya kita kan masukan surat dulu, maka hambatannya kadang-kadang ada sekolah nih ada yang menerima kita dan ada juga yang tidak menerima, nah disitu saja hambatannya

**Pendukung:** biasanya kami menggunakan relasi, relasinya yaitu adalah orang tua santri, jadi orang tua santri SMP yang ada di daerah itu nah mereka lah yang akan kami hubungi sebelum kami berangkat, dan mereka juga lah yang mengurus disana (sekolah-sekolah mana saja yang akan kami datangi) jadi kita mengfungsikan perwakilan orang tua santri daerah masing-masing untuk membantu kita. Seperti ditanggal 14 mei ada study rohani di mall dumai, nah ini yang memfasilitasinya wali kota dumai, kebetulan bapak wali kota dumai anak nya sekolah disini. Jadi nanti kita tinggal ngisi seperti penampilan anak anak, ada demo membuat kue, menjahit, tausia, dan sebagainya. Ini betuk mempromosikan sekolah

10. Bagaimana cara sekolah dalam mengimplementasikan strategi pemasaran ?

Apakah ada proses identifikasi pasar sebelum SMP AL-FARUQI berdiri pak?

**Jawaban :** iya, pertama untuk work show ini kita di analisis dulu, seperti

- a. Santri kita ini banyaknya dari mana
- b. Daerah yang potensial itu daerah yang seperti apa, daerah kebun karet kah, daerah kebun sawit kah, jika lebih mahal sawit maka kita perginya ke sawit
- c. Santri yang lebih banyak ini darimana? Dari dumai dan rohul contohnya maka dumai dan rohul ini kita utamakan dibandingkan dengan yang lain, bukan ingin ngesampingkan yang lain tidak, tapi tingkat keberhasilannya di dua daerah itu lebih tinggi.

11. Apakah SMP Al-Faruqi memperhatikan penghasilan orang tua juga ya pak?

**Jawaban :** satu itu, karena kita di sekolah ini biayanya itu memang standart sekolah internasional sehingga kita butuh orang tua yang memang mampu untuk membayar sekolah anak anaknya, plus bahwa dalam setiap 10 orang normal yang membayar normal kita beasiswa full satu orang anak yatim. Jadi kita ada subsidi silang, maka orang tua yang anak nya membayar normal itu dia benar-benar harus bisa menyelesaikan biaya Pendidikan anaknya, supaya sekolah juga bisa menjalankan programnya, menggeratiskan satu orang anak yatim setiap 10 orang anak yang membayar normal

12. Kurikulum apa yang dipakai di sekolah ini?  
**Jawaban:** kurikulum mandiri, pemerintah memberikan kebebasan pada sekolah untuk memilih kurikulum. Yaitu dengan mengombinasikan pelajaran umum dan pesantren
13. Apakah ada program unggulan di SMP Al-Faruqi pak?  
**Jawaban:** ada, program unggulan kita pertama yaitu al-qur'an kemudian kita punya program plus Namanya. Program plus itu yang menjadi sekolah kita dengan sekolah yang lain, jadi dalam program plus itu ada Al-qur'an, ada kitab kuning, ada Bahasa yaitu Bahasa arab dan Bahasa Inggris kemudian kita perkuat dengan aqidah, dengan ilmu fiqih, dengan sejarah Islam/thariq Islam dan olahraga sunnah yaitu berkuda, memanah dan berenang. Sudah vasilitasi kita punya kuda, kita punya tempat memanah, tetapi untuk berenang kita masih bekerjasama dengan kolam renang
14. Apakah ada memperhatikan rentang kemampuan peserta didik?  
**Jawaban:** kalau in ikan tugas waka kurikulum, saya hanya menerima laporan jadi yang perlu diperhatikan itu adalah ketercapaian kai tadi satu kemudian kedua target kurikulum, ketiga daya serap. Ketika anak-anak sedang ujian, kitab isa lihat daya serap anak nih, berhasil atau tidak guru mengajar, itu bisa dilihat dari daya serap anak-anaknya dan ini yang akan di evaluasi. Nah melalui evaluasi ini kita buat pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan dimana yang kurang, misalnya gurunya yang kurang kita latih gurunya, vasilitasnya yang kurang kita penuhi pasilitasnya, anaknya yang kurang anaknya yang kita latih anak anaknya
15. Apakah ada pelatihan untuk guru? Jika ada kapan saja pelaksanaannya?  
**Jawaban:** ada, setiap hari rabu, kamis ada pembinaan Namanya disini untuk guru. Pembinaan agama dihari rabu, kemudian kamis pembinaan untuk keprofesionalan guru
16. Apa rewed yang diberikan untuk siswa berprestasi?  
**Jawaban:** kalau untuk rewad itu ada banyak hal yang diberikan tapi biasanya itu mendali dan sertifikat dan al-qur'an. Tergantung dia berprestasi dalam bidang apa, kalau dia berprestasi dibidang memanah ya rewadnya panahan, tetapi sertifikat dengan pin itu biasanya tetap ada
17. Apa yang sekolah ini lakukan ketika diketahui banyaknya para pesaing sekolah yang bergerak dalam bidang jasa yang sama ?  
**Jawaban:\*\*\*** kalau saya menjawab secara islami tidak bersaing dengan sekolah manapun, kalau secara islami tujuan kami menjalankan sekolah ini adalah untuk mencari ridho Allah, menyelamatkan anak perempuan zaman sekarang, supaya besok lahir generasi yang akan melahirkan anak-anak yang sholeh dan sholeha. Jadi kami tidak bersaing dengan sekolah manapun dan Allah lah yang mengirimkan anak-anak itu kesini, Allah lah yang menggerakkan hati orang tua itu untuk memasukan anaknya kesini.\*\*\*



Tapi kalau dalam pandangan ilmu ekonominya cara mengatasinya dengan membuat kita berbeda dengan yang lain supaya daya tarik kita itu juga berbeda dari yang lain. Contoh, kita punya program plus, kita punya sekolah khusus perempuan, kita punya fasilitas yang memadai, kita punya program-program yang bisa menguntungkan masyarakat, kemudian kita punya program-program yang berkolaborasi dengan orang tua sekaligus promosi. Nah ini yang sebenarnya harus kita jaga, silaturahmi kita dengan sesama manusia, ini lah yang harus kita jaga. Disekitar kita banyak IT tetapi kami harmonis-harmonis saja, karena kami tidak bersaing kemudian santri kita tidak ada yang dari sekitaran sini, santri kita tuh dari jauh semua, kemudian wajib mondok

18. Apakah ada website resmi SMP Al-faruqi? Jika ada berapa kali konten diperbaharui?

**Jawaban:** ada, kita ada tim HRD nya dan dibawah tim HRD ada tim publikasi mereka lah yang bertugas untuk meng updet dokumentasi. Jadi mereka yang mendokumentasikan, mereka juga yang mengupdet informasi disitus-situs informasi dari sekolah kita. Jadi “*one man one job*” setiap orang mempunyai tugasnya masing-masing, professional seperti inilah yang membuat kita bisa tetap bertahan. Jadi kita gak ngerjakan kerjaan orang lain, termasuk saya, saya cuma ngotrol aja. Jadi manager yang baik itu ialah yang bisa membagi habis tugasnya kepada bawahannya, kita harus mempercayai teman kita, kita harus memiliki amanah kemudian kita harus mempercayai dia. Nah ini sebenarnya yang harus dilaksanakan, disekolah manapun

19. Apa yang Bapak lakukan ketika mendapat keluhan dari para pelanggan jasa pendidikan? \*\*\*

**Jawaban:** tergantung keluhannya apa, kalau keluhannya uang maka diberi keringanan, kalau keluhannya anak kita perbaiki anaknya, kalau keluhannya pelajaran disekolah kita perbaiki guru\*\*\*



## Waka Humas

1. Pada tahap awal sebelum promosi sekolah, apakah SMP Al-Faruqi melakukan identifikasi pasar pak?  
Jawaban: “Kalau untuk targetnya kita mengutamakan sekolah-sekolah yang banyak gurunya, kemudian sekolah-sekolah favorite
2. Apa hambatan saat promosi dilapangan?  
Jawaban: Hambatannya yaitu kadang mendapat sekolah yang tidak pendapat izin apalagi dengan jenjang yang sama. Contoh, kami mau promo di pondok pesantren di daerah tapung mereka punya SMA, disana SD, SMP, SMA kita disini SMP, SMK. Tamatan SMP disini kita mau cari untuk di SMK, pasti mereka gak mau alumni SD mereka atau SMP mereka larinya kesini kan, karena mereka juga punya SMP
3. Pendukung  
Jawaban: Pendukungnya, ya dengan menggunakan bantuan wali santri yang ada di daerah tersebut, mengenalkan al-faruqi dengan membawakan brosur
4. Pelayanan jasa  
Jawaban : Untuk pelayanan jasa kita usahakan yang terbaik terutama silaturahmi dengan wali murid itu terpenting kemudian fasilitas allhamdulillah sesuai standart ya. Kita sudah ada perpustakaan, kantin, ruang olahraga. Tapi untuk olahraga berenang kita masih bekerjasama dengan kolam renang
5. Apakah ada keringanan uang sekolah atau beasiswa yang diberikan oleh SMP Al-Faruqi?  
Jawaban: Jadi pada saat pendaftaran ada mengisi formulir orang tua, nah untuk anak yatim setelah mendaftar dapat mengajukan surat anak yatim, bahkan tidak untuk anak yatim saja tetapi jika ada anak kembar maupun dua bersaudara atau lebih sekolah di SMP Al-faruqi memberi potongan. Selain itu juga selalu memberi penghargaan untuk siswa yang berprestasi
6. Apakah di SMP Al-Faruqi sering mengadakan acara islam maupun nasional?  
Jawaban: Kita ada sering mengadakan acara-acara besar yang mengundang ulama dan diikut sertakan orang tua/wali murid
7. Apakah SMP Al-faruqi mencari sponsor untuk peningkatan mutu?  
Jawaban: Ada pasti ada kita mendatangkan ulama-ulama dan orang-orang penting lainnya yang berpengaruh dalam proses pendidikan setiap memperingatin hari-hari nasional maupun hari islam, agar nantinya kita dapat membuka donasi untuk meningkatkan mutu di Yayasan Al-Faruqi ini.
8. Apakah SMP Al-Faruqi pernah mengadakan rapat dengan wali murid?  
Jawaban: Kita ada sering mengadakan rapart atau pun acara-acara besar yang terkadang mengundang orang tua/wali murid dan kita juga ada





## 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

whatsapp group yang di dalamnya ada orang tua/wali murid. Dalam whatsapp group tersebutlah kita dapat menerima masukan dari wali murid

9. Bagaimana segmentasi pasar yang dilakukan oleh SMP Al-Faruqi?  
Jawaban: Kalau diawal-awal kita gunakan strateginya dari mulut ke mulut, kemudian kita terjun langsung dengan membawa brosur, kemudian allhamdulillah seiringnya perkembangan kita promo tapi kita tidak turun. Karena dengan menggunakan media ini, kita sudah punya wali santri di dumai atau di pasir pangraian. Maka dari itu sekarang kita dari bantuan wali santri, kalau awal awal baru kita terjun kelapangan. Secara rasional SMP Al-faruqi ada website resmi dan konten diperbaharui hampir setiap hari, jadi setiap acara maka kami updet langsung. Kita kan punya ada tv (Al-faruqi Tv) setiap ada kegiatan sholat jum'at kita live langsung, ada kegiatan apa saja seperti tamu datang kita live secara langsung, otomatis itu disiarkan langsung melalui facebook. Program unggulannya yaitu program plus yang didalamnya ada tahfiz dan kemudian mereka mempelajari budaya melayu serta Bahasa arab dan inggris. Tapi kalau emosionalnya, para santri disini mereka juga belajar membuat tanjak. Jadi setiap ada tamu dikasih tanjak
10. Strategi apa yang bapak pakai dalam promosi sekolah ini  
Jawaban: kalau diawal-awal kita gunakan strateginya dari mulut ke mulut, kemudian kita terjun langsung dengan membawa brosur, kemudian allhamdulillah =====
11. Apa hambatan dan pendukung dalam pemasaran?  
Jawaban: hambatannya yaitu kadang mendapat sekolah yang tidak pendapat izin apalagi dengan jenjang yang sama. Contoh, kami mau promo di pondok pesantren di daerah tapung mereka punya SMA, disana SD, SMP, SMA kita disini SMP, SMK. Tamatan SMP disini kita mau cari untuk di SMK, pasti mereka gak mau alumni SD mereka atau SMP mereka larinya kesini kan, karena mereka juga punya SMP  
Pendukungnya, ya dengan menggunakan bantuan wali santri yang ada di daerah tersebut, mengenalkan al-faruqi dengan membawa brosur
12. Bagaimana implementasi strategi pemasarannya pada tahap awal dulu pak? Apakah ada target pasar dan segmentasi pasar?  
Jawaban: ada,
13. Apakah sekolah memperhatikan terlebih dahulu jumlah penghasilan orang tua/wali murid?  
Jawaban: iya, kita disini ada namanya sistem silang, jadi pada saat pendaftaran ada mengisi formulir orang tua, nah untuk anak yatim setelah mendaftar dapat mengajukan surat anak yatim, bahkan tidak untuk anak yatim saja tetapi jika ada anak kembar maupun dua bersaudara atau lebih sekolah di SMP Al-faruqi memberi potongan.
14. Apakah ada SMP Al-faruqi melakukan analisis perubahan pemasaran sesuai tren yang ada?



Jawaban: ada, kita kan punya tv (Al-faruqi Tv) setiap ada kegiatan sholat jum'at kita live langsung, ada kegiatan apa saja seperti tamu dating kita live secara langsung, otomatis itu disiarkan langsung melalui facebook

15. Apakah ada program unggulan di SMP Al-faruqi pak? Jika ada apa saja program unggulannya?

Jawaban: program unggulannya yaitu program plus yang didalamnya ada tahfiz dan kemudian mereka mempelajari budaya melayu serta Bahasa arab dan inggris, bahkan mereka juga belajar membuat tanjak. Jadi setiap ada tamu dikasih tanjak

16. Apakah diferensiasi SMP Al-faruqi dengan sekolah lain?

Jawaban: kalau disini perempuan semua

17. Apakah reward yang diberikan untuk siswa yang berprestasi?

Jawaban: tergantung perlombaan, tapi tidak hanya saat perlombaan saja, seperti kemaren itu pihak yayasan turun langsung maupun kadang mendapat laporan dari santri-santri bahwasannya ada anak santri yang suka membersihkan asramanya ketika anak-anak yang lain tidak peduli akan kebersihan asrama, jadi asrama itu menjadi asrama terbersih. Nah oleh yayasan terdengar dengan kami, itu kami respon dengan memberikan dia hadiah uang 400 ribu, kemudian untuk memotivasinya diumumkan ke depan santri lain.

18. Apa yang sekolah ini lakukan ketika diketahui banyaknya para pesaing sekolah yang bergerak dalam bidang jasa yang sama ?

Jawaban: kalau untuk memasaran jujur saja saya tidak memandang/mempedulikan sekolah lain, jadi rezky Allah yang ngatur dan tetap percaya diri

19. Apakah ada website resmi SMP Al-Faruqi? Dan berapa kali pembaharuan kontennya?

Jawaban: Ada, konten diperbaharui hamper setiap hari, jadi setiap acara maka kami updet langsung

20. Apakah ada pelatihan untuk guru pak?

Jawaban: ada, kita lakukan dalam seminggu 2 kali

21. Bagaimana cara yang bapak lakukan agar pemasaran sekolah tetap stabil?

Jawaban: dengan cara mengevaluasi setiap kegiatan, mana yang sudah berjalan atau tidak dan mana yang perlu ditambah

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

### Ketua Tata Usaha Sekolah

1. Pada tahap awal sebelum promosi sekolah, apakah SMP Al-Faruqi melakukan identifikasi pasar pak?

Jawaban: “Tentu dalam promosi, kita menyiapkan segala sesuatunya diawal dengan sangat matang, artinya kita melihat peluang mana yang sangat berpengaruh agar hasil promosi sesuai tujuan. Misalnya seperti melakukan riset, kemudian menyiapkan dokumen, lalu mengumpulkan data untuk bahan pertimbangan. Nah dari situ lah kita bisa tau kira-kira kita harus melakukan promosi.

2. Bagaimana pelayanan yang bapak berikan sebagai ketua tata usaha sekolah?

Jawaban: Sebagai tata usaha pasti berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan pendidikan, baik itu dari urusan surat menyurat kemudian perjinan dan lainnya yang berkenaan dengan administrasi sekolah, dan memberikan yang baik itu lah sebagai salah satu bentuk cara dalam mempertahankan kualitas pendidikan di sekolah kita.

3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh SMP Al-Faruqi?

Jawaban: Sebagai tata usaha pasti berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan pendidikan, baik itu dari urusan surat menyurat kemudian perjinan dan lainnya yang berkenaan dengan administrasi sekolah, dan memberikan yang baik itu lah sebagai salah satu bentuk cara dalam mempertahankan kualitas pendidikan di sekolah kita

4. Apa faktor penghambat dalam promosi pemasaran?

Jawaban: Pada awal-awal pemasaran dulu, SMP Al-Faruqi karena pemasarannya datang ke daerah-daerah diluar kota, kemudian mendatangi sekolah-sekolah, kendalanya yaitu diperizinan. Sama seperti ibu sekarang sebelum meneliti sekolah ini masukin surat dulu untuk izin meneliti, nah begitu juga dengan kita sebelum kita membagikan brosur ke sekolah, kita masukin surat dulu. Pada saat perizinan beberapa sekolah ada yang tidak memberi izin promosi di sekolah tersebut

5. Apa faktor pendukung dalam promosi pemasaran?

Jawaban: Untuk sekarang Allhamdulillah lebih dipermudah lagi dalam promosi, sudah ada internet, media sosial. Jadi segala sesuatu kegiatan yang berkenaan untuk promosi sekolah kita bisa membagikannya di sosial media dan untuk promosi ke daerah-daerah kita dapat memanfaatkan siswi-siswi dalam promosi

6. Apakah SMP Al-Faruqi pernah mengadakan rapat dengan wali murid?

Jawab : Kita ada sering mengadakan rapart atau pun acara-acara besar yang terkadang mengundang orang tua/wali murid dan kita juga ada





whatsapp group yang di dalamnya ada orang tua/wali murid. Dalam whatsapp group tersebutlah kita dapat menerima masukan dari wali murid

7. Apa yang membedakan SMP Al-Faruqi dengan sekolah lain?

Jawaban : Secara rasional ya kurikulum yang kita gunakan, disini kita memakai kurikulum standar internasional dan memiliki program yang berbeda dari sekolah lain, contoh program yang kita punya itu program plus. Kemudian segmentasi secara emosional disini contohnya menjalin silaturahmi yang baik dengan orang tua/wali santri itu bisa ya, karna silaturahmi merupakan bentuk pendekatan kita secara emosional dengan orang tua santri, yang nantinya SMP Al-Faruqi ini memiliki citra yang baik di masyarakat

### HRD

1. Pada tahap awal sebelum promosi sekolah, apakah SMP Al-Faruqi melakukan identifikasi pasar pak?

Jawaban: Berhubung HRD ini kan lebih ke sumber daya nya, maka yang jadi tanggung jawab kita pada saat reequitment peserta didi gitu, jadi pada saat PPDB itulah kita yang bertanggung jawab sekaligus kita yang begang website resmi SMP Al-Faruqi

### Tim publikasi

1. Benar, Al-Faruqi sering mengadakan acara-acara dengan mengundang tokoh agama kemudian pernah juga kita menghadirkan bapak gubernur. Kita sebagai tim publikasi harus stand by untuk dalam proses dokumentasi, agar nantinya orang tua/wali murid yang tidak dapat menghadiri acara tersebut tetap bisa menyaksikannya, kemudian itu juga termasuk promosi untuk Al-Faruqi

UIN SUSKA RIAU



## Orang Tua/Wali Murid

1. Darimana bapak mengenal SMP Al-Faruqi?

**Adnan:**

Pada saat kami masukan anak kami kesini itu dari brusor, jadi pihak Yayasan menyebarkan brosur allhamdullilah kami dapat brosur itu dan kita pelajari sekolah ini dan akhirnya anak kita sekolah sini

**Nanda Yusuf:**

Sama bapak juga dapat melalui brosur, karena anak saya masuk di SMP Al-Faruqi pada Angkatan kedua

**Rasyid:**

Saya mengenal Al-Faruqi dari rekan kerja yang bercerita tentang anak beliau yang bersekolah di SMP Al-Faruqi

**Sri Jumiati:**

Kebetulan rumah saya di Rokan Hulu, jadi ketepatan kemaren waktu yayasan Al-Faruqi promosi didaerah tempat tinggal saya, nah dari situ lah saya mengenal Al-Faruqi

**Arhab:**

Dari rekan kerja saya, kebetulan keluarga beliau ada anaknya yang bersekolah di SMP Al-Faruqi

2. Pada saat hari llibur apakah anak bapak/ibu ada dibekali brosur SMP Al-Faruqi?

**Arhad**

Setahu saya sering ya, hampir setiap liburan anak kami dikasih 2 brosur dan kemaren anak saya pernah bilang kalau mau bertausiah ke daerah Rokan Hulu

**Sri Jumiati**

“Iya, jadi anak saya setiap liburan ada dikasih 2 brosur untuk diberikan kepada orang yang kita kenal dan kamaren juga anak saya pernah cerita kalau mereka ada acara seperti safari ke daerah-daerah gitu, terus pengisi acaranya diisi oleh para siswa contohnya seperti tausiah gitu

**Rasyid**

Untuk promosi pernah ke daerah rokan hulu dan yang mengisi acara tersebut adalah para santri.

**Nanda Putra :**

Benar, saya termasuk orang yang mengenal Al-Faruqi dari brosur dan kebetulan waktu itu Al-Faruqi lagi promosi ke daerah kita di Rokan Hulu, kemudian saya dapat juga brosur dari krabat saya

**Adnan :**

Iya, jadi setiap liburan anak kita ada dititipin brosur untuk dibagikan ke krabat atau tetangga



3. Apakah Al-Faruqi memberikan pelayanan yang baik?

**Arhab :**

Pelayanannya saya rasa di Al-Faruqi sudah bagus ya, kemudian juga didukung dengan vasilitas yang bagus dengan kebersihan dan keamanan dilingkungan Al-faruq yang masyallah sudah bagus ya menurut saya pribadi

**Sri Jumiati :**

Pelayanan kita sudah merasa puas lah, seperti misalnya kemaren laptop anak saya tertinggal waktu liburan, dan kemudian saat ingin mengambilnya pihak sekolah benar-benar meriksa betul apakah yang mengambil laptop tersebut orang tua atau krabat dari siswi yang bersangkutan atau tidak.

**Rasyid:**

Untuk pelayanan masyallah ya, saya rasa sudah bagus, dari kebersihan dan keamaan juga sudah bagus

**Nanda Yusuf :**

Bagus pelayanannya kalau ada keluhan kita juga bisa menghubungi pihak sekolah juga dan fasilitasnya sudah terpenuhi, kemudian akses jalan bagus mudah dijangkau

**Adnan :**

Pelayanan jasa nya disini menurut saya sudah bagus, kami tanya anak kami disini juga selalu diisi ilmu-ilmu agama, itu yang membuat orang tua itu yakin dan percaya menitipkan anaknya disekolah ini. Selain itu bila ada keperluan mendadak kita bisa berkomunikasi langsung dengan kepala sekolah, karena kepala sekolah membuka diri untuk apapun keluhan yang diberikan oleh orang tua/wali murid. Kalau untuk vasilitas kalau menurut kami lah selaku orang tua/wali murid vasilitas sudah luar biasa. Anak-anak juga tidurnya pakai AC sudah, kemudian satu kamarnya juga ndak terlalu banyak, vasilitas pendidikannya juga luar biasa gitu kan,sudah menggunakan internet, wifi juga sudah menggunakan. Jadi anak itu disamping dia belajar ilmu agama juga ilmu dunianya juga belajar juga. Kemudian akses jalan, kebetulan saya tinggal di siak nih, ya akses jalan bagus ndak ada masalah

4. Apakah ada beasiswa yang diberikan untuk siswi?

**Arhab :**

Beasiswa untuk anak yatim setahu saya ada

**Sri Jumiati:**



Untuk anak yatim ada ya keringan dalam membayar uang spp dan untuk kami anak ada dua orang disini juga dapat keringan dalam membayar uang sekolah

**Rasyid:**

Untuk anak yatim yang saya tahu ada

**Nanda yusuf :**

Ada, untuk anak yatim ada kemudian ada keringanan biaya juga kalau anak kita lebih dari satu orang disini

**Adnan :** Kalau untuk anak yatim setahu saya ada

5. Apakah SMP Al-Faruqi sering mengadakan acara hari islam maupun nasional?

**Arhab :** Sering kalau acara ya

**Sri Jumiati:**

Untuk acara di Al-Faruqi sering sekali ya, apalagi memperingati hari-hari besar islam, kemudian hari nasional dan banyak ya acara lainnya

**Rasyid:**

Disini sering sekali saya lihat mengadakan acara ya, contoh kemarin ada memperingatin isra mi'raj

**Nanda yusuf:** Iya benar ada

**Adnan :**

Ada, biasanya diikuti sertakan orang tua yang berdomisili di Pekanbaru, kalau yang berasal dari dari luar kota boleh bila berkesempatan hadir

6. Apakah SMP Al-Faruqi pernah mengadakan rapat dengan wali murid?

**Adnan :**

Iya sering, jadi dibulan Ramadhan aja ini ada beberapa kegiatan, ya memang yang diikuti sertakan orang tua yang berdomisili dipekanbaru tapi kalau orang tua yang diluar Pekanbaru belum tentu datang. Akan tetapi tetap menginformasikan kegiatan-kegiatan Yayasan ini kepada orang tua melalui WA, jadi kami punya WA group disitu Yayasan/pihak sekolah memberikan informasi kepada kami orang tua/wali murid.

**Nanda yusuf :**

Sering sekali, jadi setiap ada hari-hari besar keagamaan ataupun nasional pesantren Al-faruqi selalu mengadakan acara dan mengundang wali murid

**Rasyid:**

Yang saya ketahui di Al-Faruqi sering mengadakan kegiatan yang mengundang orang tua, namun jika orang tua tidak bisa menghadiri tidak masalah jika tidak hadir

**Sri jumiati:**



Rapat antara pihak kepala sekolah dengan wali murid, pernah ya, namun tidak selalu saya dapat menghadirinya, sebab rumah diluar kota Pekanbaru

**Arhab :** Acara rapat dengan orang tua sering ya, di SMP Al-Faruqi

7. Apa yang membedakan sekolah SMP Al-faruqi dengan sekolah lain?

**Arhad :**

Tamat dari SMP sudah hafal 6 atau 4 kalau tidak salah saya, kemudian di Al-faruq khusus untuk murid perempuan saja

**Sri jumiati :**

Disini ditargetkan minimal untuk tamat dari SMP Al-Faruqi sudah hafal 6 juz



**Rasyid :**

Hafalan-hafalan Al-qur'an, kemudian juga kami tanya anak kami juga selalu diisi ilmu-ilmu agama, dan disini khusus santri Wanita semua

**Nanda yusuf :**

Ilmu-ilmu agamanya dan silaturahmi yang baik diyayasan ini, kemudian juga ditargetkan minimal untuk tamat dari SMP Al-Faruqi sudah hafal 3 juz. Seperti sekarang inikan mau pulang nih anak-anak, maka dia harus menyeter hafalan dulu baru bisa pulang

**Adnan :**

Ya jelas itu berbeda, contohnya pelajaran agama aja disini kan, kan luar biasa, kemudian malam juga diisi dengan hafalan-hafalan Al-qur'an, kemudian juga kami tanya anak kami juga selalu diisi ilmu-ilmu agama, itu yang membuat orang tua itu yakin dan percaya menitipkan anaknya disekolah ini

#### Empat Orang Siswi

1. Apakah ada memperkenalkan SMP Al-faruqi dengan teman-teman yang lain ataupun keluarga?

**Della:** Ada kak, saya ngajak saudara untuk sekolah disini karna biar enak gitu kalau pulang liburan biar bisa barengan

**Faraz:** Kalau ngenalin ke saudara gak ada kak, tapi saudara saya yang bertanya tentang Al-Faruqi ke saya, apalagi kemaren saya pernah tausia ke daerah saya di Dumai

**Aneta :** Ada kak ngenalin ke sudara-saudara sama temen juga. Kebetulan kita setiap liburan ada dikasih brosur untuk dibawak pulang, jadi lebih muda ngenalinnya ke orang lain

**Amel:** Ada, ngajak saudara-saudara ayo sekolah disini yo, dan kakak juga udah disini.

2. Darimana mengenal SMP Al-Faruqi?

**Amel :** Kalau saya dulu SD terus ada temen ayahnya ngajar disini ustad, terus nawarin sekolah terus dikasih brosur, terus tertarik terus sekolah sini

**Aneta :** Kalau saya dari teman ada juga kak, dari saudara juga ada rekomendid di Al-faruqi itu bagus jadi sekalian mau lihat-lihat kesini dulu. Tau dari omong-omongan aja sih kak, tau nya emang bagus disini jadi kesini

**Faraz :** Saya diajakin temen sih kak, untuk masuk disini, karna kakaknya juga sekolah disini kan, terus waktu jenguk kakak nya kesini saya ikut, sambil lihat-lihat sekolahnya ternyata bagus





## 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.

**Della:** Awalnya orang tua saya yang nawarin untuk sekolah sini, terus saya cari fb Al-Faruqi dan penasaran untuk lihat langsung, ternyata cocok, ya udah masuk disini jadinya

3. Sekolah di SMP Al-Faruqi atas kemauan sendiri atau disuruh orang tua? Dan apa yang membuat betah sekolah di SMP Al-Faruqi?

**Della :** Saya disini kemauan sendiri dan orang tua, terus yang buat betah disini itu orang baik-baik kakak seniornya, terus gak ada kek bullying gitu, terus ruangan yang full AC sama karna ada berkuda juga.

**Faraz:** Awalnya saya disuruh sama ayah kak untuk sekolah disini, terus ayah ngajakin melihat sekolah, terus saya ngerasa cocok lihat vasilitasnya sam ekstrakurikulernya kak, terus ustad, ustadzahnya ramah-ramah. Kalau yang buat saya betah yaitu tadi kak, ekskul, bangunannya sama orang-orangnya

**Aneta:** Kemauan sendiri, peraturan disini juga sesuai, untuk fasilitasnya juga sudah sesuai dan akses jalan kalau saya kan dari luar daerah kak dari pasir dari rohul, jadi kesininya 4 jam, aman-aman aja sih

**Amel:** Dulu sekolah disini kemauan sendiri, soalnya dulu dari kelas empat pengen masuk pondok terus pas kelas enam udah dapat, jadi semangat aja gitu masuk kesini. Terus peraturan disini juga pas. Fasilitasnya sesuai sih kak, kebersihan dan keamanan bagus banget sih kak, kalau disini emang harus bersih. Sampai kami piket harus di control, jadi kalau ada yang piket belum bersih harus ngulang semuanya dan disini aman juga

4. Apakah SMP Al-Faruqi sering mengadakan acara hari islam maupun nasional?

**Della:** Sering kak

**Faraz:** Acara disini sering sih kak, terus juga ngundang ulama-ulama gitu kak

**Aneta:** Sering, selalu sih kak

**Amel:** sering

5. Apa yang membedakan sekolah SMP Al-faruqi dengan sekolah lain?

**Amel:** Yang beda antara sekolah kita sama sekolah lain ada kak, kami sebelum pulang kerumah itu ada target, misalnya pulang ini udah harus hafal 1 juz, jadi kalau kita hafal lebih cepat kita bisa pulang diluan kak, jadi untuk yang belum hafal pulang kesininya harus lebih cepat dari yang lain untuk setoran ayat

**Aneta:** Terus kita sebelum pulang harus sudah hafal dzikir dan doa terus kosa-kata Bahasa inggris dan Bahasa arab dan untuk SMP ada target hafalan tamat dari SMP ini harus hafal 6 juz

**Faraz:** Ada sih kak yang beda, kalau disini kita sebelum pulang harus setoran ayat sama mufrodat dulu, terus siapa yang udah selesaikan setoran semua, boleh pulang kampung dulu

**Della:** Kami sebelum pulang kerumah itu ada target, misalnya pulang ini udah harus hafal 1 juz, hafal kosa kata bahasa arab bahasa inggris, terus disini khusus perempuan semua



#### 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.



## LAMPIRAN 3

## PEDOMAN OBSERVASI

No.	Aspek yang diamati	Ya	Tidak
1.	Memberikan pelayanan jasa pendidikan dengan pelayanan prima		
2.	Sarana dan prasarana sesuai dengan standar Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007		
3.	Akses jalan menuju sekolah terjangkau		
4.	Proses belajar dan mengajar serta kegiatan ekstrakurikuler di sekolah berjalan dengan baik		
5.	Kebersihan lingkungan sekolah sangat terpelihara		
6.	Keamanan sekolah sangat ketat		
7.	Tersedianya aula untuk pertemuan antara orang tua siswa dan sekolah		
8.	Ruangan kelas bersih dan nyaman		
9.	Guru-guru dan siswi yang ramah		
10.	Banyak kegiatan-kegiatan islami yang dihadiri oleh tokoh pendidikan		
11.	Ekstrakurikuler yang menarik		



## LAMPIRAN 4

## HASIL OBSERVASI

No.	Aspek yang diamati	Ya	Tidak
1.	Memberikan pelayanan jasa pendidikan dengan pelayanan prima	√	
2.	Sarana dan prasarana sesuai dengan standar Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007	√	
3.	Akses jalan menuju sekolah terjangkau	√	
4.	Proses belajar dan mengajar serta kegiatan ekstrakurikuler di sekolah berjalan dengan baik	√	
5.	Kebersihan lingkungan sekolah sangat terpelihara	√	
6.	Keamanan sekolah sangat ketat	√	
7.	Tersedianya aula untuk pertemuan antara orang tua siswa dan sekolah	√	
8.	Ruangan kelas bersih dan nyaman	√	
9.	Guru-guru dan siswi yang ramah	√	
10.	Banyak kegiatan-kegiatan islami yang dihadiri oleh tokoh pendidikan	√	
11.	Ekstrakurikuler yang menarik	√	



## LAMPIRAN 5



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/3660/2021  
Sifat : Biasa  
Lamp. : -  
Hal : **Mohon Izin Melakukan PraRiset**

Pekanbaru, 12 Maret 2021

Kepada  
Yth. Kepala Sekolah  
SMP AL-FARUQI  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum warhamatullahi wabarakatuh*

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : RITA ANDRIANI  
NIM : 11810323302  
Semester/Tahun : VI (Enam)/ 2021  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan Prariset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitiannya di Instansi yang saudara pimpin.

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan III  
  
Dr. Drs. Nursalim, M.Pd.  
NIP. 19660410 199303 1 005

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



## LAMPIRAN 6

**PEMERINTAH KABUPATEN KAMPAR**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
 JALAN H. R SOEBRANTAS NOMOR..... TELP. (0762) 20146  
**BANGKINANG** Kode Pos : 28412

**REKOMENDASI**  
 Nomor : 070/BKBP/2022/114

Tentang

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kampar setelah membaca Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/45550 tanggal 1 Maret 2022, dengan ini memberi Rekomendasi /Izin Penelitian kepada:

1. Nama	:	<b>RITA ANDRIANI</b>
2. NIM	:	11810323302
3. Universitas	:	UIN SUSKA RIAU
4. Program Studi	:	MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
5. Jenjang	:	S1
6. Alamat	:	PEKANBARU
7. Judul Penelitian	:	<b>IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA AL-FARUQI</b>
9. Lokasi	:	<b>SEKOLAH MENENGAH PERTAMA AL-FARUQI</b>

Dengan ketentuan sebagai berikut :

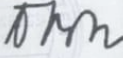
1. Tidak melakukan Penelitian yang menyimpang dari ketentuan dalam proposal yang telah ditetapkan atau yang tidak ada hubungannya dengan kegiatan riset/prariset dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan penelitian/pengumpulan data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dikeluarkan.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Riset ini dan terima kasih.

Dikeluarkan di BANGKINANG  
pada tanggal 02 Maret 2022

a.n. **KEPALA BADAN KESBANGPOL KAB. KAMPAR**

Kepala Bidang ideologi, wawasan kebangsaan  
dan karakter Bangsa

  
**ONNITA, SE**  
Pembina ( IV/a)  
NIP. 19661009 198803 2 003

Rekomendasi ini disampaikan Kepada Yth;

1. Kepala SMP Pertama Al-faruqi Kab. Kampar.
2. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru.
3. Yang bersangkutan.



## LAMPIRAN 7

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN  
كلية التربية والتعاليم  
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING

Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647  
Fax. (0761) 561647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id. E-mail: eftak\_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/2262/2022  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Melakukan Riset**

Pekanbaru, 22 Februari 2022 M

Kepada  
Yth. Gubernur Riau  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
Satu Pintu  
Provinsi Riau  
Di Pekanbaru

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : RITA ANDRIANI  
NIM : 11810323302  
Semester/Tahun : VIII (Delapan)/ 2022  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Implementasi Strategi Pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi  
Lokasi Penelitian : Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi  
Waktu Penelitian : 3 Bulan (22 Februari 2022 s.d 22 Mei 2022)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

a.n. Rektor  
Dekan

Dr. H. Kadar, M.Ag.  
NIP.19650521 199402 1 001

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau




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

## Lampiran 8




**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
 Email : [dpmtsp@riau.go.id](mailto:dpmtsp@riau.go.id)

---

**REKOMENDASI**  
 Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/45550  
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **DEKAN FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/2262/2022 Tanggal 22 Februari 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


1. Nama	:	RITA ANDRIANI
2. NIM / KTP	:	118103233020
3. Program Studi	:	MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
4. Jenjang	:	S1
5. Alamat	:	PEKANBARU
6. Judul Penelitian	:	IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA AL-FARUQI
7. Lokasi Penelitian	:	SEKOLAH MENENGAH PERTAMA AL-FARUQI KAMPAR

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperiunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 1 Maret 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI RIAU**

**Tembusan :**  
**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar  
 Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. DEKAN FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

## LAMPIRAN 9



السلامة العامة  
**SMP AL-FARUQI**  
 AL-FARUQI JUNIOR HIGH SCHOOL

Jl. Kohang Raya, No. 27, Kampung Baru, Desa Kualu, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Prov. Riau  
 Telp/HP. (0761) 6700735 / 081372019043 / 08127604250

Nomor : 158/SMP-AF/i/2022  
 Lampiran : -  
 Hal : *Balasan Izin PraRiset*

Kepada Yth,  
**Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan**  
**UIN Sultan Syarif Kasim Riau**  
 di  
 Pekanbaru

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

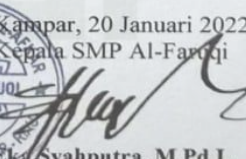
Dengan hormat, semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita dalam menjalankan aktifitas sehari-hari. Amin.

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan Nomor Un.04/F.II.4/PP.00.9/3660/2021 tentang izin melaksanakan *PraRiset* di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi, maka dengan ini kami menerangkan bahwa:

Nama : RITA ANDRIANI  
 NIM : 11810323302  
 Semester/Tahun : VI (Enam)/ 2022  
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

diberikan izin untuk melakukan *PraRiset* di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan *Jazakumullah Khairan*.

Kampar, 20 Januari 2022  
 Kepala SMP Al-Faruqi  
  
 Elia Syahputra, M.Pd.I.



## LAMPIRAN 10

## PEDOMAN WAWANCARA

*Ace Mstmen*  
*24/3/2022*


## KEPALA SEKOLAH

1. Strategi apa yang dipakai bapak/Ibu untuk pemasaran ini?
2. Apa saja hambatan dan pendukung bapak/ibu dalam mempromosikan sekolah ini?
3. Bagaimana cara sekolah dalam mengimplementasikan strategi pemasaran ?
4. Apakah ada proses identifikasi pasar sebelum SMP AL-FARUQI berdiri pak?
5. Apakah sekolah melakukan analisis terkait perubahan tren pemasaran atau kebutuhan para masyarakat?
6. Bagaimana perencanaan yang dilakukan oleh sekolah dalam menyusun strategi pemasaran?
7. Bagaimana bapak dalam menentukan target/segmentasi pasar untuk SMP Al-Faruqi
8. Apakah sekolah memperhatikan terlebih dahulu jumlah penghasilan para orang tua murid sebelum memutuskan besarnya biaya pendidikan yang harus dikeluarkan untuk menyekolahkan anaknya disini ?
9. Apakah sekolah melakukan kategorisasi manfaat produk dan pelayanan dalam menentukan pasar sasaran?
10. Apakah sekolah melakukan pengamatan terhadap keinginan dan kebutuhan para pelanggan jasa pendidikan?
11. Program unggulan apa yang telah dijalankan oleh sekolah, untuk menjadikan sekolah yang jauh lebih baik ?
12. Dari kurikulum yang digunakan, adakah komponen yang paling diunggulkan oleh sekolah terkait itu keagamaan, kesenian atau yang lainnya, untuk dijadikan sebagai ciri khusus dari sekolah ini ?
13. Apa keunggulan yang ditawarkan dari sekolah ini sehingga berbeda dengan sekolah lain?
14. Bagaimana cara komunikasi pemasaran dalam mempromosikan SMP Al-Faruqi? Apakah ada special events seperti seminar atau workshop, bekerjasama dengan Lembaga lain dan memberi beasiswa?
15. Bagaimana sekolah memperhatikan rentang kemampuan peserta didik ?
16. Apa reward yang diberikan ketika peserta didik berprestasi ?
17. Apa yang sekolah ini lakukan ketika diketahui banyaknya para pesaing sekolah yang bergerak dalam bidang jasa yang sama ?
18. Bagaimana sekolah memposisikan dirinya diantara para competitor dari sekolah lain ?
19. Bagaimana prospek masa depan lulusan sekolah ini ?
20. Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan media cetak ? apa saja yang digunakan sebagai media promosinya ?
21. Apakah SMP Al-faruqi memiliki website resmi untuk sekolah?
22. Tema apa saja yang sekolah gunakan untuk mempromosikan jasa pendidikan?
23. Seberapa sering sekolah melakukan pembaharuan isi konten/ tema informasi yang tertera pada media komunikasi pemasaran yang digunakan ?
24. Adakah sekolah melakukan kegiatan pelatihan dan pengembangan potensi diri kepada tenaga pendidik dan kependidikan sekolah?
25. Apa yang Bapak lakukan ketika mendapat keluhan dari para pelanggan jasa pendidikan?
26. Bagaimana langkah-langkah yang bapak lakukan sehingga hasil dari pemasaran sekolah tetap stabil?





## LAMPIRAN 11


**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
 كلية التربية والتعليم  
**FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING**  
amat : J. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampar Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

---

**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA**  
**SKRIPSI MAHASISWA**







1. Jenis yang dibimbing :  
 a. Seminar usul Penelitian :  
 b. Penulisan Laporan Penelitian :


2. Nama Pembimbing : Irawati, S.Pd.I, M.Pd.I  
 a. Nomor Induk Pegawai (NIP) :

3. Nama Mahasiswa : Rita Andriani

4. Nomor Induk Mahasiswa : 11810323302

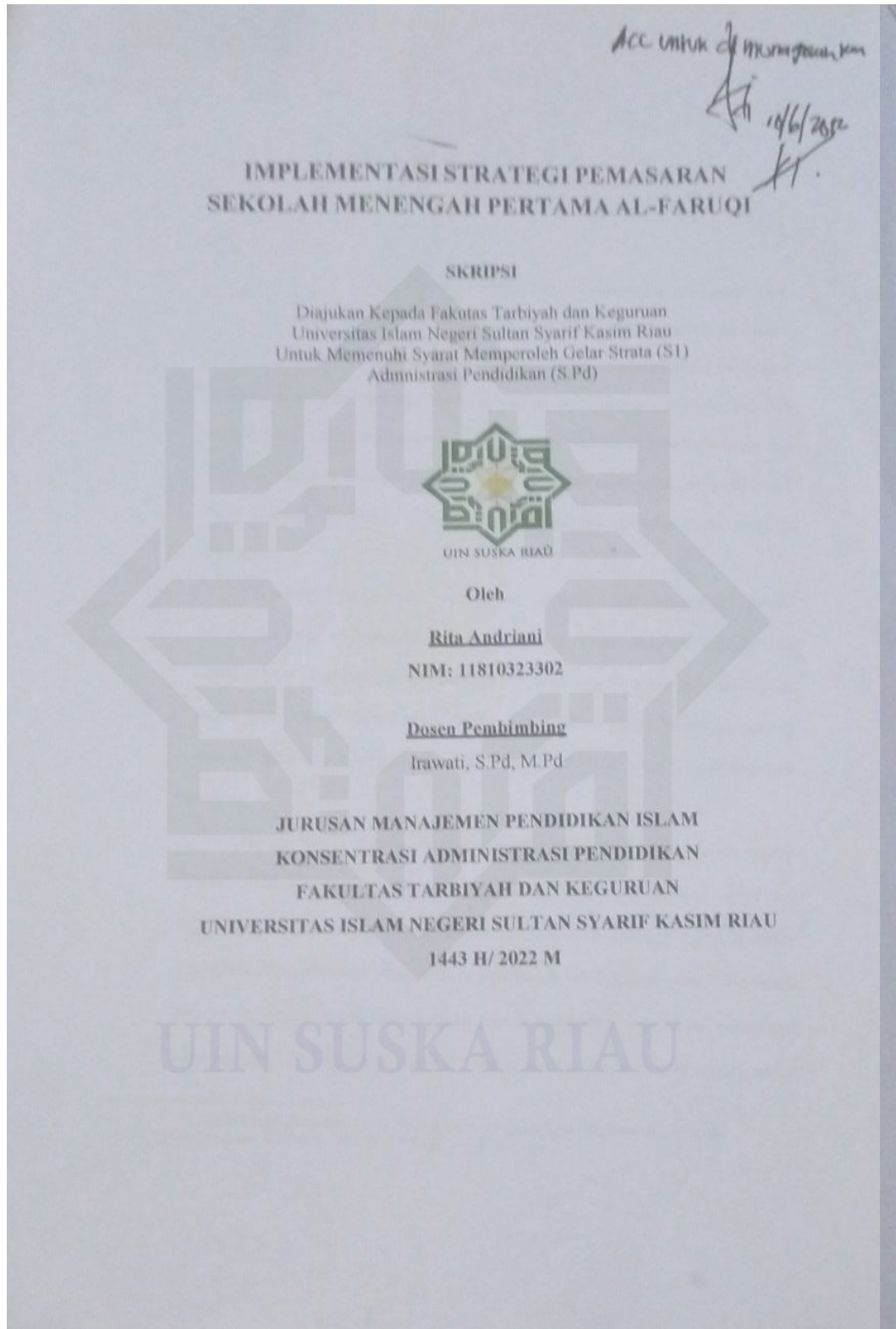
5. Kegiatan : Bimbingan Skripsi

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	Selasa 08/2022 /03	- Bimbingan proposisi - Bimbingan Instrumen		
2	Selasa 31/2022 /05	- Menambah informan Penelitian - Revisi Pengumpulan data		
3	Jum'at 03/2022 /06	- Perbaiki footnote - Perbaiki Penomoran		
4	Selasa 07/2022 /06	- Abstrak		
5	Kamis 09/2022 /06	- Tambah Teori - Perbaiki Proposisi		
6	Jum'at 10/06/2022	Acc untuk dimonjaskahkan		

Pekanbaru, 08 Juni 2022  
Pembimbing,  
  
Irawati, S.Pd.I, M.Pd.I



## Lampiran 12



© Hak cipta 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.



## LAMPIRAN 13

### DOKUMENTASI WAWANCARA

#### Wawancara dengan Kepala Sekolah



#### Wawancara dengan Waka Humas



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.



## Wawancara dengan Wali Murid



Wawancara dengan Siswi



### 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.



## LAMPIRAN 14

## WEBSITE SMP AL-FARUQI KAMPAR

**DATA REFERENSI**  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN & KEBUDAYAAN

**Profil Satuan Pendidikan / Lembaga**

Identitas Satuan Pendidikan / Lembaga | Dokumen dan Perjinan | Sarana Prasarana | Kontak | Gallery Foto | Map | Histori Data

Nama : SMP AL-FARUQI  
 NPSN : 69980342  
 Alamat : Jl. Kubang Raya No. 27, Desa Kualu  
 Kode Pos : 28468  
 Desa/Kelurahan : Kualu  
 Kecamatan/Kota (LN) : Kec. Tambang  
 Kab.-Kota/Negara (LN) : Kab. Kampar  
 Propinsi/Luar Negeri (LN) : Prov. Riau  
 Status Sekolah : SWASTA  
 Waktu Penyelenggaraan : Sehari Penuh/6 hari  
 Jenjang Pendidikan : SMP

**Link Terkait Master Referensi**

1. Peserta Didik
2. Pendidik dan Tenaga Kependidikan

**Unit Layanan Terpadu Kemdikbud**  
 Gedung C Lantai 1 Kompleks Kemdikbud Senayan Jakarta, 10270  
 Call center : 177 • Telp : 021 5703303

**HelpDesk KEMENAG**  
 Telp : 021-34833235

mediacenter.riau.go.id/read/61178/gubernur-riau-beri-senangat-santriwati-al-far.html

HOME DAERAH OLAHRAGA PUBLIKASI EKONOMI KESEHATAN GALERI COVID-19 INDEX

**DI RS RUJUKAN SPESIALIS DIAMBIL UNTUK PEMERIKSAAN LAB & PASIEN DI RUANG ISOLASI**

**JIKA MERASA TIDAK SEHAT**

**BERITA TERKAIT**

Pekanbaru-- Gubernur Riau Syamsuar menghadiri kegiatan menyambut bulan suci Ramadhan 1442 Hijriah di Pondok Pesantren Al-Faruqi Yayasan Islam Al-Ikhar Desa Tarai Bangun Kabupaten Kampar, Sabtu (20/3/2021).

Pemprov Riau Upayakan Permintaan Uj Emnat Pabrik

**RADIO SOLERAM**  
radio.riau.go.id

00:00 / 00:00

24°C 6:01 15/06/2022

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

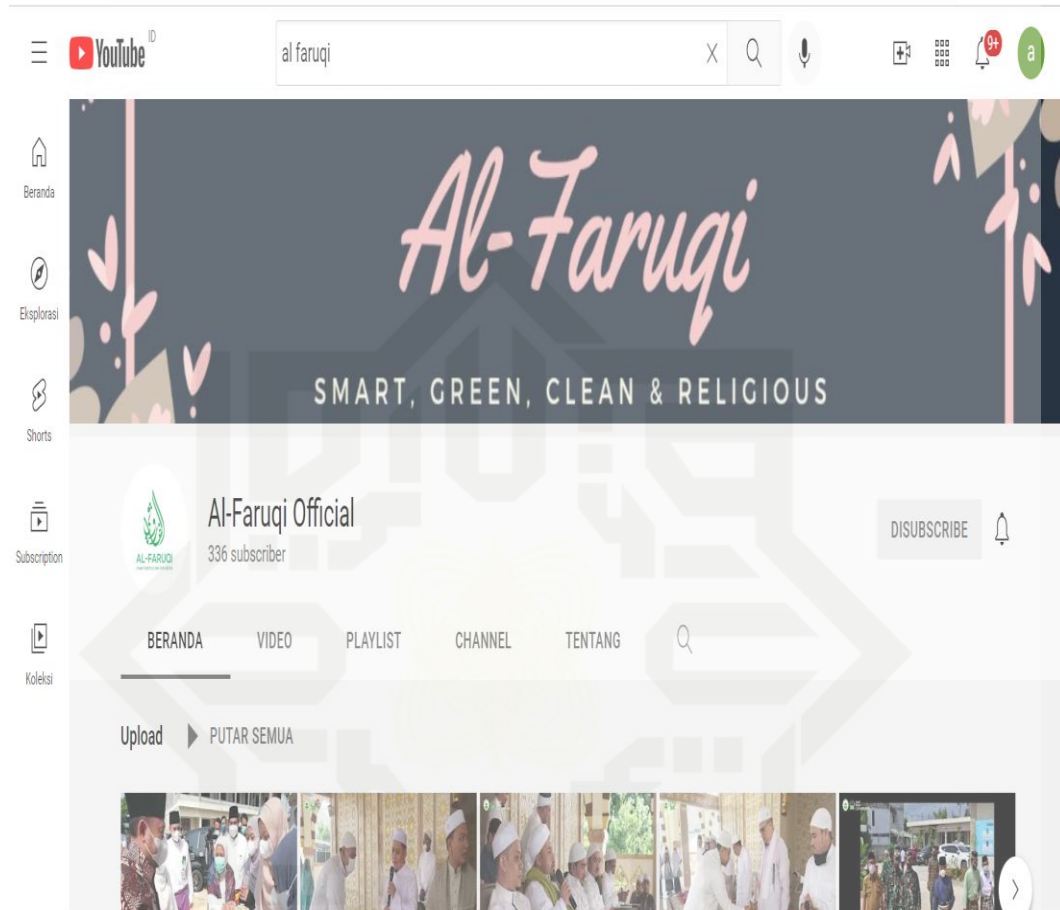
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



## Lampiran 15

## YOUTUBE SMP AL-FARUQI KAMPAR



© Hak cipta 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.



## LAMPIRAN 16

## FACEBOOK SMP AL-FARUQI KAMPAR

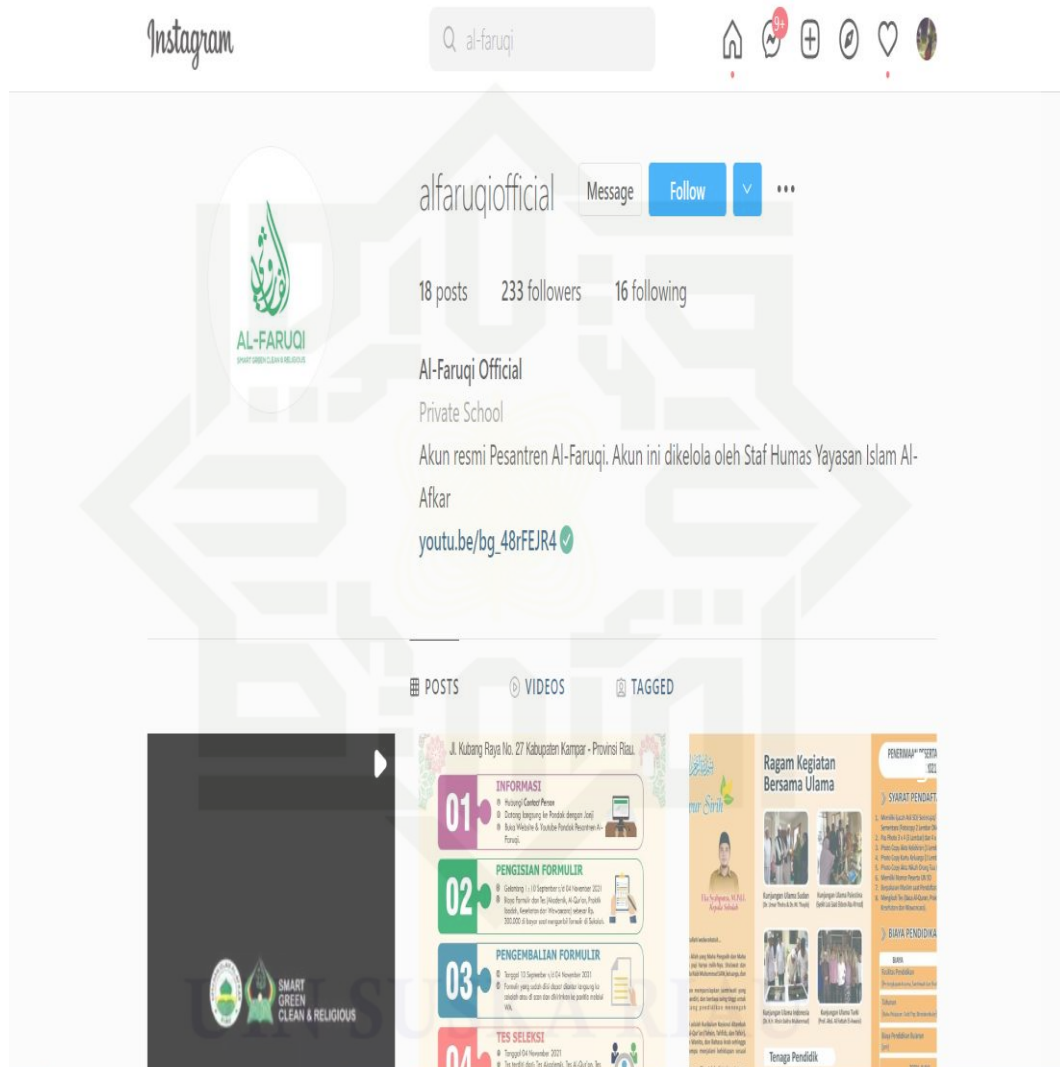
Facebook search results for "alfaruqi tv". The search bar shows "alfaruqi tv". The results are filtered to "Semua". A post from "Alfaruqi TV" (Acara TV · 199 menyukai ini) is displayed. The post text reads: "Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, mari kita terapkan hidup sehat dengan mengikuti protokol kesehatan untuk pencegahan penyebaran virus covid-19". Below the text is a blue button labeled "Ikuti". Underneath the post is a "Foto" section showing a grid of six images, each captioned "Oleh Alfaruqi TV".

Facebook search results for "alfaruqi tv". The search bar shows "alfaruqi tv". The results are filtered to "Semua". A "Video" section is displayed with three video thumbnails. The first video is titled "Profil Pondok Pesantren Alfaruqi" by Alfaruqi TV, dated 7 Jan 2019 - 173 Tayangan, with a duration of 7:37. The second video is titled "Kegiatan : Ramadhan Family Al-Faruqi Bersama : Ustadz. Dr. H. Zulkarnain Umar Judul : Apa yg kita harapkan di akhir..." by Alfaruqi TV, dated Sudah Melakukan Siaran Langsung - 1 rb Tayangan, with a duration of 16:59. The third video is titled "Jalan santai bersama santri PP putri alfaruqi" by Suib, dated 1 Feb - 128 Tayangan, with a duration of 1:19. A "Lihat Semua" button is visible at the bottom.



## LAMPIRAN 17

## INSTAGRAM SMP AL-FARUQI KAMPAR



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiplak atau menyalin seluruhnya atau sebagian dari 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.





## LAMPIRAN 18

## BROSUR SMP AL-FARUQI KAMPAR



**Sekapur Sirih**



**Hj. Mahyani Royan**  
*Ketua Yayasan*



**Eka Syahputra, M.Pd.I.**  
*Kepala Sekolah*

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh...

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Segala puja dan puji hanya milik-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabat.

SMP Al-Faruqi bertujuan mempersiapkan santriwati yang beriman, berakhlak mulia, mandiri, dan berdaya saing tinggi untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah (SMA/SMK/MA/MIK).

Kurikulum SMP Al-Faruqi adalah Kurikulum Nasional ditambah dengan Program Plus yaitu Al-Qur'an (Tahsin, Tahfidz, dan Tafsir), Hadits, Akidah Akhlak, Fiqh Wanita, dan Bahasa Arab sehingga lulusannya diharapkan mampu menjalani kehidupan sesuai dengan tuntunan Agama.

Untuk terwujudnya Program Plus telah disiapkan tenaga-tenaga pendidik yang sesuai bidangnya dan Unier ilmu nya tamatan dalam dan luar negeri.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan nikmatnya kepada kita semua. Aamiin

Wasalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.




### Ragam Kegiatan Bersama Ulama



**Kunjungan Ulama Sudan**  
(Dr. Umar Thoha & Dr. M. Thayib)



**Kunjungan Ulama Palestina**  
(Syekh Loui Saad Edean Abu Ahmad)



**Kunjungan Ulama Indonesia**  
(Dr. K.H. Ahsin Sakho Muhammad)



**Kunjungan Ulama Turki**  
(Prof. Abd. Al Fattah El-Awalsi)

### Tenaga Pendidik

Tenaga Pendidik terdiri dari Sarjana-sarjana yang berkompeten dibidangnya baik S1, S2 maupun S3 Lulusan dalam dan luar negeri.

### Lembaga Pendukung

- Direktorat Pembinaan SMP Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI
- Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kampar

### PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) TP. 2021/2022

» SYARAT PENDAFTARAN

- Memiliki Ijazah Asli SD/ Sederajat/ Surat Keterangan Sementara (Fotocopy 2 Lembar Dilegalisir)
- Pas Photo 3 x 4 (3 Lembar) dan 4 x 6 (3 Lembar)
- Photo Copy Akta Kelahiran (1 Lembar)
- Photo Copy Kartu Keluarga (1 Lembar)
- Photo Copy Akta Nikah Orang Tua (1 Lembar)
- Memiliki Nomor Peserta UN SD
- Bergakaian Muslim saat Pendaftaran
- Mengikuti Tes (Baca Al-Quran, Praktik Ibadah, Tertulis, Kesehatan dan Wawancara).

» BIAYA PENDIDIKAN

BIAYA	JUMLAH
Fasilitas Pendidikan <small>(Perengkapan Asrama, Sanitasi dan Shalat)</small>	Rp. 14.950.000
Tahunan <small>(Buku Pelajaran, Fisik Pnp, Ekstrakurikuler)</small>	Rp. 3.000.000
Biaya Pendidikan Bulanan <small>(SPP)</small>	Rp. 1.550.000
<b>TOTAL BIAYA</b>	<b>Rp. 19.500.000</b>

» JADWAL PENDAFTARAN & TES

- Hari : Ahad s/d Sabtu
- Jam : 08.00 - 12.00 WIB (Pagi)
- 13.00 - 16.00 WIB (Siang)

» CONTACT PERSON

- 0823 8485 5255 (Ust. Devizar Gustin)
- 0812 1101 4039 (Ust. Eka Syahputra)
- 0811 7675 099 (Ustzh. Sulastri)
- 0852 7166 9913 (Ustzh. Yanthi Sumarsih)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Rita Andriani**, lahir di Rokan Hilir 10 Juni 2000.

Anak pertama dari Bapak Muhammad Ali Siregar dan Ibu Ponimah. Pada tahun 2006 masuk SDN 017 Lapangan C, Desa Tanjung Medan Barat, Kecamatan Tanjung Medan, Kabupaten Rokan Hilir. Penulis melanjutkan MTS ke

Pondok Pesantren Modren Al-Majidiyah Bagan Batu pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA di MAN Rantau Prapat pada tahun 2015.

Setelah menamatkan studi di MAN, penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam pada tahun 2018. Pada pertengahan Juli hingga akhir Agustus 2021 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Balai Jaya, Kecamatan Balai Jaya, Kabupaten Rokan Hilir. Setelah itu penulis melaksanakan Program Pengalaman Lapangan (PPL) di SMAN 3 Pekanbaru selama 3 bulan, dari awal bulan Oktober hingga pertengahan Desember 2021.

Penulis melaksanakan penelitian ilmiah pada 22 Februari 2022 sampai dengan 22 Mei 2022. Dan akhirnya penulis dapat mengikuti sidang munaqasyah dengan judul skripsi **“Implementasi Strategi Pemasaran di Sekolah Menengah Pertama Al-Faruqi Tambang Kabupaten Kampar.”**



© Hak cipta 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.