



**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN PROGRAM TAHFIDZ
DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK
DI SMAN 1 PADANG PANJANG**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Penyelesaian Studi
Jurusan Manajemen Pendidikan Islam*

OLEH

**NAILUL HUSNI
NIM. 1730103048**

**JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
2021 M/1442 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nailul Husni
Nim : 1730103048
Tempat, Tgl Lahir : Tanjung Barulak 08 Juni 1997
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran pendidikan Program Tahfidz Dalam Menarik Minat Peserta Didik Di SMAN 1 Padang panjang”**. Adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 12 Agustus 2021



Nailul Husni
NIM.1730103048

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama **Nailul Husni, NIM 1730103048** dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN PROGRAM TAHFIDZ DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK DI SMAN 1 PADANG PANJANG”** memandang bahwa SKRIPSI yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 22 Juli 2020

Pembimbing

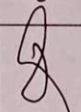


Drs. Hafulyon, M.M

NIP.195703011983031002

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Nailul Husni, NIM. 1730103048, dengan judul : "STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN PROGRAM TAHFIDZ DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK DI SMAN 1 PADANG PANJANG". Telah di uji dalam ujian *Munqasyah* Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 10 Agustus 2021.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Drs. Hafulyon M.M NIP.195703011983031000	Ketua Skripsi/Pembimbing Skripsi		20/8/21
2	Dr. Ardipen, M.Pd., Kons NIP.197205052001121002	Penguji Utama		19/8/2021
3	Dr. Himyar Pasrizal. S.E.,M.M. NIP.197805242005011000	Penguji Pendamping		18/8/2021

Batusangkar, Agustus 2021
Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan



Dr. Ardipen, M.Pd
NIP. 19650504199301003

ABSTRAK

NAILUL HUSNI, NIM 1730103048, Judul Skripsi “STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN PROGRAM TAHFIDZ DALAM MENARIK MINAT PESERTA DIDIK”, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, tahun 2021.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah melihat bagaimana strategi pemasaran pendidikan program tahfiz yang dilakukan di SMAN 1 Padang panjang dalam menarik minat peserta didik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran, implementasi, dan bagaimana hasil yang dicapai dalam memasarkan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang. Adapun Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan 1) Strategi pemasaran pendidikan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang dalam menarik minat peserta didik? 2) Implementasi strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang panjang?. 3) Hasil yang dicapai dalam strategi pemasaran pendidikan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dan mengambil lokasi di SMAN 1 Padang Panjang. Alat bantu yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah berupa *handphone*, buku catatan, pena. *Handphone* digunakan sebagai alat perekam suara dari informan. Teknik pengumpulan data penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti dengan Pembina asrama, waka kurikulum dan KGG guru PAI yang ada di SMAN 1 Padang panjang. Untuk melihat keabsahan datanya, peneliti menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pendidikan program tahfiz bagus karena sekolah memiliki strategi dalam memasarkan program tahfidz, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya minat peserta didik di SMAN 1 Padang panjang. Dapat diketahui bahwa strategi sekolah yaitu strategi memasarkan, Target sasaran, dan penentu posisi sekolah dalam memasarkan program tahfiz di SMAN 1 Padang panjang adalah pemasaran dengan memanfaatkan sosial media (instangram dan facebook), melalui brosur, dan website yang dimiliki oleh SMAN 1 Padang Panjang. Pengimplementasian strategi pemasaran di SMAN 1 Padang Panjang yaitu menggunakan bauran pemasaran *Produk (tahfizul quran)*, *Price (harga)*, *Place (tempat)*, *Promotion (promosi)*, *People (orang)*, *Physical evidence (sarana prasarana)*, *Process (proses)*. Hasil yang dicapai SMAN 1 Padang Panjang sudah terstruktur dengan baik sehingga peminat peserta didik meningkat dari tahun ke tahun.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
BIODATA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Defenisi Operasional.....	9
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Strategi Pemasaran Pendidikan.....	10
1. Pengertian strategi pemasaran pendidikan.....	10
2. Pentingnya strategi pemasaran pendidikan.....	12
3. Tujuan pemasaran jasa pendidikan.....	13
4. Strategi pemasaran jasa pendidikan.....	13
a. Strategi Penentuan Pasar Sasaran Pendidikan.....	14
b. Strategi Penentuan Posisi Pasar Pendidikan.....	16
c. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	18
B. Program Tahfidz Al-Qur'an.....	26
1. Pengertian Program Pendidikan Tahfizhul Quran.....	26

2. Tujuan Pembelajaran Tahfizhul Quran.....	27
3. Materi Pembelajaran Tahfizhul Quran.....	27
4. Metode Pembelajaran Tahfizhul Quran.....	28
5. Strategi Pembelajaran Tahfizhul Quran.....	30
C. Minat Peserta Didik	32
1. Pengertian Minat Peserta Didik.....	33
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	34
D. Penelitian Yang Relevan.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

E. Jenis Penelitian	38
F. Latar dan Waktu Penelitian.....	38
G. Instrumen Penelitian	39
H. Sumber Data	39
I. Teknik Pengumpulan Data.....	39
J. Teknik Analisis Data	40
K. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan umum Penelitian	
1. Letak Sekolah SMN 1 Padang Panjang.....	53
2. Sejarah berdirinya SMAN 1 Padang Panjang.....	53
3. Profil SMAN 1 Padang Panjang.....	54
4. Visi SMAN 1 Padang Panjang.....	56
5. Misi SMAN 1 Padang Panjang.....	56
6. Tujuan SMAN 1 Padang Panjang.....	57
7. Kekhasan SMAN 1 Padang Panjang.....	58
8. Struktur SMAN 1 Padang Panjang.....	58
9. Jumlah Guru dan Siswa SMAN 1 Padang Panjang	59
10. Sarana dan Prasarana SMAN 1 Padang Panjang.....	67
B. Temuan Khusus Penelitian	
1. Hasil Penelitian	

1) Strategi Pemasaran Pendidikan Program <i>Tahfizhul Quran</i> dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.....	69
2) Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Program <i>Tahfizhul Quran</i> dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.....	75
3) bagaimana hasil yang dicapai oleh SMAN 1 Padang Panjang	85
2. Pembahasan	
a. Strategi Pemasaran Pendidikan Program <i>Tahfizhul Quran</i> Dalam Menarik Minat Peserta Didik di SMAN 1 Padang Panjang.....	87
b. Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Program <i>Tahfizhul Quran</i> dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.....	90
c. Bagaimana hasil yang dicapai oleh SMAN 1 Padang Panjang.....	96

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Peserta Didik Program Tahfiz	8
Tabel 2. Defenisi Operasional	10
Tabel 3. Jadwal Penelitian.....	38
Tabel 4. Tenaga Pendidik.....	52
Tabel 5. Tenaga Kependidikan	56
Tabel 6. Data peserta didik.....	58
Tabel 7. Sarana Prasarana	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Wawancara dengan koordinator Pembina asrama.....	66
Gambar 2. Wawancara dengan waka kurikulum.....	67
Gambar 3. Wawancara dengan Ketua KKG Guru PAI.....	68
Gambar 4. peserta wisuda tahfidz terbaik hafidz 30 juz	69
Gambar 5. Peserta seluruh wisuda tahfidz	69
Gambar 6. Kegiatan Cam tahfidz SMAN 1 Padang Panjang.....	70
Gambar 7. Website SMAN 1 Padang Panjang.....	71
Gambar 8. Brosur SMAN 1 Padang Panjang.....	71
Gambar 9. Instangram SMAN 1 Padang Panjang.....	72
Gambar 10. Facebook SMAN 1 Padang Panjang	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	88
Lampiran 2. Kisi-Kisi Wawancara.....	89
Lampiran 3. Catatan Lapangan 1	91
Lampiran 4. Catatan Lapangan 2	92
Lampiran 5. Catatan Lapangan 3	93
Lampiran 6. Catatan Lapangan 4	94
Lampiran 7. Catatan Lapangan 5	95
Lampiran 8. Transkrip Wawancara dengan Pembina Asrama.....	96
Lampiran 9. Transkrip Wawancara dengan Waka Kurikulum.....	105
Lampiran 10. Transkrip Wawancara dengan Ketua KKG Guru PAI...	111
Lampiran 11. Mohon Izin Penelitian.....	112
Lampiran 12. Surat balasan telah melaksanakan penelitian.....	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan pada hakikatnya adalah usaha membudayakan manusia atau memanusiakan manusia. Manusia itu sendiri adalah pribadi yang utuh dan pribadi yang kompleks sehingga sulit dipelajari secara tuntas. Oleh karena itu, masalah pendidikan tak akan pernah selesai, sebab hakekat manusia itu sendiri selalu berkembang mengikuti dinamika kehidupannya. Namun tidaklah berarti bahwa pendidikan harus berjalan secara alami. Pendidikan tetap memerlukan inovasi-inovasi sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tanpa mengabaikan nilai-nilai manusia, baik sebagai makhluk sosial maupun sebagai religious (Sudjana, 1996:2).

Dalam UU Sisdiknas No.20 Tahun 2003 Pasal 1 ayat 1 dinyatakan bahwa:

“Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.”

Dalam kaitannya dengan hal itu, maka kegiatan pendidikan merupakan suatu proses untuk mengubah sikap manusia dari suatu kondisi tertentu terhadap kondisi lainnya. Dengan kata lain, melalui pendidikan akan nampak perubahan dalam bentuk proses pikiran manusia, dari tidak mengerti menjadi mengerti dan tidak mengetahui menjadi mengetahui. Di dalam buku *Dictionary of education* disebutkan bahwa pendidikan adalah: 1. Proses dimana seseorang mengembangkan kemampuan sikap dan bentuk dimana orang mengembangkan kemampuan sikap dan bentuk-bentuk tingkah

laku lainnya di masyarakat tempat ia hidup; 2. Proses sosial dimana orang dihadapkan pada pengaruh lingkungan yang terpilih dan terkontrol (terutama yang datang dari madrasah), sehingga kemampuan sosial dan kemampuan individu yang optimal (Idochi,1987:1).

Dalam beberapa pengertian pendidikan di atas, dapat saya simpulkan bahwa pendidikan mengarah pada satu tujuan yaitu suatu upaya yang dijadikan proses dalam membina diri seseorang maupun masyarakat secara umum supaya dapat menjembatani langkah-langkah dalam menjalani kehidupan sehingga bisa meraih hidup yang diimpikan oleh semua orang yaitu menikmati kehidupan yang serba dilandasi pengetahuan dan hidup sejahtera, semua kebutuhan terpenuhinya dengan munculnya ide kreatif dan inovatif yang hanya bisa didapat dengan proses mengenyam pendidikan.

Untuk mewujudkan tujuan pendidikan keagamaan Islam tersebut yaitu dengan cara melakukan dan mengamalkan apa yang telah menjadi tujuan sesuai dengan ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an. Untuk itu pendidikan Al-Qur'an menjadi hal yang sangat penting untuk mewujudkan tujuan pendidikan keagamaan Islam. Menurut Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2014, Pendidikan Al-Qur'an adalah lembaga pendidikan keagamaan Islam yang bertujuan untuk memberikan pengajaran bacaan, tulisan, hafalan, dan pemahaman Al-Qur'an. Dapat disimpulkan bahwa program Tahfidzul Qur'an (menghafal AlQur'an) merupakan salah satu tujuan dalam pendidikan Al-Qur'an. Sehingga program menghafal Al-Qur'an sangat diperlukan guna untuk menjaga kemurnian dan keaslian Al-Qur'an.

Sekolah sebagai bagian dari lembaga pendidikan pada jalur formal di Indonesia pasti berusaha untuk mendidik siswa-siswinya agar mampu memahami dan menguasai Al-Qur'an demi kelancaran dalam pembelajaran dan menjadikan mereka semakin kokoh beriman,

bertaqwa, dan berakhāq karīmah. dalam Undang-undang RI nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional Bab 1 ketentuan umum pasal 1 angka 1 : Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara. sekolah sebagai produsen perlu memahami keadaan dan kebutuhan (calon) pelanggan sehingga dapat menyediakan jasa yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Selain kondisi eksternal, sekolah juga perlu mempertimbangkan kondisi lingkungan internalnya. Dengan kata lain, keberhasilan strategi pemasaran sekolah tergantung pada kondisi lingkungan dan upaya pemenuhan kebutuhan pihak terkait baik secara internal maupun eksternal.

Berdasarkan paparan di atas dapat diasumsikan bahwa pendidikan merupakan suatu wadah yang digunakan untuk mengembangkan potensi, bakat, minat peserta didik yang salah satunya terwujud dalam program tahfidz Qur'an yang terdapat salah satu sekolah, Salah satu sekolah di Sumatra barat yaitu SMAN 1 Padang Panjang yang mengadakan program ekstrakurikuler (Program Tahfiz) untuk mendukung potensi minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang. Kehadiran program tahfidz al-Qur'an diharapkan dapat menjadi penopang pendidikan mempersiapkan generasi muda muslim-muslimah warga negara Indonesia yang fanatik berislam dengan memiliki kekuatan spiritual sekaligus berakhlāq karīmah dalam melanjutkan perjuangan para pahlawan menghadapi berbagai bentuk kezaliman kaum penjajah demi mewujudkan cita-cita kemerdekaan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang diformulasikan melalui tatanilai Pancasila sebagai termaktub dalam pembukaan undang-undang dasar 1945.

Di masa sekarang ini, kajian terhadap tahfidz al-Qur'an dirasakan sangat signifikan untuk dikembangkan. Banyak lembaga pendidikan Islam di Indonesia saat ini yang menggalakkan dan mengembangkan program tahfidz Al-Qur'an. Hal ini menunjukkan antusiasme masyarakat muslim Indonesia yang tinggi untuk menghafal al-Qur'an dan menjadikan anak-anak mereka sebagai penghafal al-Qur'an. Tren ini juga sebagai tanda akan kemajuan pendidikan Islam. menghafal al-Qur'an dalam rangka berkhidmat kepada Allah. Berawal dari signifikansi ini maka banyak lembaga pendidikan ingin mencetak kaderkader penghafal al-Qur'an. Berbagai macam cara dan strategi dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tersebut.

Menurut Dedi Mulyadi yang dikutip dalam jurnal manajemen yang mengemukakan bahwa, strategi adalah hal yang menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalalam bisnis dan tentang untuk membantu menenangkan persaingan didalam pasar. Menurut Indra Wijaya yang dikutip dalam jurnal ilmu manajemen yang mengemukakan bahwa, strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (objectives), dalam situasi persaingan tertentu. Untuk itu kegiatan dalam pemasaran industri bisnis harus direncanakan sesuai strategi yang optimal.

pemasaran pendidikan adalah usaha untuk memberikan pelayanan prima kepada pelanggan pendidikan dengan cara menetapkan standar biaya, menyediakan pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan serta mensosialisasikan produk pendidikan kepada masyarakat disekitarnya sebagai pelanggan sekaligus pengguna jasa pendidikan. Sebagaimana menurut Alma (2003) pemasaran jasa pendidikan diartikan sebagai suatu proses sosial dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengawasi yang didalamnya

terdapat individu, anggota-anggota dan lembaga pendidikan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada masyarakat. (Khairul Azan, 2019:120-121).

Sistem pendidikan disekolah ibarat berlian yang terkubur di lumpur, maka perlu di ambil, dibersihkan dan disampaikan kepada masyarakat supaya masyarakat mengetahui bahwa di sekolah terdapat berlian. Maka kemudian diperlukan strategi manajemen yang baik guna menyampaikan informasi ini kepada masyarakat melalui strategi pemasaran program tahfidz. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh sekolah dalam menarik minat siswa nya yaitu dengan strategi pemasaran. Strategi pemasaran dapat menjadi sebuah terobosan baru bagi sekolah untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Sekolah sebagai lembaga nonprofit sekaligus segmen kelembagaan yang penting, tujuannya bukanlah penciptaan kekayaan ekonomi melainkan usaha untuk melakukan aktivitas yang secara positif akan mempengaruhi masyarakat pada umumnya (Hax, 2010).

Tahfidz Al-Quran di SMAN 1 Padang Panjang merupakan salah satu dari sekian banyak sekolah SMAN yang ada di Sumatra barat. Sebagai sebuah lembaga pendidikan yang berada ditengah-tengah masyarakat yang sangat antusias terhadap perubahan, maka tentunya Tahfidz Al-Quran di SMAN 1 Padang Panjang tidak terlepas dari berbagai hal yang merupakan dampak adanya globalisasi. Secara geografis SMAN 1 Padang Panjang ini terletak di daerah perkotaan, tentunya dapat dengan mudah mengakses informasi kepada masyarakat dalam meningkatkan minat dan ketertarikan peserta didik tentang program tahfidz.

Tahfidz Al-Quran di SMAN 1 Padang Panjang sudah terstruktur dengan baik, hal ini dibuktikan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program tersebut. SMAN 1 Padang Panjang bukan hanya mengedepankan nilai-nilai keislaman tetapi juga nilai-nilai nasional.

Sehingga peserta didik diharapkan memiliki fondasi iman yang kuat, mempunyai masa depan yang cerah dan mampu bersaing secara sehat. Tahfidz Al-Quran di SMAN 1 Padang panjang merupakan sistem sekolah yang bertujuan agar siswa dapat berakhlak mulia, mandiri dan memiliki kompetensi terlebih dalam menghafal Al-Quran.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan pada bulan juni 2021 dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang untuk memasarkan program tahfiz sebagai program unggulan yang ada di sekolah dalam menarik peserta didik yaitu SMAN 1 Padang Panjang dapat memasarkan melalui brosur didalam brosur tersebut bersamaan dengan imtaq bahwa di SMAN 1 Padang Panjang itu ada program tahfidz sebagai program unggulan yang ada di SMAN 1 Padang Panjang dan sudah masuk dalam dokumen KTSP, Website resmi yang ada di SMAN 1 Padang panjang, serta melalui sosial media seperti akun instangram dan facebook yang digunakan oleh SMAN 1 Padang Panjang, dan juga menginformasikan program tahfiz ini kepada peserta didik secara tidak langsung ketika perpisahan kelas XII sekolah menginformasikan kepada wali murid bahwa di SMAN 1 Padang panjang itu memiliki program unggulan yang terbaik yaitu program tahfiz, menginformasikan kepada wali murid fasilitas seperti asrama yang ada di SMAN 1 Padang Panjang dan juga menginformasikan kepada wali murid bahwa prestasi-prestasi yang telah diraih peserta didik di SMAN 1 Padang panjang. Dengan hal ini wali murid yang sudah menyekolahkan anaknya di SMAN 1 Padang Panjang tertarik untuk bisa juga menyampaikan kepada tetangga atau kenalan bahwa di SMAN 1 Padang panjang mempunyai program tahfiz yang baik dan mempunyai keagamaan yang tidak kalah saing dengan sekolah lain dengan lulusan yang bermutu dan berakhlak mulia. Selalu melakukan pembenahan mengenai fasilitas terutama asrama tahfidz. Adapun yang dilakukan oleh sekolah adalah dalam strategi target sasaran dan juga

strategi posisi sekolah dalam memasarkan program tahfidz yang ada di SMAN 1 Padang Panjang.

Adapun yang menjadi prioritas pendidikan Tahfidz Al-Quran di SMAN 1 Padang Panjang adalah penanaman akhlaqul karimah, pembentukan kemandirian siswa serta pengembangan potensi siswa khususnya dalam menghafal Al-Quran. Pada program ini siswa dibimbing oleh para pementor yang luar biasa, untuk pementornya di datangkan dari markazul Qur'an yang bekerja sama dengan SMAN 1 Padang Panjang.

Selain itu, keunggulan atau kelebihan yang terdapat di SMAN 1 Padang Panjang sudah ada Asrama Tahfidz untuk membimbing siswa-siswa dalam meningkatkan setiap hafalannya yang dibimbing oleh masing-masing pementornya, serta siswa yang tinggal di asrama sudah disediakan agenda harian oleh Pembina asramanya, sedangkan bagi siswa yang tinggal bersama orang tuanya membuat jadwal kegiatan sehari-hari berdasarkan inisiatif sendiri. Kemudian khusus kelas dua belas kegiatan tahfiz ini pada bulan desember ada cam tahfiznya, untuk kegiatan cam tahfiz ini dilaksanakan di luar sekolah di salah satu mesjid yang sekitar padang panjang salah satunya paninjauan, disana dilaksanakan cam tahfiz kegiatannya muraja'ah kemudian terakhirnya dilakukan pengujian untuk siswa tersebut sehingga melalui pengujian ini bisa menentukan hafalan siswa bersangkutan. Setelah pengujian hafalan dilakukan, SMAN 1 Padang Panjang juga memberikan apresiasi untuk siswanya yaitu dengan memberikan sertifikat dari program tahfidz ini, dan diberikan di saat wisuda tahfiz yang dilaksanakan pada saat kegiatan perpisahan kelas dua belas.

Dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang melakukan bauran pemasaran 7p : *Produk (tahfizul quran)*, *Price (harga)*, *Place (tempat)*, *Promotion (promosi)*, *People (orang)*, *Physical evidence (sarana prasarana)*, *Process (proses)*. Dalam pelaksanaan program tahfidz Kegiatan tahfizul quran untuk

seluruh siswa dilakukan pada hari sabtu jam pertama dan kedua, pukul 07.15-09.00 WIB. Siswa dibagi berkelompok sesuai dengan kelasnya dengan memisahkan siswa laki-laki dan siswa perempuan. Siswa laki-laki dipegang oleh mentor laki-laki, dan siswa perempuan juga dipegang oleh mentor perempuan, setiap mentor memegang 15-20 siswa.

Tabel 1
Data Peserta didik Program Tahfidz
SMAN 1 Padang Panjang 2020

No	Tahun	Kelas			Jumlah
	Pelajaran	X	XI	XII	
2	2018/2019	125	128	119	372
3	2019/2020	124	132	126	382
3	2020/2021	144	121	133	398

(Sumber: Arsip Peserta didik program tahfidz SMAN 1 Padang Panjang Tahun 2020/2021)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa Minat Peserta Didik pada Program Tahfidz di SMAN 1 Padang Panjang pada Tahun Pelajaran 2020/2021 meningkat. Oleh sebab itu strategi yang diterapkan sudah berjalan dengan baik.

Berdasarkan fenomena dan data di atas menunjukkan bahwasannya strategi dalam memasarkan program tahfidz di SMAN 1 Padang Panjang sudah optimal, baik dalam startegi sekolah dalam memasarkan, pelaksanaan, sehingga hasil yang dicapai sudah menunjukkan peminat peserta didik dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan strategi sekolah dalam memasarkan program tahfidz serta prestasi yang diperoleh baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Dengan demikian penulis ingin mengetahui bagaimana sebenarnya strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh sekolah sehingga mampu menarik minat peserta didik. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran

Pendidikan Program Tahfidz dalam Menarik Minat Peserta Didik di SMAN 1 Padang Panjang”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka focus penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz dalam Menarik Minat Peserta Didik di SMAN 1 Padang Panjang”

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian di atas maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat calon peserta didik yang digunakan di SMAN 1 Padang Panjang?
2. Bagaimana Implementasi strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang?
3. Bagaimana hasil yang dicapai oleh SMAN 1 Padang Panjang?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menjelaskan Bagaimana strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.
2. Untuk menjelaskan Bagaimana Implementasi strategi pemasaran program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang?
3. Untuk menjelaskan Bagaimana hasil yang dicapai oleh SMAN 1 Padang Panjang?

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritika

- a. Untuk menambah Ilmu Pengetahuan tentang strategi pemasaran Pendidikan program tahfidz
 - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam rangka pengembangan penelitian
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi sekolah bisa mengambil manfaat dari penelitian ini, serta memperbaiki rangkaian kegiatan yang dianggap belum optimal dan sistematis dalam strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.
 - b. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dalam bidang penelitian sehingga mengetahui strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat peserta didik SMAN 1 Padang Panjang.
3. Luaran Penelitian
- Adapun luaran yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :
- a. Artikel hasil penelitian untuk diterbitkan di jurnal ilmiah IAIN Batusangkar
 - b. Laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi

F. Defenisi Operasional

Tabel 2

Variable 1 : Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz

Defenisi Operasional Variabel	No	Dimensi /aspek	Indikator
Bahwa strategi pemasaran Pendidikan program tahfidz serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran sekolah/madrasah dari waktu kewaktu, pada masing-masing tingkatan	1	Strategi pemasaran pendidikan	Defenisi Pentingnya strategi pemasaran pendidikan
	2	Tujuan	Tujuan pemasaran pendidikan
	3		Segmentasi pasar pendidikan

dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan sekolah dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. (Buchari Alma,2008 : 131).		Strategi jasa pemasaran pendidikan	Strategi penentuan sasaran
			Strategi penentuan posisi persaingan
			Strategi bauran pemasaran

Variable 2 : Minat Peserta Didik

Defenisi operasional variable	No	Dimensi / Aspek	Indikator
Bahwa peserta didik adalah orang/Individu yang mendapatkan layanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuan agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dan menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya. Mohammad Mustari (2014: 108)	1.	Minat peserta didik	Defenisi minat
			faktor yang mempengaruhi minat

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran Pendidikan

a. Pengertian Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya (Buchari Alma dan Ratih 2008: 64). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai sama lain (Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin, 2014: 260).

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang digunakan oleh individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Mahmud Machfoedz, 2005: 2). Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran terdiri dari dua unsur yaitu seleksi dan analisis pasar, menciptakan dan menjaga kesesuaian bauran pemasaran. (Mahmud Machfoedz, 2005:73)

Sekolah adalah pendidikan seseorang yang diperoleh di sekolah secara teratur, sistematis, bertingkat, dan dengan mengikuti syarat-syarat yang jelas (mulai dari taman kanak-kanak sampai perguruan tinggi) (Anwar Hafid Dkk 2013:49). Sekolah adalah sebuah lembaga yang dirancang untuk pengajaran siswa (atau murid) di bawah pengawasan pendidik (guru). sebagian besar negara memiliki pendidikan formal, yang umumnya wajib, dalam upaya menciptakan anak didik agar

mengalami kemajuan setelah melalui proses pembelajaran (Abdullah Idi, 2011: 142).

Dari berbagai istilah diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah sebuah proses menawarkan barang dan jasa yang dimiliki dalam suatu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menarik minat peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

b. Pentingnya Strategi Pemasaran Pendidikan

Menurut Converse, Huegy, and Mitchell (1958) dalam buku Muhsin dan Heryati (2014: 265) untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat, sekolah dapat melakukan semacam riset pemasaran. Riset pemasaran adalah riset yang ditujukan untuk mengumpulkan data yang akan digunakan oleh pimpinan untuk merumuskan kebijakan pemasaran dan rencana usaha. Riset pemasaran dapat dilakukan dengan menetapkan sasaran pemasaran (calon konsumennya). Kemudian, meneliti kelompok konsumen yang dituju mengenai aspirasi pendidikannya, kemampuan membayar layanan pendidikan yang diinginkan, dan sebagainya.

Dengan mengetahui sasaran pendidikan serta berapa kemampuan membayar mereka untuk pendidikan itu, pimpinan sekolah dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat. Kesimpulannya adalah sebelum pimpinan sekolah menetapkan strategi pemasaran disekolah terlebih dahulu meneliti calon konsumen atau sasaran pemasaran mengenai aspirasi pendidikannya serta kemampuan membayar layanan pendidikan. Penggunaan istilah marketing pada saat ini sudah sangat berkembang di segala sektor kegiatan. Demikina pula pengertian merleting atau pemasaran sudah lebih luas dan lebih halus. Strategi pemasaran ini digunakan untuk memenuhi kepuasan

konsumen berupa penyediaan layanan bentuk fisik bangunan, sampai layanan berbagai fasilitas dan guru yang bermutu.

c. Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan

Kotler dan fox mendefenisikan bahwa tujuan utama dalam pemasaran pendidikan yaitu :

- 1) Memenuhi misi tingkat sekolah dengan keberhasilan yang besar
- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan
- 3) Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan
- 4) Meningkatkan efesiensi pada kativitas pemasaran pemdidikan

Berdasarkan tujuan pemasaran jasa pendidikan, aktivitas pemasaran jasa pendidikan lebih dari aktivitas penjualan jasa pendidikan , menginformasikan, dan promosi untuk menciptakan permintaan jasa pendidikan. pemasaran jasa pendidikan adalah sebuah keterampilan, perencanaan, dan pengelolaan hubungan pertukaran antara lembaga pendidikan dengan kelompok masyarakat.

d. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Suksesnya strategi pemasaran, tergantung pola pikir pemimpin yang mempunyai pandangan kedepan dan kebelakang dalam kaitannya dengan pemasaran pendidikan, sehingga dapat mempersiapkan karyawan lembaga pendidikan dan siswa untuk menyongsong masa depan lembaga yang dipimpinnya. Seorang pemimpin harus selalu berusahaagar lembaga pendidikan yang dipimpinnya tetap berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, berkembang, dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain, untuk itu pemimpin perlu menentukan dan menerapkan strategi , serta melakukan aktivitas pemasaran jasa pendidikan. (Ma,Mun 2018:21).

Pemasaran jasa pendidikan harus membangun sudut pandang masa depan sekolahnya dengan baik. Oleh karena itu,

pemasaran jasa pendidikan harus memiliki pola pikir yang berpandangan ke depan dan jangka panjang, sehingga dapat menghasilkan peserta didik yang berkualitas untuk menyongsong identitas diri sekolah. (Atika Kheirini selsy 2018:15)

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Cravens & Piercy “*each market segment of interest needs to be studied to determine its potential attractiveness as a market segment*”. Dalam hal ini sebagai strategi produk-pasar jasa pendidikan, Kotler dan Fox (1995) mengemukakan ada tiga tahapan dari perumusan strategi pemasaran, yang bertujuan untuk menentukan pasar sasaran, posisi pasar dan atribut pendukung untuk memberikan layanan. Ketiga unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1) Strategi Penentuan Pasar Sasaran Jasa pendidikan

Tahap awal untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hampir sama seperti pemasaran pada umumnya yaitu dengan menentukan terlebih dahulu pasar sasaran. Kasmir memberikan definisi bahwa menetapkan pasar sasaran artinya “mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran”. Strategi ini bertujuan untuk mengelompokkan dan membuat keputusan segmen pasar dari keseluruhan pasar jasa pendidikan yang telah berjalan. Hasil dari identifikasi pasar yang didapat kemudian di kelompokkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. (Atika Kheirini selsy 2018:15) Lima pola pasar sasaran tersebut sebagai berikut:

- a) Konsentrasi pada segmen pasar tunggal (single segment concentration), yaitu lembaga pendidikan memilih berkonsentrasi pada satu segmen pasar jasa pendidikan

karena lembaga pendidikan memiliki dana yang terbatas dan hanya mampu beroperasi pada satu segmen pasar jasa pendidikan. Dalam hal ini, pemimpin memperoleh posisi pasar jasa pendidikan yang kuat karena memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai kebutuhan segmen pasar jasa pendidikan dan reputasi istimewa yang diperolehnya.

- b) Spesialisasi yang selektif (*selective specialization*), yaitu pemimpin memilih sejumlah segmen pasar jasa pendidikan yang menarik, sehingga sesuai dengan tujuan dan sumber daya pendidikan.
- c) Spesialisasi produk jasa pendidikan (*product specialization*), yaitu pemimpin berkonsentrasi dalam membuat produk jasa pendidikan tertentu, sehingga produk jasa pendidikan yang dibuatnya dapat ditawarkan pada sejumlah kelompok pelanggan jasa pendidikan. Spesialisasi pasar jasa pendidikan (*market specialization*), yaitu pemimpin berkonsentrasi dalam melayani banyak kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan pendidikan.
- d) Cakupan seluruh pasar jasa pendidikan (*full market coverage*), yaitu pemimpin berusaha melayani seluruh pelanggan pendidikan dengan semua produk jasa pendidikan yang mungkin mereka butuhkan.

Menurut Murgatroyd dan Morgan di dalam buku David Wijaya, telah mengidentifikasi empat strategi penentuan pasar sasaran jasa pendidikan yang dapat digunakan sekolah. Berikut ini adalah strategi-strategi tersebut.

- a) Strategi pemasaran yang terbuka luas (*broad open strategy*), yaitu sekolah tidak membedakan dirinya dengan sekolah kompetitor, tetapi hanya menjalankan program pendidikan yang lebih baik.

- b) Strategi pemasaran terbuka yang meningkat (*enhanced open strategy*), yang melibatkan beberapa syarat pendukung tambahan (misalnya, bahasa pengantar sekolah adalah bahasa Inggris).
- c) Strategi ceruk pasar dasar (*black niche strategy*), yang menekankan pada bidang keahlian tertentu dalam kurikulum (misalnya, sekolah menekankan pada ilmu pengetahuan atau teknologi informasi).
- d) Strategi ceruk pasar yang meningkat (*enhanced niche strategy*) yang berfokus pada perubahan sekolah terhadap bidang pendidikan tertentu (misalnya, sekolah asrama atau sekolah seni). (Atika Kheirini selsy 2018:16)

Dari beberapa pendapat mengenai bagaimana cara untuk menjalankan strategi penentuan pasar sasaran, masing-masing memiliki kriteria segmentasi yang hampir sama yaitu melakukan identifikasi untuk mempermudah kegiatan pemasaran ke konsumen.

2) Strategi Penentuan Posisi Pasar Jasa Pendidikan

Persaingan yang terjadi antar lembaga pendidikan bisa saja terjadi baik yang berstatus negeri maupun yang berstatus swasta. Dalam mempertahankan jati diri sebuah lembaga pendidikan, Philip Kotler dan Kevin Lane menegaskan bahwa lembaga pendidikan perlu “menelaah semua dimensi yang mengidentifikasi kelompok-kelompok strategik dalam industri yang bersangkutan”. Penentuan posisi pasar dilakukan dengan tetap menganalisis situasi merek yang sudah ada di pasaran. Misalnya, memposisikan ulang merek yang sudah ada, mengubah salinan iklan, menyesuaikan harga, atau dengan merumuskan kembali produk yang banyak disukai oleh masyarakat. Di lingkungan dunia pendidikan seorang manajer sekolah harus berusaha memahami pasarnya dan

menyesuaikan posisi mereknya untuk mengetahui reaksi konsumen terhadap strategi baru dan untuk mencapai tujuan. (Atika Kheirini selsy 2018:17)

Menurut Kotler dalam buku yang ditulis oleh Taufik Amir, penentuan posisi jasa pendidikan (positioning) adalah “bagaimana sebuah produk jasa pendidikan dapat dirumuskan secara berbeda oleh pelanggan jasa pendidikan atas atribut-atribut yang dianggapnya penting, relative dibandingkan dengan produk jasa pendidikan lain”.Jadi, penentuan posisi pasar jasa pendidikan merupakan cara bagi lembaga pendidikan untuk menciptakan anggapan atau kesan tertentu diingatan pelanggan jasa pendidikan, sehingga pelanggan jasa pendidikan dapat memahami dan menghargai hal yang dilakukan organisasi dalam kaitannya dengan kompetitor.(Ma,Mun 2018:27).

a) Langkah-langkah dalam positioning

Pemimpin harus mengidentifikasi keunggulan bersaing yang mungkin untuk ditonjolkan merupakan tahap awal dalam positioning.Keunggulan bersaing ini bisa ditemukan melalui analisis internal terhadap lembaga pendidikan dan produk-produk jasa pendidikan lainnya. Pemimpin hendaknya mendaftar sebanyak mungkin hal-hal dan nilai-nilai apa saja yang dapat ditonjolkan. Dengan demikian, hal yang dianggap beda oleh pelanggan jasa pendidikan dapat dibandingkan dengan pesaing.

Unsur pembeda dapat ditemukan dalam banyak hal. Adapun unsur-unsur pembeda tersebut adalah:

- (1) Produk jasa pendidikan, yaitu aspek perbedaan yang dapat ditemukan dalam sebuah produk jasa pendidikan bisa berupa cara, bentuk,kinerja, kesesuaian.

- (2) Pelayanan, yaitu perbedaan dalam hal melayani pelanggan jasa pendidikan. Artinya, kesiap-siagaan dalam hal memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan jasa pendidikan. Pelayanan dapat berupa tawaran, bantuan terhadap keamanan dan kenyamanan pelanggan jasa pendidikan yang mempunyai keluhan.
- (3) Saluran, yaitu kemudahan dalam mengakses informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan produk jasa pendidikan dan organisasi, misalnya keamanan dan kenyamanan dalam akses menuju lokasi.
- (4) Citra (Image), yaitu cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) produk jasa pendidikan yang ditawarkan. Untuk membangun suatu citra diperlukannya pembangunan simbol-simbol legenda atau bangunan-bangunan lain sehingga memberikan perbedaan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
- (5) Karyawan, yaitu lebih mengedepankan aspek kompetensi karyawannya, misalnya pada sebuah lembaga pendidikan lebih mengedepankan staff pengajar yang memiliki kualifikasi minimal tingkat S2.

b) Syarat positioning yang baik.

Menguntungkan lembaga pendidikan, penting bagi pelanggan jasa pendidikan, dan dapat dikomunikasikan tidak mudah dapat ditiru. (Ma,Mun 2018:27).

3) Strategi Pemasaran (*marketing*) MIX

Dalam strategi pemasaran harus ada taktik-taktik untuk menyusun strategi, agar strategi bisa berhasil sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu taktik dalam strategi adalah dengan cara menetapkan bauran pemasaran atau alat

pemasaran. Strategi ini merupakan perpaduan dari berbagai unsure yang disajikan sekolah/madrasah kepada pelanggan jasa pendidikan untuk mempromosikan jasa pendidikan yang dimiliki.(Neni Triana2018:22)

Menurut fandy Tjiptono bauran pemasaran adalah “seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan”. Dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan untuk melaksanakan strategi pemasaran yang telah direncanakan oleh suatu organisasi/lembaga pendidikan.(Neni Triana2018:22)

Pemasaran jasa pendidikan akan menawarkan jasa pendidikan dengan bauran pemasaran yang terdiri atas tujuh alat pemasaran jasa pendidikan, yang juga dikenal dengan istilah 7p (*product, price, place, promotion, people, physical Evidence, dan process*). Adalah sebagai berikut:

1) *Product* (produk)

Produk yang ditawarkan kepada sasaran pasar meliputi fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi atau ide. Fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh sekolah.

2) *Price* (harga)

Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa

3) *Place* (tempat/lokasi)

Tempat merupakan peranan yang sangat penting karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang diapresiasi cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam

menentukan pilihan. Lokasi dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Ini berhubungan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen/pelanggan jasa pendidikan dan dimana lokasi yang strategis.

4) *Promotion* (promosi)

Promotion merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki. Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mempromosikan sekolah bisa melalui media cetak maupun media elektronik, dengan memperhatikan visi, misi serta kelebihan-kelebihan yang akan ditawarkan. Promosi yang berlebihan mempunyai hubungan korelatif yang negatif terhadap daya tarik peminat.

5) *People* (orang)

Dalam hubungan dengan jasa pemasaran jasa 'orang' yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas yang terbaik, pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka. Sumber daya manusia yang ada di dalam lembaga pendidikan yaitu guru, siswa, staff, serta pihak-pihak yang bekerja sama dengan sekolah dan menunjang proses pemasaran jasa pendidikan. (Neni Triana 2018:23)

6) *Physical evidence* (layanan fisik)

Physical evidence adalah sarana fisik dan lingkungan terjadinya penyampaian jasa, antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap konsumen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan. Sekolah

sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pelayanan jasa maka perlu menyediakan fasilitas seperti gedung, bangunan sekolah, serta sarana dan prasarana pelengkap lainnya yang dapat mendukung kegiatan pemasaran jasa.

7) *Process*

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme, dan kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan-keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan personel-personel keleluasaan karyawan. proses-proses dimana jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan merupakan faktor utama di dalam bauran pemasaran jasa, karena para pelanggan sering kali akan mempersepsikan system penyampaian jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. (Neni Triana 2018:24)

2. Program Tahfiz Al-Qur'an

a. Pengertian Program Tahfidz Al-Qur'an

Program adalah suatu unit atau kesatuan kegiatan maka program merupakan sebuah system, yaitu rangkaian kegiatan yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesenambungan. Pelaksanaan program selalu terjadi dalam satu organisasi yang artinya harus melibatkan sekelompok orang (Suharsimi, 2007:21)

Tahfizh Al-Qur'an memiliki dua suku kata yaitu tahfizh dan Al- Qur'an. Tahfizh berarti menghafal. Menghafal dari kata dasar hafal berasal dari bahasa arab *hafizha-yahfadzu-hifdzan*, yang artinya lawan dari lupa, yaitu selalu ingat dan sedikit lupa. Al-Qur'an sebagai Kalamullah diturunkan kepada Nabi Muhammad melalui malaikat Jibril. Menurut Quraisy Syihab hafizh terambil dari tiga huruf yang mengandung makna memelihara dan mengawasi.

Menurut Abdul Aziz Abdul Rauf, tahfizh adalah proses mengulang sesuatu baik dengan membaca ataupun dengan mendengar. Menurut Fari d Wadji tahfizh Al-Qur'an dapat didefinisikan sebagai proses menghafal ayat-ayat Al-Qur'an dalam ingatan sehingga dapat dilafadzkan atau diucapkan secara benar dengan cara-cara tertentu dan secara terus menerus. Definisi tersebut mengandung dua makna pokok yaitu: pertama, seorang yang menghafalkan Al-Qur'an dan kemudian mampu melafadzkannya dengan benar sesuai dengan hukum tajwid harus sesuai dengan mushaf Al-Qur'an. Kedua, seorang penghafal senantiasa menjaga hafalannya secara terus menerus dari lupa karena hafalan Al- Qur'an itu sangat cepat hilangnya. Tahfizh Al-Qur'an adalah usaha seseorang untuk dapat menjaga, menekuni dan menghafal Al-Qur'an agar tidak hilang dari ingatan dengan cara selalu membacanya serta menjaga hafalannya secara kontinu .(Lia Ariani, 2019:38).

Berdasarkan beberapa defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa program tahfidz adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan individu maupun kelompok berbentuk pelaksanaan kegiatan yang didukung kebijaksanaan, prosedur dan sumber daya dimaksudkan membawa hasil untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

b. Tujuan Pembelajaran Tahfiz Quran

Adapun tujuan program *Tahfiz Quran* secara terperinci yakni sebagai berikut : 1) siswa dapat memahami dan mengetahui arti penting dari kemampuan dalam menghafal Al-Qur'an . 2) siswa dapat terampil menghafal ayat-ayat dari surat-surat tetentu dalam juz 'amma yang menjadi materi pelajaran. 3) siswa dapat membiasakan menghafal AL-Qur'an dan supaya dalam berbagai kesempatan ia sering melafadzkan ayat-ayat Al-Qur'an dalam aktifitas sehari-hari. (Lutfi,2009:168)

Selain itu juga tujuan yang terpenting yaitu untuk menumbuhkan, mengembangkan serta mempersiapkan bakat hafidz dan hafidzah pada anak, sehingga nantinya menjadi generasi cendekiawan muslim yang hafal Al-Qur'an.

c. Materi Pembelajaran Tahfidz Quran

Materi pembelajaran adalah jabaran dari kemampuan dasar yang berisi tentang materi pokok atau bahan ajar (Nazarudin,2007;131). Untuk urutan materi pembelajaran Tahfidz Quran bagi penghafal pemula dimulai dengan menghafal juz amma, tepatnya dari surta An-Nas mundur kebelakang sampai surat An-Naba (Lutfi,2009;165). Baru setelah itu bisa dilanjutkan dengan surat-surat pilihan, seperti Al-mulk, AL-Waqiah, dan sebagainya. Atau bisa mulai dari juz 1 atau juz 29, dan seterusnya (Sa'dullah,2008;58)

d. Metode Tahfidz Al-Qur'an

Di dalam menghafalkan Al-Qur'an ada banyak metode yang dapat dipakai. Terlebih sekarang ini banyak pencetus metode menghafal Al-Qur'an menurut ustadz atau para hafizh Al-Qur'an sendiri. Beberapa metode mungkin dapat dikembangkan untuk mencari alternatif terbaik dalam menghafal Al-Qur'an serta dapat memberikan kemudahan bagi para penghafal. Berikut ini beberapa metode menghafal Al-Qur'an yang umum digunakan, antara lain yaitu sebagai berikut:

1) Metode (*Thariqah*) *Wahdah*

Metode *wahdah* merupakan metode menghafal satu per satu ayat yang hendak di hafalkan. Dalam proses pengulangannya satu ayat ini dapat dibaca sebanyak sepuluh atau dua puluh kali bahkan lebih. Proses membaca secara berulang-ulang ini akan terus berlangsung sampai membentuk pola dalam bayangannya atau ingatannya. Dengan demikian penghafal akan mampu mengkondisikan ayat-ayat yang dihafalkan, bukan hanya dalam

bayangan akan tetapi sampai benar-benar terbentuk gerak reflex pada lisannya. Setelah benar-benar hafal maka akan dilanjutkan pada ayat-ayat selanjutnya dengan cara yang sama, demikian seterusnya. (Lia Ariani, 2019:44)

2) Metode (*Thariqah*) *Kitabah*

Kitabah dapat diartikan menulis. Dalam metode ini untuk menghafal Al-Qur'an santri terlebih dahulu menulis ayat yang akan dihafalkannya pada selembar kertas. Kemudian ayat-ayat tersebut dibacanya sampai lancar dan benar bacaannya, lalu dihafalkan. Dalam proses menghafalnya santri bisa menggunakan metode wahdah atau dapat menulis berulang kali ayat tersebut sampai benar-benar hafal.

3) Metode (*Thariqah*) *Simaa'I*

Simaa'i artinya mendengar. Metode ini adalah mendengarkan suatu bacaan untuk dihafalkannya. Dalam metode ini penghafal dapat mendengarkan ustadz atau kaset seorang qari' yang menguasai tajwid kemudian menirunya. Metode ini sangat efektif bagi penghafal yang mempunyai daya ingat eksta, terutama bagi penghafal tunanetra atau anak-anak yang masih di bawah umur yang belum mmengenal baca tulis Al-Qur'an. Metode ini dapat diterapkan dengan dua alternatif:

- a) Mendengar dari guru yang membimbingnya. Dalam hal ini, instruktur atau mentor dituntut untuk lebih berperan aktif, sabar dan teliti dalam membacakan dan membimbingnya, karena ia harus membacakan satu per satu ayat untuk dihafalnya, sehingga penghafal mampu menghafalkan secara sempurna. Setelah satu ayat benar-benar dihafalkan oleh santrinya, baru kemudian dilanjutkan dengan ayat berikutnya.
- b) Merekam terlebih dahulu ayat-ayat yang akan dihafalkannya kedalam pita kaset sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Kemudian kaset tersebut diputar dan

didengarkan secara seksama sambil mengikutinya secara perlahan. Kemudian diulang beberapa kali sesuai dengan kebutuhan sampai ayat-ayat tersebut benar-benar hafal diluar kepala. Setelah hafalannya benar-benar fasih maka akan dilanjutkan pada ayat berikutnya dengan cara yang sama. Penghafal yang menggunakan metode ini, harus memiliki atau menyediakan alat bantu secukupnya yaitu seperti tape recorder dan pita kaset.

4) Metode (*Thariqah*) Gabungan

Metode ini adalah gabungan antara metode *wahdah* dan metode *kitabah*. *Kitabah* disini fungsinya hanya sebagai uji coba terhadap ayat-ayat yang telah dihafalkannya. Dalam hal ini, setelah santri selesai menghafal ayat yang dihafalnya, maka ia mencoba menuliskannya di atas kertas yang telah disediakan. Jika ia telah mampu menuangkan ayat-ayat yang telah dihafalkannya ke dalam sebuah tulisan, maka ia dapat melanjutkan kembali untuk menghafal ayat-ayat berikutnya. Kelebihan pada metode ini adalah adanya fungsi ganda yaitu untuk menghafal sekaligus untuk memantapkan hafalan.

5) Metode (*Thariqah*) *Jama'*

Metode *jama'* adalah cara menghafal yang dilakukan secara kolektif, yakni ayat-ayat yang dihafalkan dibaca secara kolektif atau bersama-sama dipimpin oleh seorang instruktur atau mentor. Pertama, instruktur membacakan satu ayat atau beberapa ayat dan santri menirukan secara bersama-sama. Kemudian instruktur membimbingnya dengan mengulang kembali ayat tersebut. Setelah santri dapat membaca ayat tersebut dengan baik dan benar, selanjutnya mereka mengikuti bacaan instruktur sedikit demi sedikit yang sudah terlepas dari mushaf (tidak melihat mushaf) dan demikian seterusnya hingga ayat-ayat yang dihafalkannya benar-benar masuk dalam

bayangannya. Setelah satu ayat dihafalkan, maka akan dilanjutkan untuk menghafalkan ayat berikutnya dengan cara yang sama. Metode ini baik untuk anak-anak karena dapat menghilangkan kejenuhan. .(Lia Ariani, 2019:45-47)

e. Strategi Tahfizh Al-Qur'an

Upaya untuk membantu mempermudah dalam menghafalkan ayat-ayat Al-Qur'an, maka diperlukan sebuah strategi menghafal yang baik dan efektif. Strategi yang dimaksud tersebut yaitu sebagai berikut:

1) Strategi Pengulangan Ganda

Dalam pencapaian tingkat hafalan yang baik maka santri tidak mungkin menghafal Al-Qur'an hanya dengan sekali menghafal saja. Rasulullah berkata dalam haditsnya bahwa ayat-ayat Al-Qur'an itu lebih gesit daripada unta dan mudah lepas daripada unta yang diikat. Karena itu, dalam menghafalkan Al-Qur'an perlu adanya pengulangan ganda. Sistem pengulangan ganda ini diperumpamakan seperti jika kita di waktu pagi hari sudah menghafalkan satu muka maka perlu pengulangan pada sore harinya untuk lebih memantapkan hafalan yang telah didapatkan.

2) Tidak Beralih pada Ayat Berikutnya Sebelum Ayat yang Sedang Dihafalkan benar-benar Hafal

Kebanyakan seseorang dalam menghafalkan Al-Qur'an menginginkan agar cepat-cepat selesai. Akan tetapi, hal tersebut akan membuat proses menghafal tidak konstan dan tidak stabil. Seperti yang diketahui bahwa ayat-ayat Al-Qur'an ada yang panjang dan ada yang pendek. Ada yang mudah dihafalkan dan ada yg sukar dihafalkan. Karena hal tersebut maka banyak penghafal yang melewati ayat-ayat yang sukar untuk dihafalkan dan ini justru akan menjadi beban tambahan pada proses menghafal. Oleh sebab itu, hendaknya para santri tidak beralih

pada ayat yang lain sebelum ayat yang sedang dihafalkan benar-benar melekat pada ingatannya.

Untuk mempermudah proses hafalan, sebaiknya memakai Al- Qur'an yang disebut dengan *Qur'an pojok*. Al- Qur'an jenis ini akan Jenis mushaf Al- Qur'an Al- Qur'an jenis ini akan sangat membantu santri dalam menghafal. Jenis mushaf Al- Qur'an ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) Setiap juz terdiri dari 10 lembar
- b) Setiap muka atau halaman diawali dengan awal ayat dan diakhiri dengan akhir ayat
- c) Mushaf ini memiliki tanda-tanda visual yang cukup baik dalam membantu proses menghafal

Dengan menggunakan mushaf Al- Qur'an yang seperti ini, maka santri akan lebih mudah membagi-bagi sejumlah ayat dalam menghafalkan rangkaian ayat-ayatnya. Dalam kaitan ini santri setelah mendapatkan hafalan sebanyak satu muka, sebaiknya melakukan pengulangan sejumlah satu muka tersebut yang telah dihafalkannya. Demikian seterusnya sehingga ia benar-benar hafal dengan ayat-ayat tersebut.

3) Menggunakan Satu Jenis Mushaf

Strategi yang cukup baik dalam membantu proses hafalan ialah menggunakan satu jenis mushaf. Hal ini dikarenakan untuk mempermudah membentuk pola hafalan dalam bayangan atau ingatannya. Seorang yang sudah hafal Al- Qur'an pun jika membaca mushaf yang tidak biasa dipakai akan kebingungan pada saat proses hafalan. Untuk itu penggunaan satu mushaf dalam proses hafalan akan lebih menguntungkan dan memudahkan.

4) Memahami (Pengertian) Ayat-ayat yang Dihafalnya

Memahami arti dan makna ayat-ayat Al- Qur'an yang sedang dihafal akan memudahkan dan mempercepat proses

hafalan. Pemahaman itu sendiri seperti makna kalimat, tata bahasa dan struktur kalimat dalam suatu ayat. Dengan strategi seperti ini maka pengetahuan mengenai ulumul Qur'an akan banyak terserap oleh santri ketika proses hafalan.

5) Memperhatikan Ayat-ayat yang Serupa

Ditinjau dari aspek makna, lafal serta susunan atau struktur bahasa di antara ayat-ayat yang ada di dalam Al-Qur'an banyak terdapat kemiripan antara satu ayat dengan ayat yang lainnya. Ada yang persis sama, ada yang hanya berbeda satu atau dua huruf saja, dan ada pula yang berbeda susunan kalimatnya. Hal tersebut telah diperingatkan dalam firman Allah SWT:

اللَّهُ نَزَلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانِيَ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ هُدَىٰ اللَّهِ يَهْدِي بِهِ ۖ مَنْ يَشَاءُ ۚ وَمَنْ يُضَلِّ اللَّهُ فََمَا لَهُ مِنْ هَادٍ ﴿٢٣﴾

Artinya: "Allah telah menurunkan perkataan yang paling baik (yaitu) Al-Qur'an yang serupa (ayat-ayatnya) lagi berulang-ulang, gemetar kulit orang-orang yang takut kepada Tuhannya, kemudian menjadi tenang kulit dan hati mereka ketika mengingat Allah. Itulah petunjuk Allah, dengan kitab itu Dia member petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Dan barang siapa dibiarkan sesat oleh Allah, maka tidak seorangpun yang dapat member petunjuk". (QS. Az-Zumar [39]: 23).

Dengan demikian seorang menghafal harus benar-benar memperhatikan ayat-ayat yang serupa tersebut agar tidak salah dalam menempatkan urutan ayat tersebut ketika menghafal.

6) Disetorkan Kepada Seorang Pengampu

Dalam proses menghafal Al-Qur'an diperlukan adanya bimbingan yang kontinu dari seorang pengampu, baik untuk menyetorkan hafalan baru maupun takrir yaitu mengulang kembali ayat-ayat yang telah dihafalkannya. Menghafal Al-

Qur'an dengan sistem setoran akan lebih baik dan hasilnya pun akan berbeda dengan yang menghafalkan sendirian tanpa ada yang membimbing. .(Lia Ariani, 2019:48-51)

3. Minat Peserta Didik

a. Pengertian Minat Peserta Didik

Menurut Slameto dalam buku Syaiful Bahri Djamarah (2008: 191) minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri, semakin kuat hubungan tersebut maka minat semakin besar minat (Noer Rohmah, 2012:196).

Sedangkan menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2004:262-263) mengatakan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian terhadap suatu aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat dengan disertai rasa senang

Peserta didik adalah individu yang sedang tumbuh dan berkembang, baik secara fisik, psikologis, sosial, dan religius dalam mengarungi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak (Abuddin Nata, 2010:173).

Menurut Mohamad Mustari (2014: 108) menjelaskan bahwa peserta didik adalah orang/individu yang mendapat pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat dan kemampuan agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dan menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya.

Dari berbagai istilah diatas dapat disimpulkan bahwa minat peserta didik baru adalah suatu ketertarikan peserta didik/ orang tua terhadap suatu lembaga pendidikan tanpa adanya paksaan

untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya sesuai dengan tahap perkembangannya

b. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu secara garis besar dibagi menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan seperti bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan keperibadian dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Menurut Crow and Crow dalam buku Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab (2004:264) berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat:

- 1) Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu dan lain-lain
- 2) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena yang biasanya memiliki ilmu pengetahuan cukup luas mendapat kedudukan yang tinggi dan terdandang dalam masyarakat.
- 3) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.

B. Penelitian yang relevan

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Riska Fitri, yang berjudul “Pelaksanaan Pembelajaran Program Tahfiz al-Qur’an di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Kota Pariaman”. Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut: *pertama*, Perencanaan pembelajaran tahfiz qur’an di MTsN 3 Kota Pariaman merupakan kegiatan menetapkan serangkaian tindakan-tindakan yang akan

dilakukan dalam rangka mencapai tujuan dengan cara menggunakan sumber daya yang dimiliki secara maksimal. Yaitu menetapkan tujuan serta merumuskan dan mengatur pendayagunaan manusia, finansial, isi/materi kegiatan, metode, waktu/jadwal dan sarana kegiatan untuk memaksimalkan efisiensi dan efektifitas pencapaian tujuan, yaitu mempersiapkan waktu untuk melaksanakan program yang tidak mengganggu proses belajar mengajar siswa dan kegiatan ekstra kurikuler yang telah dilaksanakan sebelumnya. *Kedua*, Pelaksanaan program ekstra unggulan tahfiz al-Qur'an di MTsN 3 Kota Pariaman saat ini sudah berjalan cukup baik, semuanya tidak terlepas dari usaha dan kerjasama semua pihak, mulai dari kepala sekolah sebagai motor utama, waka kurikulum, guru Pembina tahfiz, majelis guru, serta dukungan dari orang tua dan motivasi dari siswa itu sendiri. *Ketiga*, Untuk evaluasi dalam pembelajaran program tahfiz, siswa diberikan tugas dalam bentuk pertanyaan atas materi ayat yang telah dipelajari. Setelah itu siswa disuruh mengartikan ayat perkata kemudian setelah hafal, siswa bergantian menyeter hapalan kepada guru tahfiz dengan membawa agenda penilaiannya. Bagi siswa yang hafal lebih dari dua juz tersebut, boleh juga menyeter hafalannya, itu sebagai nilai tambah baginya. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah lebih menekankan kepada strategi pemasaran *program tahfidz al-Qur'an*, sedangkan penelitian di atas lebih menekankan kepada Pelaksanaan Pembelajaran Program Tahfiz al-Qur'an.

2. *Kedua*, Penelitian yang dilakukan oleh Miratul Hayati, yang berjudul "Manajemen Waktu Siswa Berprestasi Menghafal Al-Qur'an di SMAN 1 Padang Panjang". Berdasarkan hasil penelitian di atas di paparkan bahwa, diperoleh gambaran manajemen waktu siswa berprestasi menghafal Al-Qur'an di SMAN 1 Padang Panjang sebagai berikut: 1). Aspek manajemen waktu, yaitu dalam menentukan jadwal, siswa SMAN 1 Padang Panjang dibantu dengan

jadwal yang dibuat dalam membagi waktunya, baik siswa yang di asrama maupun di luar asrama. Siswa yang di asrama sudah disediakan agenda harian oleh pembina asramanya, sedangkan bagi siswa yang tinggal bersama orang tuanya membuat jadwal kegiatan sehari-hari berdasarkan inisiatif sendiri. 2). Pada prinsip manajemen waktu, siswa SMAN 1 Padang Panjang memprioritaskan kegiatan yang dilakukan berdasarkan kepentingannya. Tetapi mereka tidak pernah membelakangkan menghafal Al-Qur'an walaupun ada tugas yang mendesak. 3). Pada teknik manajemen waktu, siswa SMAN 1 Padang Panjang memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin untuk menghafal Al-Qur'an, baik untuk menambah hafalan atau untuk murajaah hafalan. 4). Kendala dalam manajemen waktu, siswa SMAN 1 Padang Panjang tidak merasakan kendala yang serius, kendala yang mereka temui hanya kelelahan karena padatnya aktivitas. 5). Pada metode menghafal Al-Qur'an yaitu menghafal secara rutin dan sering melakukan murajaah hafalan, seperti membawakan di dalam sholat sunah. 6). Selanjutnya motivasi dalam menghafal Al-Qur'an yaitu motivasi internal (Keinginan untuk dekat kepada Allah SWT) sedangkan motivasi ekstrinsik (dorongan dari orang tua, teman, guru serta berbagai program dan ajang kompetisi yang berkaitan dengan tahfizh Al-Qur'an). Perbedaan dengan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah lebih menekankan kepada strategi pemasaran *program tahfidz al-Qur'an*, sedangkan penelitian di atas lebih menekankan kepada Manajemen waktu Siswa Berprestasi Menghafal *Al-Qur'an*.

3. Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Dian Mahza Zulina yang berjudul "Pengelolaan Program *Tahfidz* Dalam Pembentukan Karakter Anak Di Smp Pkpu Neuheun Aceh Besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *pertama*, pengelolaan program *tahfidz* dalam pembentukan karakter anak di SMP PKPU Neuheun Aceh Besar, secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik, adapun

pelaksanaannya meliputi (1) perencanaan; (2) pengorganisasian; (3) pengarahan; (4) pemantauan program *tahfidz*. *Kedua*, metode menghafal Al-Qur'an yang diterapkan yaitu (1) metode *tahfidz*; (2) metode *takrir*; (3) metode *tartil*. *Ketiga*, faktor pendukung dan penghambat program *tahfidz*, faktor pendukung yaitu (1) faktor lingkungan sosial; (2) al-Qur'an yang di sediakan pihak sekolah untuk menghafal; (3) tersedianya kelas untuk kegiatan *tahfidz*; (4) adanya guru *tahfidz*. Faktor penghambat yaitu (1) sifat malas yang timbul dari siswa; (2) kurangnya kelas untuk kegiatan *tahfidz*; (3) kekurangan guru *tahfidz*. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah lebih menekankan kepada strategi pemasaran *program tahfidz al-Qur'an*, sedangkan penelitian di atas lebih menekankan kepada Pengelolaan Program *Tahfidz* Dalam Pembentukan Karakter.

4. Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Lia Ariani, yang berjudul “Manajemen Tahfidz Al-Qur'an Pondok Pesantren Darul Huffaadz Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran”. Berdasarkan hasil penelitian di atas di paparkan bahwa penerapan manajemen tahfidz Al-Qur'an mempunyai empat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dalam melaksanakan program tahfidz Al-Qur'an di Pondok Pesantren Darul Huffaadz Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran belum bisa dikatakan berjalan secara maksimal terutama pada fungsi pengawasan atau evaluasi sehingga menyebabkan banyak satri yang belum mampu mencapai target hafalan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah lebih menekankan kepada strategi pemasaran *program tahfidz al-Qur'an*, sedangkan penelitian di atas lebih menekankan kepada Manajemen *tahfidz al-Qur'an*.

5. Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Nuraini, yang berjudul “Strategi Mengelola Rumah Tahfidz Al-Qur’an Aisyah Bijai Sumatra Utara dalam menghafal Al-Qur’an bagi para satri. Berdasarkan hasil penelitian di atas di paparkan bahwa metode yang digunakan di rumah Tahfidz Al-Qur’an Aisyah Bijai Sumatra Utara salah satunya dengan menggunakan metode Talqim yang merupakan cara penghafalnya dilakukan oleh pembimbing dengan membaca satu ayat kemudian ditiru oleh para santri secara berulang-ulang, serta langkah dalam menghafal Al-Qur’an adalah dengan niat yang ikhlas dan istiqomah dalam menghafal Al-qur’an supaya lebih mudah menghafal ayat Al-Qur’an. Perbedaan dengan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah lebih menekankan kepada strategi pemasaran *program tahfidz al-Qur’an*, sedangkan penelitian di atas lebih menekankan kepada strategi mengelola rumah *tahfidz Al-Qur’an*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2013:4).

Jenis penelitian kualitatif dengan kata lain penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk deskriptif dari subjek dan informan pada suatu tempat penelitian yang telah ditentukan, adapun untuk penyelesaian yang diperoleh selama penelitian berupa kata-kata atau ungkapan tanpa adanya perhitungan data statistik.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif ini, peneliti dapat berinteraksi secara langsung dengan subjek dan informan, sehingga berusaha untuk memperoleh data yang akurat, terpercaya, jelas dan lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Observasi awal yang peneliti lakukan di SMA 1 Padang Panjang. Setiap rancangan penelitian perlu dilengkapi dengan jadwal kegiatan yang akan di laksanakan.

1. Segi waktu

SMAN 1 Padang Panjang beralamat kota Padang Panjang, Alasan saya memilih sekolah SMAN 1 Padang Panjang sebagai tempat penelitian/berkaitan dengan judul saya, saya tertarik untuk meneliti sesuai dengan judul saya, karena saya lihat Program Tahfidz SMAN 1 Padang Panjang tersebut merupakan program tahfidz sudah terstruktur dengan baik serta program unggulan yang ada di sekolah, selain itu selalu ada strategi yang Terlebih lagi SMAN Padang Panjang juga merupakan program tahfidz yang terbaik se-sumatra barat.

2. Segi biaya

Saya memilih SMAN 1 Padang Panjang sebagai tempat penelitian karena letak lokasi tidak jauh dari tempat tinggal dan tidak memakai biaya yang besar untuk pergi ke lokasi. Dalam jadwal ini berisi kegiatan apa saja yang akan dilakukan, dan berapa lama akan dilakukan, seperti:

Tabel 3
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan									
		Okt 2020	Nov 2020	Des 2020	Mar 2021	Apr 2021	Mei 2021	Jun 2021	Jul 2021	Agus 2021	
1	Observasi awal	✓									
2	Pengumpul data	✓									
3	Bimbingan proposal skripsi		✓								
4	Seminar			✓							
5	Perbaikan proposal				✓	✓					
6	Bimbingan instrument						✓				
7	Bimbingan hasil Penelitian							✓	✓		
8	Agenda siding									✓	
9	Siding munaqasyah									✓	

C. Instrumen Penelitian

(Sugiyono, 2013:223) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus

penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Instrumen dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, yang mana dalam pengumpulan data, peneliti memperoleh data dari hasil wawancara yang peneliti lakukan langsung dengan Wakil Kurikulum, koordinator Pembina asrama dan ketua KKG guru PAI di SMAN 1 Padang Panjang.

Alat penelitian dalam penelitian ini adalah hp android yang memiliki fasilitas rekaman video, rekaman suara, dan camera. Alat ini digunakan untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan dan menyimpan data dari objek yang diteliti.

D. Informan Penelitian

Adapun sumber data yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber data primer

Yaitu informasi atau pemberian informasi yang utama dalam penelitian, adapun informasi yang dapat dari koordinator Pembina asrama dan wakil kurikulum.

2. Sumber data sekunder

Yaitu informasi pendukung yang peneliti dapatkan saat penelitian setelah mendapatkan informasi dari data primer, adapun sumber informasi yang peneliti jadikan sebagai sumber data pendukung adalah wawancara, dokumen-dokumen , profil, dan unsur penunjang lainnya yang mendukung. Karena informan dapat memberikan informasi yang luas tentang strategi pemasaran pendidikan program tahfizhul Quran yang dilakukan SMAN 1 Padang Panjang, dan salah seorang KKG guru PAI di SMAN 1 Padang Panjang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini, menggunakan metode pengumpulan data, karena bertujuan untuk mendapatkan data melalui :

1. Observasi

Observasi adalah mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian perilaku tak sadar, kebiasaan dan sebagainya, dengan metode ini dapat diamati dan dicatat secara sistematis fenomena-fenomena yang diseliki baik secara langsung maupun tidak langsung (Moleong, 2011:175).

observasi atau pengamatan merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan. Akan tetapi tidak semua perlu diamati oleh peneliti, hanya hal-hal yang terkait atau sangat relevan dengan data yang dibutuhkan (Patilima, 2011:63).

Metode ini digunakan penulis untuk mengamati secara langsung dan mencatat bagaimana strategi sekolah dalam memasarkan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang, metode ini digunakan sebagai metode utama dalam mengumpulkan data. Aspek yang diamati dalam penelitian ini, yakni observasi pada gambaran umum sekolah seperti: lokasi dan kondisi fisik lingkungan di SMAN 1 Padang Panjang, bangunan SMAN 1 Padang Panjang, ruang kelas, dan fasilitas lain, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan, strategi pemasaran program tahfiz yang dilakukan SMAN 1 Padang Panjang sehingga penulis dapat mengetahui strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang

mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2011:186).

Dalam penelitian ini penulis memberikan pertanyaan secara langsung kepada informan yakni dengan Pembina asrama, Wakil kurikulum, dan guru KKG PAI di SMAN 1 Padang Panjang, digunakan untuk memperoleh gambaran menyeluruh tentang Strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis maupun film dari recorder yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik (Moleong, 2011:216).

Dalam pendokumentasian ini peneliti akan menggali informasi dari dokumen-dokumen yang menunjang penelitian seperti foto, profil, rancangan kegiatan, dokumen tertulis tentang strategi pemasaran pendidikan. Dokumen ini diharapkan akan membantu mempertajam analisis penelitian ini. Teknik pengumpulan data secara dokumentasi dalam penelitian ini berupa profil SMAN 1 Padang Panjang, keadaan tenaga dan pendidik di SMAN 1 Padang Panjang dilihat dari jumlah, kualifikasi dan kompetensi dokumentasi yaitu dokumen yang berkaitan dengan penelitian, suasana (situasi SMAN 1 Padang Panjang).

Dokumentasi yang penulis maksud disini adalah mendapatkan data-data tertulis yang memuat informasi tentang strategi pemasaran program tahfidz dalam menarik minat peserta didik, selanjutnya peneliti juga melihat dari bukti-bukti prestasi yang pernah di peroleh oleh SMAN 1 Padang Panjang.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema

dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. moleong (2002:103). Untuk menganalisa data yang diperoleh dari hasil penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dengan menelaah seluruh data, reduksi data, menyusun dalam satuan-satuan, mengategorisasi, pemeriksaan keabsahan data dan penafsiran data.

Hal tersebut merupakan rangkaian kegiatan analisis yang digunakan secara berurut (meleong 2002:280). Adapun penjelasan masing-masing komponen sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan absraksi data kasar yang berdasarkan dari catatan-catatan tertulis dilapangan.

Data yang diperoleh dari penelitian jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat, diteliti dan rinci. Seperti yang telah diketahui, semakin lama penelitian dilapangan maka jumlah data akan semakin banyak, komplet dan rumit. Untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting dan membuang yang tidak perlu. Dalam hal ini peneliti akan mereduksi data tentang strategi dalam memasarkan, implementasi dan hasil yang dicapai dalam strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah langkah yang ditempuh setelah dilakukannya reduksi. Dalam penelitian kualitatif penyajian dapat dilakukan dalam bentuk data display dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami. Penyajian data merupakan proses pemberian

sekumpulan informasi yang sudah disusun dan memungkinkan untuk mengambil kesimpulan dan mengambil tindakan.

Dalam penelitian ini, data yang peneliti sajikan berupa strategi dalam memasarkan program tahfiz, implementasi, hasil yang dicapai dalam strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Proses analisis dan dilakukan sejak awal rencana penelitian sampai pada masa pengumpulan data. Kemudian data dianalisis dan ditarik kesimpulan. Analisis data bermaksud mengorganisasikan data dari data yang telah terkumpul dari wawancara, catatan lapangan, tanggapan peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, biografi, dan artikel kemudian disimpulkan. Dalam hal ini peneliti berusaha untuk menarik kesimpulan berdasarkan semua hal dari reduksi data dan penyajian data. (meleong 2002:280)

kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan sebuah temuan baru yang berisi deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dalam hal ini peneliti dapat menyimpulkan strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang panjang.

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang peneliti peroleh pada saat melakukan penelitian di SMAN 1 Padang Panjang dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Moleong (2007:324) berpendapat bahwa dalam penelitian kualitatif diperlukan suatu teknik pemeriksaan keabsahan data. Untuk memperoleh keabsahan data temuan perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Persistent observation (ketekunan pengamatan)

Ketekunan pengamatan bertujuan meneliti objek secara cermat dan terperinci untuk memperoleh kedalaman serta terhindar dari kesalahan interpretasi terhadap data yang ada. Ketekunan pengamatan yang peneliti lakukan dengan cara menanyakan kembali data hasil wawancara dengan informan berguna keabsahan data, dan mengoreksi kembali hasil catatan dokumen yang peneliti lakukan dari hasil yang telah peneliti dapat di lapangan.

2. Triangulasi

Merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data. Triangulasi dilakukan dengan cara mengecek hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi serta mengecek kembali data yang diterima dari informan satu dengan informan yang lainnya. Triangulasi terbagi tiga yaitu :

a. Triangulasi sumber

Trianggulasi sumber juga dapat disebut trianggulasi data untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dari hasil wawancara.

b. Triangulasi teknik

Trianggulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari wawancara bersama informan melalui observasi dan studi dokumentasi. Jika dengan triangulasi menghasilkan data yang sama maka bisa diambil suatu kesimpulan, tetapi jika triangulasi metode menghasilkan data yang berbeda maka dipastikan kembali kebenaran data tersebut kepada informan. Teknik triangulasi metode ini digunakan dengan cara mengumpulkan data sejenis tetapi menggunakan metode yang berbeda.

c. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah akan memberikan data yang lebih valid sehingga kredibel.

Adapun dalam penyajian keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan uji validitas metode triangulasi sumber dan triangulasi teknik, dimana peneliti menguji data yang didapat dari narasumber dengan membandingkan antara satu narasumber dengan narasumber lainnya, dalam mengamati strategi pemasaran pendidikan program tahfidz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan tentang hasil dari pengamatan wawancara, maupun hasil data yang diperoleh dengan cara lain (observasi), penulis membandingkan pendapat perspektif pendapat seseorang dengan berbagai pendapat, dan membandingkan wawancara dengan isi dokumen.

d. Menggunakan bahan referensi

Dalam hal ini peneliti menggunakan bahan referensi yang menunjang penelitian seperti foto, merekam, Selain itu juga dilengkapi dengan dokumen autentik yang berhubungan dengan fokus penelitian sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

BAB 1V

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

B. Temuan Penelitian

1. Letak Sekolah

SMA Negeri 1 Padang Panjang terletak di kelurahan Guguk Malintang, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang, tepatnya di Jl. KH Ahmad Dahlan No.09 Telepon (0752) 83208 Padang Panjang Kode pos 27128 dengan Website dan E.Mail: sman1.papa@gmail.com

Lokasi SMAN 1 Padang Panjang merupakan letak yang strategis, mudah dijangkau oleh peserta didik, baik pejalan kaki maupun berkendara umum, karena berada di jalan kota.

2. Sejarah Singkat Sekolah

Berdasarkan Surat Keputusan 3 menteri (Menteri Pendidikan, Menteri Agama dan Menteri dalam Negeri) tahun 1997 yang menetapkan SMAN 1 Padang Panjang sebagai sekolah unggul Sumatera Barat yang mengadepankan IPTEK dan IMTAQ. Dengan demikian, mulai tahun pelajaran 1997/1998 SMAN 1 Padang Panjang mulai menyediakan asrama bagi sebagian siswanya. Melalui program IMTAQ, SMAN 1 Padang Panjang menumbuhkan karakter religious berupa ketaatan dalam beribadah, baik ibadah wajib maupun ibadah sunnah serta sikap santun, jujur, kerja keras, kerja sama, bertanggung jawab, mandiri, dalam pergaulan sehari-hari di lingkungan sekolah dan luar sekolah.

Dengan ditetapkannya SMAN 1 Padang Panjang sebagai sekolah unggul Sumatera Barat seiring dengan kota Padang Panjang sebagai kota serambi mekah dan kota tujuan pendidikan, maka pemerintah kota Padang Panjang member perhatian lebih ke SMAN 1 Padang Panjang dalam menyelenggarakan berbagai program yang terkait dengan pembinaan IMTAQ dan pembinaan olimpeade. Hal ini sangat

membantu perkembangan SMAN 1 Padang Panjang dalam menjalankan segala program unggulannya, sehingga SMAN 1 Padang Panjang sukses meraih prestasi dalam berbagai bidang yang mengakibatkan tingginya minat orang tua dan peserta didik untuk bersekolah ke SMAN 1 Padang Panjang.

Untuk mempertahankan serta meningkatkan prestasi yang sudah diraih sekolah dan menjaga kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap SMAN 1 Padang Panjang dalam mewujudkan tujuan pendidikan nasional, maka melalui diskusi kelompok dan presentasi setiap kelompok dalam local karya, guru, dan pegawai serta pengurus komite sekolah merumuskan dan menetapkan visi sekolah yang religious, berdaya saing Global dan cinta Lingkungan.

3. Profil SMAN 1 Padang Panjang

Nama Sekolah	: SMAN 1 Padang
Status	: NEGERI
NPSN	: 10303611
NSS	: 301.08.62.01.001
Akreditasi	:A/ 2016
Alamat	: jln. Kh.H. Ahmad
RT/RW	3
Kelurahan/Nagari	Guguk Malintang
Kecamatan	Padang Panjang Timur
Kab/Kota	Padang Panjang
Kode Pos	27128
Telepon	075283208
Email	Sman1.papa@gmail.co

Web Site	www.smansapapa.sch.id
Surat keputusan	Departemen Agama dan Gubernur KDH TK 1 Sumbar No.
Penerbit SK	Mendikbud RI
KBM	Pagi
SK Pendirian	Ada
Bangun Sekolah	Milik Pemerintah
Jumlah Rombel	27
Jumlah Siswa	886
Jumlah Guru	52 (46 PNS dan 6 GTT)
Jumlah Pegawai	termasuk Kepsek 22 Orang (7PNS dan 15
Nama Kepala Sekolah	Sefriadi. S.Pd.M.Si
Nip	197809122002121003
Nilai NUKS	16023L0160862141019
SK Pengangkatan	821/734/bkd-
Kepala Sekolah	2018,Gubernur
Wakil Kepala Sekolah	3 Orang
Komite Sekolah	Syahrial BA
Nomor SK	800/400/SMA.01/PP/III/
Luas Lahan	30420 m2
Luas bangunan	3,4 H
Akreditasi	A. 5 Tahun

4. Visi dan Misi SMAN 1 Padang Panjang

a. Visi SMAN 1 Padang Panjang

Visi sekolah merupakan keinginan dan pernyataan moral dari sekolah yang menjadi dasar atau rujukan dalam menentukan arah dan

kebijakan pimpinan dalam membawa gerak langkah sekolah menuju masa depan yang lebih baik sehingga eksistensi sekolah dapat diakui masyarakat. Berdasarkan pengertian tersebut maka SMAN 1 Padang Panjang sangatlah tepat menetapkan Visi sekolah adalah *"Religius, Berdaya Saing Global dan Cinta Lingkungan"*.

b. Misi SMAN 1 Padang Panjang

Misi adalah sesuatu yang harus diemban atau harus dilaksanakan sebagai penjabaran visi yang telah ditetapkan dalam kurun waktu tertentu untuk menjadi rujukan bagi penyusunan program jangka pendek, menengah dan panjang berdasarkan masukan dari seluruh warga sekolah. Berdasarkan visi sekolah Religius, Berdaya Saing Global dan Cinta Lingkungan, maka SMANN 1 Padang Panjang merumuskan dan menetapkan Misi sekolah berikut :

1. Pembinaan keimanan ketaqwaan (IMTAQ) dan Tahfiz Quran.
2. Melaksanakan pembelajaran yang kreatif, inovatif, efektif, dan efisien serta penilaian berbasis kelas.
3. Meningkatkan kompetensi guru melalui pendidikan dan pelatihan serta menyelenggarakan KKG/MGMP.
4. Mengembangkan keterampilan berbahasa inggris dalam komunitas sekolah.
5. Mengembangkan kecakapan multi kecerdasan yang dimiliki oleh peserta didik.
6. Menumbuhkan semangat keunggulan kompetitif, keteladanan dan kejujuran kepada seluruh warga sekolah.
7. Meningkatkan dan memperluas kerja sama bidang akademis dalam dan luar negeri.
8. Mengembangkan pembelajaran berbasis ICT.
9. Memenuhi standar pembiayaan yang berasal dari berbagai sumber.

10. Meningkatkan kemampuan tenaga tata usaha (Administrasi) melalui pembinaan dan pelatihan.

11. Menjaga dan mengembangkan kultur sekolah.

5. Tujuan SMAN 1 Padang Panjang

Tujuan SMAN 1 Padang panjang dalam melaksanakan perannya sebagai lembaga pendidikan antara lain :

- 1) Mengembangkan budaya sekolah yang berkarakter islami
- 2) Mengembangkan sekolah yang hijau (go green)
- 3) Mengembangkan system seleksi penerima siswa baru dalam melakukan pembinaan pada calon siswa.
- 4) Meningkatkan jumlah dan kualifikasi pendidikan sesuai dengan tuntutan program pembelajaran yang berkualitas.
- 5) Meningkatkan kemampuan tenaga tata usaha/tenaga kependidikan untuk mengelola administrasi pendidikan secara professional
- 6) Mengupayakan pemenuhan kebutuhan sarana dan program pendidikan untuk mendukung KBM dan hasil belajar.
- 7) Menjalin kerja sama (networking) dengan lembaga/instansi terkait dalam dan luar negeri, masyarakat dan dunia usaha/industry dalam rangka mengembangkan program pendidikan yang berakar pada budaya bangsa dan mengikuti perkembangan IPTEK, yang bertaraf Internasional.
- 8) Program dan pembelajaran berbasis TIK
- 9) Meningkatkan pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler unggulan yang sesuai potensi dan minat siswa.
- 10) Mengupayakan perolehan sertifikat mata pelajaran Internasional untuk guru dan siswa

6. Kekhasan sekolah

SMAN 1 Padang panjang merupakan sekolah menengah yang berbeda dari sekolah menengah lain yang ada di Sumatera Barat dalam

hal penempatan siswanya, Siswa di SMAN 1 Padang Panjang 30% di asramakan dan 70% di luar asrama, tepatnya setiap tingkatan yang terdiri dari 9 rombel di asramakan dan 6 rombel di luar asrama. Aktifitas pembinaan karakter di SMAN 1 Padang Panjang sudah berjalan semenjak tahun 1998 dengan nama kegiatan IMTAQ pagi setiap hari sabtu jam 1-2 dengan tenaga pemetor terdiri dari guru yang di datangkan dari lembaga GM3 dan Markazul Quran kota Padang Panjang. Kegiatan pembinaan ini tidak hanya dalam jam pelajaran, namun juga berlanjut dengan pembinaan kelompok kecil di luar jam pelajaran dengan jadwal yang disepakati antara siswa dengan mentornya, kegiatan IMTAQ ini terkait langsung dengan pembinaan Tahfidz yang merupakan program keunggulan sekolah.

Selain pembinaan karakter, di SMAN 1 Padang Panjang juga ada kegiatan keputrian untuk siswa X dan XI yang diselenggarakan setiap minggu pada hari jumat saat siswa putra shalat jumat bersama di mesjid sekolah, kegiatan ini berbentuk latihan keterampilan khusus putrid seperti masak memasak dan jahit menjahit.

7. Manajemen Sekolah

a. Struktur Kepemimpinan SMAN 1 Padang Panjang

- 1) Kepala Sekolah :Sefriadi,S.Pd,M.Si
- 2) Wakasek Urs Kurikulum :Yunengsih, S.Pd
- 3) Wakasek Urs Kesiswaan :Bastian S.Pd
- 4) Wakasek Urs Sarpras/Humas :Firdaus, M.Pd

b. Tenaga Pendidik

Tabel 4

No	Nama Guru/NIP	Pangkat/ Golongan	Mata Pelajaran	Keteran gan
1	Sefriadi, S.Pd, M.Si NIP. 197809122002121003	Penata Tk 1/ III d	Matematika	Kepala Sekolah
2	Yunengsih, S.Pd NIP. 197910222005012007	Penata /III c	Matematika	Waka Kurikul um
3	Drs. Bastian NIP. 196404141988031017	Pembina/I V a	Penjaskes	Waka Kesiswa an
4	Firdaus, S.Pd, M.Pd NIP. 198105072006041004	Penata/ III c		Waka Sarpras dan Humas
6	Dra. Dewi Murni NIP. 196201241987032002	Pembina/I V a	PKN	
7	Dra. Ideal Mesra NIP. 196607271997022003	Pembina/I V a	PKN	
8	Zulfawardi, S.Pdi, M.A NIP. 197407272005011008	Penata/ IIIc	PAI	
9	Kasbi, S.PdI NIP. 198308272009021001	Penata Muda Tk 1/ III b	PAI	
10	Musliha, S.Pd.I		PAI	Honor
11	Zusyenni, S.Pd NIP. 196301141985122001	Pembina/I V a	Bahasa Indonesia	
12	Yenny, S.Pd NIP. 196201231985012002	Pembina/V a	Bahasa Indonesia	
13	Dra. Hafni NIP. 196403132003122002	Penata/IIIc	Bahasa Indonesia	

14	Zamratul Ulva, M.Pd		Bahasa Indonesia	Honor
15	Yasminar, S.Pd NIP. 196110151985122003	Pembina/ V a	Sejarah	
16	Sakirman, S.Pd NIP. 196311171985121005	Pembina/ V a	Sejarah	
17	Suratman, S.Pd NIP. 196312311987111005	Pembina/ V a	Sejarah	
18	Dra. Andriza Revina NIP. 196508161991032002	Pembina/ V a	Bahasa Inggris	
19	Drs. Editiwarman NIP. 196612301993031003	Pembina/ V a	Bahasa Inggris	
20	Dra .Yusniwalti NIP.196608031990032003	Pembina/ V a	Bahasa Inggris	
21	Yelti, S.Pd NIP. 196803231998032006	Pembina/ V a	Bahasa Inggris	
22	Hendrison, S.Pd NIP. 197608182002121006	Penata/III c	Bahasa Inggris	
23	Fitriyansyah, S.Pd NIP. 197809162005011005	Penata/III c	Bahasa Jepang	
24	Suryenti, S.Pd NIP. 197505112005012006	Penata/ III c	Bahasa Jerman	
25	Drs. Nofrial Basir NIP. 196711101993031011	Penata Tk 1/ III d	Penjaskes	
26	Fuad Restu Fauzan, S.Pd		Penjaskes	Honor
27	Zuryaty, S.Pd, M.Si NIP. 196208081987032004	Pembina/ V a	Matematika	
26	Dra. Dervita, M.Si	Pembina/I	Matematika	

	NIP.196611301990032003	V a		
27	Drs. Ramadhanur, M.Si NIP.196911121998021002	Penata Tk 1/ III d	Matematika	
28	Etika Yolanda Revi, S.Pd		Matematika	Honor
29	Isra Mardia, M.Pd		Matematika	Honor
30	Dra. Yelisna Eliza NIP. 196407151988032003	Pembina/I V a	Fisika	
31	Dra. Inharti Meifiza NIP. 196705251993032005	Pembina/I V a	Fisika	
32	Mardiati, S.Pd, M.Si NIP. 196403031989032006	Pembina/I V a	Fisika	
33	Dra. Milza Manjas NIP. 196106221987032002	Pembina/I V a	Biologi	
34	Rini Prisma Gusti, S.Pd NIP. 196303081987032013	Pembina/I V a	Biologi	
35	Martalina, S.Pd, M.Si NIP. 197403132002122002	Penata/ III c	Biologi	
36	Deshayati, S.Pd NIP. 197605252002122003	Penata/ III c	Biologi	
37	Dra. Rifka Yarni NIP. 196801041993032003	Pembina/I V a	Kimia	
38	Dra. Destiwati NIP. 196012241985032002	Pembina/I V a	Kimia	
39	Febriani, M.Si NIP. 197402012002122002	Penata Tk 1/ III d	Kimia PDK	
40	Idnawaty, S.Pd, M.Si NIP. 197002182003122005	Penata/ III c	Kimia	

41	Nofida, S.Pd NIP. 196211291985012001	Pembina/I V a	Ekonomi	
42	Yesi Candra, S.Pd NIP. 197601302002122003	Penata/ III c	Ekonomi PDK	
43	Annisa Putri		Sosiologi	Honor
44	Desnita, S.Pd NIP. 196212221984122001	Pembina/I V a	Geografi	
45	Nefertiti, S.Pd NIP. 196311091985122001	Pembina/I V a	Seni Budaya	
46	Iskandar Makhdoni, S.Pd, M.Sn NIP. 197509192006041005	Penata/III c	Seni Budaya	
47	Linda Zulfita, S.Kom. M.Pdi NIP. 198010202005012008	Penata/III c	BK TIK	
48	Nikmatul Aufa, S.Kom NIP. 198111012006042011	Penata/III c	BK TIK	Kepala Labor
49	Elfa, S.Pd NIP. 196210271984122002	Pembina/I V a	BK	
50	Ulfah Suryati, S.PdI NIP. 198311252009012003	Penata/ III c	BK	
51	Suci Amelia Mardiah, S.Pd NIP. 198703042010012008	Penata Tk 1/ III b	BK	

Sumber: Tata Usaha SMA Negeri 1 Padangpanjang

c. Tenaga Kependidikan

Tabel 5

No	Nama	Pangkat /Gol	Jabatan	Ket
1	Elfiyuhendri NIP. 196601051987031004	Penata Muda Tk. 1 / III.b	KTU	PNS
2	Magdalena. A, S.Pd NIP. 197912092007012003	Penata Muda Tk I / III.b	Kepegawa ian	PNS
3	Trisna Evita, S.Si NIP.1975090520140620 03	Penata Muda Tk I / III.b	Bendahara Barang/ Aset	PNS
4	Yennita, SE NIP.1967050720070120 04	Penata Muda/ III.a	Kesiswaan	PNS
5	Fitrawati NIP.1976021620140620 03	Pengatur MudaTin gkat I / II.b	Bendahara zBOS/ Dapodik	PNS
6	Wardi NIP.1972101020060410 13	Pengatur Muda Tingkat I/ II.b	Persuratan	PNS
7	Nur Azwar NIP.1967052720060410 04	Juru Tingkat I / I.d	Koordinat or Lapangan	PNS

No	Nama	Tempat Tanggal Lahir	Pendidikan Terakhir	Bidang Kerja
1	Engkos Kosasih	Purwakarta, 10 Agustus 1968	STM	Petugas Kebersihan
2	Sanibar	Paninggahan, 10 Maret 1975	MTsN	Petugas Kebersihan
3	Yasnilis	Batusangkar , 22 Mei 1968	SMA	Petugas Kebersihan
4	Doni Saputra	Padangpanjang, 6 Januari 1980	SMA/ paket C	Petugas Kebersihan
5	Hefrita	Bangkinang ,18 Februari 1975	SMEA	Petugas Kebersihan
6	Fransisko Mexdonal	Jaho, 21 Desember 1976	STM	Adm Perkantoran Tenaga Teknisi)
7	Desi Mulyani	Tanjung Barulak, 18 Juli 1979	S1Pendidikan B. Indonesia	Adm Perkantoran (Tenaga Pustaka)
8	Tessa Amanda	Padangpanjang, 7 April 1992	SMA	Adm Perkantoran (Tenaga Pustaka)
9	Siska Rahmawati, SE	Pekanbaru, 9 Mei 1997	S1	Petugas Kebersihan Asrama
10	Hayatul Nupus, SH	Muaro Paneh, 4 Juni 1995	S1	Petugas Kebersihan Asrama

11	Robi Chandra	Padang, 26 Mei 1988	SMA	Petugas Kebersihan Asrama
12	Mulyanis Rahmi, SP	Padangpanjang, 6 Oktober 1985	S1	Petugas Kebersihan Asrama
13	Alfijendri	Tanah Datar, 28 Januari 1978	SMEA	Petugas Keamanan
14	Muhammad Fadhil	Batuhampar, 18 September 1972	SMA	Petugas Keamanan
15	Abri Dahus	Padang, 7 Oktober 1969	SMA	Petugas Keamanan

Sumber: Tata Usaha SMA Negeri 1 Padangpanjang

d. Data Peserta Didik

Tabel 6

No.	Kelas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	X	116	214	330
2.	XI	121	156	277
3.	XII	107	173	280
Jumlah		344	543	887

Sumber: Tata Usaha SMA Negeri 1 Padangpanjang

e. Sarana dan Prasarana Sekolah

SMAN 1 Padang Panjang adalah milik pemerintah, Adapun fasilitas/sarana prasarana SMAN 1 Padang Panjang sebagai berikut:

Tabel 7

No	Ruang	Jumlah
1	Ruang Kepala Sekolah	1
2	Ruang Komite Sekolah	1
3	Ruang Wakil	1
4	Ruang Tata Usaha (TU)	1
5	Ruang Guru	1
6	Ruang Kelas	27
7	Ruang Labor IPA	3
8	Ruang Komputer	5
9	Ruang Pustaka	2
10	Ruang Kesenian	2
11	Ruang Serba Guna (Aula)	1
12	Ruang Pertemuan	1
13	Ruang Bimbingan konseling	1
14	Ruang UKS	1
15	Ruang OSIS	1
16	Ruang Piket	1
17	Ruang SPP	1
18	Rumah Kepala Sekolah	1
19	Ruang Satpam	2
20	Ruang Koperasi Siswa	1
21	Asrama (Putri dan Putri)	2
22	Ruang Makan Asrama	1
23	Masjid	1
24	Kantin	1
25	Tempat Parkir Roda Dua	2
26	Westafel cuci tangan	38
27	Toilet	7
28	Lapangan	1

	Jumlah ruang keseluruhan	67
--	--------------------------	----

Sumber: Tata Usaha SMA Negeri 1 Padangpanjang

C. Hasil Penelitian

dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang, dapat di deskripsikan sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang dalam Menarik Minat Peserta Didik

Agar bisa mempermudah berjalannya suatu lembaga maka lembaga tersebut hendaklah memiliki strategi. Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan, ditemukan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak sekolah SMAN 1 Padang Panjang yakni dengan mempromosikan program tahfizul quran kepada peserta didik.

Penulis melakukan wawancara dengan koordinator Pembina asrama Kasbi S.Pd1 yang menjelaskan tentang strategi pemasaran pendidikan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang. Adapun hasil wawancara koordinator Pembina asrama pada tanggal 14 Juni 2021 tersebut terangkum sebagai berikut.

dimana SMAN 1 Padang Panjang di kenal dengan sekolah umum yang berasrama yang kental dengan pembinaan imtaq dan tahfidznya, ditambah lagi dengan visi sekolah yang bagian awalnya itu menyatakan religious, maka untuk mengisi sisi religious itu diperlukan adanya kegiatan-kegiatan yang sifatnya keagamaan atas dasar itulah program tahfiz quran ini dibuat pemasaran secara matang yakni sebagaimana yang dikatakan oleh koordinator Pembina asrama bapak Kasbi S.Pd1 menyatakan bahwa :

“walaupun sekolah ini sekolah umum, tapi sekolah ini kuat dalam pembinaan imtaqnya, sekolah ini memiliki visi religious , maka harus memperbanyak program-program keagamaan seperti

imtaqnya dan tahfiz. Di SMAN 1 Padang Panjang program tahfiz bagian dari program keasramaan dan keagamaan . Begitu juga sekolah untuk memasarkan Selama ini bersamaan dengan imtaq, karena bahwa kegiatan imtaq itu di dalamnya ada program tahfiznya.SMAN 1 Padang Panjang menginformasikan kepada calon peserta didik bahwasannya ada program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang, dan juga sekolah menyampaikan kepada peserta didik berbagai fasilitas dan juga prestasi-prestasi yang telah diraih, salah satu nya yaitu menyampaikan kepada peserta didik adalah asrama yang ada di SMAN 1 Padang panjang, dan juga strategi yang dilakukan SMAN 1 Padang Panjang yaitu juga melalui brosur , misalnya menyampaikan di brosur itu agenda tahfiz, wisuda tahfiz, prestasi, dan juga melalui website di SMAN 1 Padang Panjang.(wawancara dengan Pembina asrama Kasbi, S.Pd pada tanggal 14 juni 2021).

Dalam memasarkan program tahfiz quran di SMAN 1 Padang Panjang, hal senada yang dikatakan oleh waka kurikulum Yunengsih S.Pd juga mengungkapkan bahwa :

“strategi yang dilakukan oleh sekolah memasarkan program tahfiz SMAN 1 padang panjang, salah satunya adalah dalam wisuda tahfiz ,dalam wisuda tahfiz ini sekolah informasikan kepada seluruh orang tua wali murid , dan nanti orang tua murid mengetahui seperti apa bentuk dari kegiatan wisuda tahfiz. Sebelum wisuda tahfiz itu kami melakukan cam tahfiz dulu,cam tahfiz ini kami laksanakan tahun sebelum pandemi, kita adakan disalah satu mesjid Alwustho paninjauan. Bukan hanya itu, SMAN 1 Padang Panjang memasarkan dengan menggunakan lewat brosur tentunya, web, dan juga sosial media yang digunakan oleh SMAN 1 Padang Panjang. Maka itulah salah satu bentuk strategi sekolah untuk memasarkan atau mempromosikan program tahfiz yang ada di SMAN 1 padang panjang.” (wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang kurikulum pada tanggal 15 Juni 2021).

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan KKG Guru Pai Zulfawardi, S.Pdi, M.A tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang dalam memasarkan program tahfiz untuk menarik minat peserta didik yaitu mengatakan bahwa :

“secara garis besar ada internal dan eksternal.dalam bentuk internal sekolah memasarkan program tahfiz ini dengan adanya wisuda tahfiz yang diadakan tiap tahun ketika perpisahan kelas XII, kemudian sebelum wisuda tahfiz kami adakan cam tahfiz di salah satu mesjid Alwustho paninjaun untuk persiapan qatam alquran. Dalam bentuk eksternal yaitu SMAN 1 Padang Panjang memberikan publikasi seluas-luasnya bahwa tahfiz alquran itu sangat-sangat kompesibel terutama anak-anak IPA, karena itu semuanya hampir IPA 7 lokal dan IPS 2 lokal. Selain itu kita memasarkan program tahfiz ini dengan menggunakan website, sosial media juga kita gunakan, osis kita libatkan juga itu namanya batik birru”.(wawancara dengan KKG Guru Pai Zulfawardi, S.Pdi, M.A pada tanggal 19 juni 2021).



gambar 2 wisuda tahfiz



gambar 1 cam tahfiz

Berdasarkan pendapat narasumber di atas dapat dikemukakan bahwa strategi pemasaran dalam program tahfiz yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang dikemukakan bentuk strategi yang dilakukan yaitu sekolah mempromosikan melalui brosur, website, dan juga memanfaatkan media sosial seperti instangram, facebook. Selain itu, SMAN 1 Padang Panjang juga menginformasikan berbagai fasilitas dan prestasi-prestasi yang telah di raih. dapat dikemukakan bahwa salah satu hal yang menarik minat peserta didik yaitu dari segi keagamaan, prestasi dan juga sarana prasarana.

SMAN 1 Padang Panjang sebagai lembaga pendidikan yang bergerak dibidang pemasaran pendidikan selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada peserta didik dalam proses belajar-mengajar. Di SMAN 1 Padang Panjang sebelum melakukan strategi pemasaran selalu memperhatikan unsur-unsur strategi atau perumusan strategi pemasaran dengan cara mengidentifikasi melihat persaingan pasar yang ada dan penentuan posisi pasar persaingan.

bahwa SMAN 1 Padang Panjang telah melakukan perumusan unsur strategi pemasaran, ada dua unsur penting yang dilakukan SMAN 1 Padang Panjang dalam perumusan strategi pemasaran, antara lain :

- a. Strategi penentuan pasar sasaran (*target market strategi*). Strategi ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmen pasar jasa pendidikan tertentu dari total pasar jasa pendidikan.

Penulis melakukan wawancara dengan koordinator Pembina asrama Kasbi S.Pd1 yang menjelaskan tentang target sasaran di SMAN 1 Padang Panjang. Adapun hasil wawancara dengan koordinator Pembina asrama pada tanggal 14 juni 2021 tersebut terangkum bahwa :

“di SMAN 1 Padang Panjang ,mengatakan bahwa menentukan target sasaran itu merupakan hal penting sebelum menerapkan strategi pemasaran, karena bertujuan untuk menarik jumlah calon peserta didik yang akan masuk ke SMAN 1 Padang panjang, target atau sasaran yang diambil adalah lebih kepada sekolah IT(Islam terpadu), icbs payakumbuh dan juga SMP hikmah pasaman barat. Hal ini dilakukan dengan cara : melakukan sosialisasi atau kunjungan ke sekolah seperti IT (islam terpadu) baik negeri maupun swasta yang bertujuan untuk mempromosikan program tahfiz yang ada di SMAN 1 Padang Panjang dengan program unggulan dan berasrama dengan cara presentasi tentang keunggulan dan prestasi yang dimiliki oleh

SMAN 1 Padang Panjang.(wawancara koordinator pemasaran Kasbi S.Pd1 pada tanggal 14 Juni 2021)

Hal senada juga di ungkapkan dengan KKG Guru Pai Zulfawardi, S.Pdi, M.A tentang strategi penentuan target sasaran di SMAN 1 Padang Panjang yang menyatakan bahwa :

“bahwa target kita di SMAN 1 Padang Panjang itu memang anak-anak yang rating nya bagus, nilai yang bagus, dan hafalan yang sangat-sangat fleksibel untuk tahfiz. Misalnya sekolah-sekolah IT, mtsn yang hafalan tahfiznya bagus, SMP juga kita ambil dengan hafalannya memang sudah bagus.”(wawancara dengan KKG Guru Pai Zulfawardi, S.Pdi, M.A pada tanggal 19 juni 2021).

Berdasarkan pendapat narasumber diatas mengenai target sasaran dapat dikemukakan bahwa target SMAN 1 Padang Panjang dalam memasarkan program tahfiz ini itu lebih kepada sekolah-sekolah yang islam terpadu (IT), sekolah yang mempunyai hafalan juz yang bagus, sehingga peserta didik yang amsuk ke SMAN 1 Padang Panjang bisa masuk karena mempunyai hafalan juz.

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan waka kurikulum Yunengsih S.Pd tentang strategi penentuan target sasaran di SMAN 1 Padang Panjang mengatakan:

“bahwa target pemasaran di SMAN 1 Padang Panjang itu selain pimpinan itu adalah tim , tim adalah salah satu target sekolah atau orang-orang yang mampu memasarkan. kemudian osis juga kita libatkan , osis yang tentu di bidangnya misalnya ffi, nah itu mereka bergerak memasarkan menginformasikan kondisi atau apa yang dilaksanakan untuk tahun berikutnya atau tahun yang sedang berjalan”.(wawancara dengan waka kurikulum Yunengsih pada tanggal 15 juni 2021)

Selain dari sasaran tersebut SMAN 1 Padang Panjang juga mempunyai sasaran yang telah dirumuskan seperti :

- 1). Terwujudnya pelayanan yang optimal bagi peserta didik SMAN 1 Padang Panjang untuk dapat mengembangkan

- kecerdasan baik kecerdasan intelektual, emosional, maupun kecerdasan spiritual.
- 2) Terwujudnya pelayanan yang optimal bagi peserta didik SMAN 1 Padang Panjang untuk mengembangkan keterampilan, dalam menyiapkan perjalanan dimasa mendatang baik untuk melanjutkan pendidikan pada jenjang berikutnya maupun kelanjutan hidup sebagai warga masyarakat.
 - 3) Terwujudnya pelayanan yang optimal bagi peserta didik SMAN 1 Padang Panjang untuk memiliki keyakinan yang kuat dan menjadikan islam sebagai landasan moral etika dalam kehidupan selanjutnya.(wawancara dengan koordinator Pembina asrama Kasbi S.Pd1 pada tanggal 14 juni 2021)
- b. Strategi penentuan posisi pasar persaingan (*competitive positioning strategi*). Adanya sekolah-sekolah menengah atas yang ada di Sumatera Barat, maka persainganpun tetap ada dan semakin kuat. Setiap lembaga memiliki kekuatan masing-masing untuk mempertahankan lembangannya.

Penulis melakukan wawancara dengan koordinator Pembina asrama Kasbi S.Pd tentang posisi persaingan pada tanggal 14 juni 2021 yaitu:

“Dalam mengatasi persaingan ini yaitu pertama SMAN 1 Padang Panjang menjaga kualitas dan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin serta terus mengikuti perkembangan zaman, agar program tahfiz dan imteq yang sangat bagus kental dengan keagamaan yang kita prioritas kan di SMAN 1 Padang Panjang sebagai program unggulan yang ada di sekolah tetap menjadi sekolah yang dibanggakan oleh peserta didik kemudian yang kedua sekolah membuat Mou atau kerja sama dengan lembaga tahfiz di padang panjang khususnya markazur quran walaupun markazur quran terhenti kemaren karena pandemi tapi Mou itu sudah ada.”(wawancara dengan Pembina asrama Kasbi S.Pd pada tanggal 14 juni 2021).

Hal senada juga diungkapkan oleh waka kurikulum Yunengsih S.Pd juga mengungkap bahwa;

“mengungkapkan bahwa dalam persaingan di dalam mempromosikan program tahfiz sudah pasti ada persaingan juga terjadi sangat ketat pada saat sekarang ini, yang dilakukan oleh sekolah dalam mengatasi persaingan adalah dengan tetap menjaga kualitas yang SMAN 1 Padang Panjang dan terus mengikuti perkembangan yang ada, agar program tahfiz sebagai program unggulan di SMAN 1 Padang Panjang tetap bertahan dan lebih maju dibandingkan sekolah lain”.

Dalam menghadapi persaingan tersebut SMAN 1 Padang Panjang mempunyai solusi seperti :

- 1) Tetap mempertahankan prestasi-prestasi yang telah di raih seperti mengikuti lomba-lomba yang diselenggarakan pemerintah kecamatan, kabupaten, provinsi maupun nasional, dan berusaha memenangkannya dengan cara mempertahankan
- 2) Selalu berusaha membangun kepercayaan terhadap peserta didik dengan cara mempertahankan kualitas yang ada serta berusaha meningkatkan pelayanan pendidikan di SMAN 1 Padang Panjang.(wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang kurikulum Yunengsih S.Pd pada tanggal 15 juni 2021)

Selanjutnya diperkuat dengan ketua KKG guru PAI Zulfawardi, S.Pdi, M.A mengatakan bahwa :

“ Nah,dapat dikatakan bahwa posisi bersaing ini adalah inti dari keberhasilan sebuah sekolah untuk mempertahankan program tahfidz ini, sekolah yang dapat menyongkong kinerjanya seperti inovasi, atau pelaksanaan yang baik. Dapat dilihat bahwa SMAN 1 Padang Panjang itu sudah memiliki akreditasi A, program tahfiz yang sudah menjadi program unggulan di sekolah, dan bersamaan dengan imtaq, memiliki pementor yang didatangkan dari markazur quran, memiliki asrama putra dan putrid, sarana prasana yang memadai, sekolah yang letaknya strategis, yang lebih bagusnya SMAN 1 Padang Panjang ini sudah incaran bagi siswa-siswi di Sumatra barat dan sudah menjadikan pusat perhatian masyarakat yang positif terhadap sekolah ini”.(wawancara pada tanggal 15 Juni 2021).

Berdasarkan pendapat dari narasumber di atas dapat dikemukakan bahwa SMAN 1 Padang Panjang itu memiliki brand tersendiri seperti karakter, imtaq, dan juga program tahfiz yang tetap menjadi program prioritas di SMAN 1 Padang Panjang bahkan masuk ke dalam bisnis dokumen sekolah dengan program unggulan. Artinya bahwa SMAN 1 Padang Panjang ini memiliki cirri khas yang berupa ilmu keagamaan lebih banyak di bandingkan sekolah lain, meski mengusung unsur keagamaan yang lebih, namun sekolah SMAN 1 Padang Panjang tidak mengesampingkan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler. Jadi ini yang membedakan antara SMAN 1 Padang Panjang dengan lembaga lain. Dalam bidang ilmu pengetahuannya baik berguna untuk bekal ke jenjang selanjutnya, siswa juga terlatih mandiri untuk bekerja setelah lulus dari sekolah karena sudah dibekali dengan berbagai ekstrakurikuler, dan kekuatan keagamaannya juga sangat bagus. Karena sekolah berharap agar bisa membuat para siswanya tidak hanya sukses di dunia saja namun juga di akhirat.

2. Bagaimana penerapan startegi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang

Bauran pemasaran ini penulis gunakan sebagai alat untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan. dalam kesuksesan strategi pemasaran didalamnya terdapat bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang digunakan dalam menerapkan strategi pemasaran di SMAN 1 Padang Panjang yaitu berupa product, place, promotion, people, physical evidence, process. Dalam meningkatkan jumlah daya tarik siswa melalui program tahfiz dan meningkatkan pelayanan di SMAN 1 Padang Panjang perlu diterapkannya bauran pemasaran, serta memberikan jasa pendidikan

yang baik agar layanan semakin bagus dan pemasaran dapat tercapai apa yang telah direncanakan serta dapat menjadi lulusan yang unggul. Berikut adalah hasil wawancara Dalam hal bauran pemasaran yang diterapkan SMAN 1 Padang Panjang sebagai berikut :

Produck , produk yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang yaitu dengan memasarkan program tahfiz sebagai program unggulan di sekolah yang dibutuhkan oleh para peserta didik beragama islam. Berdasarkan hasil penelitian di ketahui koordinator Pembina asrama bapak Kasbi S.Pd1 mengungkapkan bahwa :

‘produk tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang yaitu program yang bersamaam dengan imtaq dan mempromosikan kepada peserta didik tentang program sekolah yaitu adanya program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang yang dimaksud yaitu sebagai program unggulan yang ada di SMAN 1 Padang Panjang yang kental dengan keagaamannya’(wawancara pada tanggal 14 juni 2021)

Kemudian hal tersebut juga dijelaskan oleh waka kurikulum ibuk Yunengsih S.Pd

“produk yang kita pasarkan itu tahfiz, pertama kita memasarkan kepada peserta didik bahwa ada program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang dengan proram unggulan di sekolah. Yang berupa konsumen (peserta didik) yang dapat berkembang bakatnya , lulusan yang cerdas serta mengamalkan ajaran agama islam”.(wawancara pada tanggal 15 juni 2021)

Berdasarkan pendapat dari narasumber diatas dapat diketahui bahwa produk (program tahfiz) SMAN 1 Padang Panjang dilakukan untuk menarik minat peserta didik yaitu menginginkan dengan lulusan yang cerdas dan memiliki keagamaan yang berguna di dunia dan akhirat.

Price merupakan pembiayaan (costing) yang membandingkan pengeluaran dengan pendapatan pelanggan jasa pendidikan dan penentuan harga atau harga yang dikenakan ke pelanggan jasa

pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian dengan Koordinator Pembina asrama Bapak Kasbi S.Pd1.

“ bahwa untuk pembiayaan di sekolah kita itu tidak ada, karena sekolah kita adalah sekolah negeri, tidak ada pemungutan biaya apapun. Tapi dalam biaya pelaksanaan Tahfidz ini diambil dari dana Bos, dari dana bos itu dibayarkan kepada mentor yang datang di SMAN 1 Padang Panjang, kalau di asrama itu dari dana uang komite asrama karena anak-anak yang tinggal di asrama itu bayar 1 bulan 100 perorang, itu kegiataannya disamping untuk imtaq juga untuk program tahfidz.(wawancara dengan koordinator Pembina asrama pada tanggal 14 juni 2021).

Hal senada dengan waka kurikulum ibuk Yunengsih S.Pd tentang pembiayaan pemasaran program tahfidz di SMAN 1 Padang Panjang mengatakan:

“ kalau tentang biaya itu di sekolah tidak menggunakan biaya, karena SMA 1 Padang Panjang adalah sekolah negeri. Dan kami di sekolah tidak pemungutan biaya sepersen pun, tapi yang untuk program tahfidz anak-anak itu perbulan membayar 100 ribu perorang dan itu disamping kegiatan untuk imtaq dan juga tahfidz.(wawancara dengan waka kurikulum ibuk Yunengsih S.Pd pada tanggal 15 juni 2021).

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan KKG Guru PAI Zulfawardi, S.Pdi, M.A mengatakan bahwa :

“karena sekolah negeri tidak punya harga , komite hanya 100 rbu perbulan, dan kemudian. Yang paling banyak itu makan dan makan itu mereka dihitung berapa kali makan . kalau mereka makan 10 hari dikali 10 hari, dan kita sekolah negeri tidak boleh memungut biaya tinggi bahkan sangta-sangat terbatas. (wawancara dengan KKG guru PAI pada tanggal 19 juni 2021).

Berdasarkan pendapat dari narasumber diatas dapat diketahui bahwa dalam penentuan harga yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang itu tidak ada, karena SMAN 1 Padang Panjang adalah sekolah negeri tidak ada pemungutan biaya apapun dan itu sangat-sangat terbatas. Tapi dalam biaya pelaksanaan Tahfidz ini diambil dari dana Bos, dari dana bos itu dibayarkan kepada mentor yang datang di

SMAN 1 Padang Panjang, kalau di asrama itu dari dana uang komite asrama karena anak-anak yang tinggal di asrama itu bayar 1 bulan 100 perorang, itu kegiataannya disamping untuk imtaq juga untuk program tahfidz.

Place merupakan kemudahan akses, penampilan dan kondisi sekolah secara keseluruhan. tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi. Berdasarkan hasil penelitian dengan Pembina asrama Bapak Kasbi S.Pd1.

“Letak SMAN 1 Padang Panjang adalah sudah cukup strategis karena berada di pusat kota Padang Panjang dan mudah terjangkau oleh peserta didik. Seperti untuk asrama yang berada di dalam lokasi SMAN 1 Padang Panjang dan tempat yang luas, itu adalah sudah strategis karena tempatnya aman dan nyaman. (wawancara pada tanggal 14 juni 2021)

Letak yang strategis juga ditentukan dalam menarik minat peserta didik atas kenyamanan dalam melakukan proses belajar mengajar. Selanjutnya hal senada tersebut juga dijelaskan oleh waka kurikulum bahwa :

“untuk tempat menurut saya strategis. Tempat ini mudah di akses , jalan menuju sekolah juga bagus, kalau orang yang belum tau juga bisa pakai maps juga bakal ketemu lokasinya. Lokasinya juga dipinggir jalan, halamannya juga luas, sejuk, keamanan. Dan juga tempat asrama yang kita miliki itu juga luas, nyaman, disini juga Alhamdulillah sejauh ini tidak ada yang di khwatairkan. Menurut saya lokasi disini sangat strategis ya.(wawancara pada tanggal 15 juni 2021).

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan KKG Guru PAI Zulfawardi, S.Pdi, M.A tentang tempat /lokasi di SMAN 1 Padang Panjang mengatakan:

‘bahwa letak SMAN 1 Padang Panjang itu di pusat kota, lokasiya pun sangat luas, mudah dijangkau oleh masyarakat luas .dalam kondisi sekarang sudah cukup strategi walau secara fisik mungkin kita bangunan agak sedikit bermasalah karena mesjid sekarang

sedang tahap proses pembangunan.”(wawancara dengan KKG Guru Pai Zulfawardi, S.Pdi, M.A pada tanggal 19 juni 2021).

Berdasarkan pendapat dari narasumber diatas dapat diketahui bahwa lokasi sekolah SMAN 1 Padang Panjang sudah strategis karena terletak di pusat kota padang Panjang Panjang, dan mudah di akses oleh para peserta didik Karena letak sekolah berada di tepi jalan raya dan mudah d temui oleh peserta didik.

Promotion merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. SMAN 1 Padang Panjang melakukan promosi dengan cara menginformasikan melalui melalui brosur, website, dan juga media sosial seperti facebook dan instangram. Berdasarkan hasil penelitian dengan Pembina asrama sebagai koordinator pemasaran bapak Kasbi S.Pd1

“sekolah untuk memasarkan Selama ini bersamaan dengan imtaq, karena bahwa kegiatan imtaq itu di dalamnya ada program tahfiznya.SMAN 1 Padang Panjang menginformasikan kepada calon peserta didik bahwasannya ada program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang, dan juga sekolah menyampaikan kepada peserta didik berbagai fasilitas dan juga prestasi-prestasi yang telah diraih, salah satu nya yaitu menyampaikan kepada peserta didik adalah asrama yang ada di SMAN 1 Padang panjang, dan juga strategi yang dilakukan SMAN 1 Padang Panjang yaitu juga melalui brosur , misalnya menyampaikan di brosur itu agenda tahfiz, wisuda tahfiz, prestasi, dan juga melalui info-info website di SMAN 1 Padang Panjang.(wawancara 14 Juli 2021)

Kemudian hal tersebut juga dijelaskan waka kurikulum dalam mempromosikan program tahfiz quran SMAN 1 Padang Panjang juga melakukan berbagai alat yang digunakan oleh sekolah Yunengsih S.Pd mengungkapkan bahwa :

“sekarang ini tanpa promosi Alhamdulillah banyak siswa yang mendaftar di sekolah ini. Tapi kalau memberikan informasi-informasi tentang program tahfiz ini melalui website, brosur

dan media sosial masih dilakukan. Dan juga memasarkan program tahfiz ini SMAN 1 Padang Panjang juga melakukan informasi mulut ke mulut dari peserta didik dan juga wali murid. Misalnya wali murid yang anaknya sekolah disini, prestasi bagus, lalu wali murid ini cerita ke tetangganya, kemudian menarik minat tetangga tersebut lalu anaknya disekolahkan di sekolah ini. Nah Secara tidak langsung wali murid sudah mempromosikan program tahfiz yang ada di SMAN 1 Padang Panjang”(wawancara pada tanggal 15 juni 2021)

Selanjutnya wawancara dengan ketua KKG guru PAI Zulfawardi, S.Pdi, M.A mengungkapkan bahwa;

“ kita di SMAN 1 Padang panjang ini promosi yang kita lakukan untuk memasarkan program tahfidz ini adalah melalui website SMAN 1 Padang Panjang, melalui media sosial itu seperti facebook, instangram yang kita punya di SMAN 1 Padang Panjang, dan juga kita melalui brosur dan d brosur tersebut kita mempromosikan kegiatan imtaq yang bersamaan dengan program tahfidz, jadi itulah cara kami dalam mempromosikan program tahfidz tersebut.(wawancara pada tanggal 15 Juni 2021)

1) Periklanan

Website paling utama, karena semua informasi dan semua kegiatan ada di website SMAN 1 Padang Panjang itu sendiri seperti yang isinya informasi pembukaan resmi rapat kerja, penerimaan peserta didik baru, profil yang isinya visi misi, sejarah singkat SMAN 1 Padang panjang, guru yang isinya direktori guru, silabus, bahan ajar, materi uji, prestasi guru, kalender akademik, informasi-informasi lainnya.

Brosur yang digunakan oleh SMAN 1 Padang panjang mengenai program tahfiz, Sosial media yang dikenal oleh peserta didik dan masyarakat masyarakat luas juga sebagai alat untuk mempromosikan sekolah dengan adanya program tahfizh sebagai program unggulan di SMAN 1 Padang panjang melalui facebook

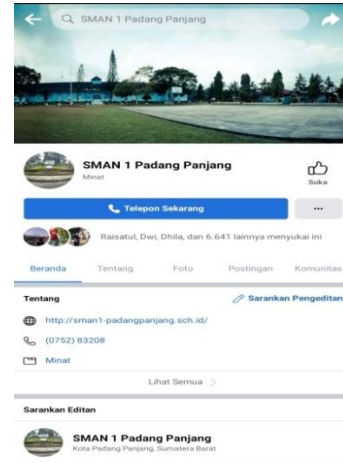
SMAN 1 Padang Panjang, instangram @Smansaphapha_ yang mana isinya tentang kegiatan-kegiatan sekolah dn informasi-informasi SMAN 1 Padang panjang.

Gambar 4 website



www.smansapapa

Gambar 5 facebook



SMAN 1 Padang Panjang

Gambar 6 Instangram



@Smansapapa_

2) Dari mulut ke mulut

Informasi tidak hanya dilakukan melalui media sosial, lewat mulut ke mulut bahkan bisa membuat perubahan. Ketika SMAN 1 Padang panjang melaksanakan wisuda tahfiz,dengan di hadirkan wali murid pada wisuda tahfiz yang dilaksanakan ketika kelas XII ,

Wali murid menceritakan pengalaman anaknya selama bersekolah di SMAN 1 Padang panjang seperti wisuda tahfiz yang dilaksanakan oleh SMAN 1 Padang Panjang di akhir, prestasi yang diraih oleh sekolah, kegiatan yang dilakukan sehari-hari, perubahan kebiasaan menjadi lebih baik, keadaan dan suasana sekolah, proses belajar mengajar. Informasi dari mulut ke mulut menyebarkan dengan besar atas menceritakan pengalaman wali murid ke orang lain.

Berdasarkan pernyataan diatas bahwa strategi mempromosikan yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang sangat menarik untuk dijadikan sebagai alat untuk memperkenalkan kepada peserta didik luas sehingga membawa keuntungan kepada SMAN 1 Padang panjang, (wawancara 15 Juni 2021).

Berdasarkan pendapat dari narasumber diatas dapat diketahui bahwa SMAN 1 Padang Panjang melakukan promosi dengan beberapa cara yaitu mempromosikan melalui brosur, sosial media (instangram dan facebook) dan juga melalui websit SMAN 1 Padang Panjang. Dalam memasarkan program tahfiz ini SMAN 1 Padang Panjang juga melakukan dari mulut ke mulut.

Physical evidence pada sebuah lembaga pendidikan tentu yang merupakan *physical evidence* adalah gedung atau bangunan dan segala fasilitas yang terdapat didalamnya Peneliti melakukan penelitian dengan bapak Kasbi S.Pd mengatakan:

“SMAN 1 Padang Panjang memberikan layanan yang prima terhadap peminat jasa pendidikan yaitu selalu bersikap baik terhadap peserta didik,guru,beserta staff yang sopan bersahaja dan ramah serta sayang kepada peserta didik. Perhatian kepada konsumen (peserta didik) dengan cara memperhatikan kebutuhan mereka sarana prasarana yang cukup agar sekolah ini semakin maju dan peminat peserta didik juga banyak, kemudian SMAN 1 Padang Panjang

bertindak untuk selalu menjaga kualitas yang bagus, sarana prasarana yang memadai”(wawancara pada tanggal 14 juni 2021)

Kemudian hal tersebut juga dijelaskan oleh waka kurikulum Yunengsih S.Pd bahwa:

“ya, untuk menjaga dan memberikan layanan kepada peminat konsumen (peserta didik) sekolah memperhatikan kebutuhan agar sekolah tetap terjaga dan peminat semakin banyak. Dalam hal ini SMAN 1 Padang Panjang menjaga kualitas dan tentunya sarana prasarana juga memadai.(wawancara pada tanggal 15 juni 2021)

Selanjutnya wawancara dengan ketua KKG guru PAI Zulfawardi, S.Pdi, M.A mengatakan bahwa :

‘kita sudah terakreditasi A , jadi termasuk prasarana kita sudah lengkap. Luas bangunan kita sudah 3 hektar. Dapat dilihat bahwa gerbang kita luas, lapangan kita luas, secara lokasi kita sudah luas (wawancara pada tanggal 15 Juni 2021)

Berdasarkan pendapat narasumber diatas dapat diketahui bahwa SMAN 1 Padang Panjang memberikan pelayanan yang baik terhadap peminat jasa pendidikan, sarana prasarana yang ada di SMAN 1 Padang Panjang sudah memiliki kesesuaian dari segi fungsional dan juga kenyamanan.

People . SMAN 1 Padang Panjang yang mempunyai dan memberikan jasa pendidikan adalah guru, staff, dan juga pegawai. Berdasarkan hasil penelitian dengan bapak Kasbi S.Pd1

“Dalam pemasaran program tahfiz ini orang yang terlibat dalam memasarkan adalah panitia ppdb, wakil humas, dan juga baru di sekolah nanti ada tim imtaq dan itu di bantu oleh kepala sekolah.(wawancara pada tanggal 14 juni 2021)

Hal senada juga diungkapkan oleh waka kurikulum SMAN 1 Padang Panjang Yunengsih S.Pd menyatakan :

“untuk memasarkan program tahfiz ini sendiri itu kami menentukan pimpinan, pimpinan yang dimaksud disini kepala sekolah dan wakil serta juga masuk guru-guru yang terlibat disini, salah satunya tentu yang berhubungan dengan tahfiz ini guru agama. Kemudian guru-guru yang mampu berkompeten dalam bidang itu.(wawancara pada tanggal 15 juni 2021)

Proses merupakan system operasi yang diatur untuk mengatur pemasaran jasa pendidikan di sekolah untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya. Peneliti melakukan wawancara dengan pembina asrama Kasbi S.Pd1 mengatakan bahwa:

“dalam proses pemasaran program tahfiz ini tentunya sekolah memberikan proses pembelajaran dengan baik, memiliki pementor yang luar biasa yang didatangkan dari markazur quran, sarana prasarna yang cukup sehingga pembelajaran berjalan dengan efektif dan efisien. Serta memiliki lulusan yang baik oleh SMAN 1 Padang panjang” (wawancara pada tanggal 14 juni 2021).

Hal senada yang dikatakan oleh waka kurikulum Yunengsih S.Pd bahwa :

“dalam proses ini SMAN 1 Padang panjang melakukan fasilitas pembelajaran guru yang berkompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai. Tidak hanya itu SMAN 1 Padang panjang dalam proses pembelajaran juga menjadikan siswa berprestasi, berakhlak mulia, dan mampu mengamalkan nilai nilai keagamaan. (wawancara pada tanggal 15 Juni 2021).

Berdasarkan pendapat dari narasumber di atas dapat diketahui bahwa SMAN 1 Panjang Panjang dalam melakukan bauran pemasaran saling bekerja sama. Dalam meningkatkan jumlah daya tarik siswa melalui program tahfiz dan meningkatkan pelayanan di SMAN 1 Padang Panjang perlu diterapkannya bauran

pemasaran, serta memberikan jasa pendidikan yang baik agar layanan semakin bagus dan pemasaran dapat tercapai sehingga terciptalah sekolah yang baik apa yang telah direncanakan serta dapat menjadi lulusan yang unggul.

3. Hasil yang dicapai SMAN 1 Padang Panjang

untuk dapat menilai dan mengukur sejauh mana keberhasilan yang dicapai dalam memasarkan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang, maka perlu evaluasi.

peneliti melakukan wawancara dengan koordinator Pembina asrama Kasbi S.Pd tentang sejauh mana ketercapaian pemasaran yang telah dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang dalam rangka apa yang telah direncanakan apakah sudah berjalan dengan baik apa belum. Wawancara pada tanggal 14 juni 2021 mengatakan :

“bahwa dalam memasarkan program tahfiz sejauh ini sudah melaksanakan dengan baik, dilihat dari peserta didik yang mendaftar dari tahun ke tahun sudah meningkat itu artinya SMAN 1 Padang Panjang sudah memasarkan program tahfiz dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Hal ini senada dengan waka kurikulum Yunengsih S.Pd tentang sejauh mana ketercapaian pemasaran yang telah dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang dalam rangka apa yang telah direncanakan apakah sudah berjalan dengan baik apa belum. Wawancara dengan waka kurikulum pada tanggal 15 juni 2021 juga mengatakan:

“dalam ketercapaian untuk memasarkan program tahfiz ini alhamdulillah sekolah sudah melakukan pembenahan dengan baik. Apa yang telah direncanakan sudah sesuai dengan baik. Dalam kata lain, bahwa SMAN 1 Padang Panjang jika dilihat persentase peserta didik yang meningkat setiap tahunnya, kalau kita lihat tahun 2021 lebih meningkat dibandingkan dibandingkan dengan tahun 2020, maka ini termasuk salah satu indikator bahwa SMAN 1 Padang Panjang telah sukses memasarkan program tahfiz ini sebagai program unggulan yang ada di SMAN 1 Padang panjang.(wawancara dengan waka kurikulum pada tanggal 14 juni 2021).

Selanjutnya penulis melakukan wawancara dengan ketua KKG guru PAI Zulfawardi, S.Pdi, M.A SMAN 1 Padang Panjang mengetahui :

“ bahwa hampir sesuai dengan rencana , kalau kita buat nilai dari satu sampai 10 , mungkin sudah memiliki nilai 8-9 an, dan Alhamdulillah daya serap kita luar biasa juga kadang-kadang ada 95% keperguruan tinggi , dan perguruan tinggi itu bukan biasa perguruan tinggi itu seperti ITB, UI, kedokteran UNAND dll. Kami melihat ini semacam backup luar biasa bagi perkembangan peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang sehingga dia lebih kreatif, lebih siap untuk kuliah ketika mereka ikut program tahfiz terutama anak asrama. Dan anak asrama itu sangat komplemen sekali. Untuk peningkatan siswa dari tahun ke tahun itu meningkat sekali dan dapat dilihat dari jumlah data siswa yang masuk ke SMAN 1 Padang Panjang dari tahun ke tahun. (wawancara pada tanggal 14 Juni 2021

Berdasarkan pendapat narasumber di atas dapat diketahui bahwa SMAN 1 Padang Panjang dalam pencapaian pemasaran program tahfiz yang telah dilakukan SMAN 1 Padang Panjang dalam rangka apa yang telah direncanakan apakah sudah berjalan dengan baik apa belum. Dari segi paparan yang telah di katakan narasumber di atas dapat dikatakan bahwa pemasaran program tahfiz yang telah di lakukan oleh SMAN 1 padang Panjang itu sudah berjalan dengan baik, apa yang telah direncanakan dan apa yang telah dirumuskan sudah sesuai dengan keinginan melalui starategi pemasaran atas kerja sama SMAN 1 Padang Panjang yang solid dan menjalin kekeluargaan yang baik.

Keberhasilan SMAN 1 Padang Panjang dalam strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan peminat peserta didik dapat dilihat dari semakin banyaknya siswa yang mendaftar dari tahun ke tahun. Jumlah siswa di SMAN 1 Padang Panjang tahun 2020/2021 terdaftar sebanyak 389 calon siswa. jumlah tersebut tidak terlepas dari kerja strategi yang baik dari tahun ke tahun untuk peningkatan yang

begitu signifikan. Berikut disajikan hasil wawancara dalam penelitian ,selain itu peneliti juga akan mendeskripsikan data dari hasil observasi dan dokumentasi.

Daftar Penerimaan (PPDB) SMAN 1 Padang Panjang 5 Tahun Terakhir

	Tahun	Kelas			Jumlah
	Pelajaran	X	XI	XII	
	2018/2019	125	128	119	372
	2019/2020	124	132	126	382
	2020/2021	144	121	133	398

Sumber: Arsip Peserta didik program tahfidz SMAN 1 Padang Panjang Tahun 2020/2021 .(Dokumentasi Tabel 1 Data siswa 14 Juni 2021)

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah siswa yang mendaftar di SMAN 1 Padang Panjang telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan . Semua itu Karena adanya manajemen pemasaran pendidikan yang baik oleh sekolah.

Dari semua hasil wawancara yang peneliti jabarkan di atas mengenai strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Paadang Panjang, maka peneliti dapat mengemukakan bahwa strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang panjang dalam melakukan dari starategi, pelaksanaan hingga evaluasi yang diterapkan SMAN 1 Padang panjang sudah berjalan dengan baik.

C. Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas, maka peneliti akan membahas strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang. Pembahasan ini akan menjelaskan tiga hal sesuai dengan pertanyaan penelitian yaitu :

1. Strategi pemasaran program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang.

Menurut (Mahmud Machfoedz, 2005: 2) Strategi pada dasarnya adalah rencana atau program-program yang terencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang digunakan oleh individu dan kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang memungkinkan perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan pendidikan. (Mahmud Machfoedz, 2005:73)

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan adalah sebuah proses menawarkan barang dan jasa yang dimiliki dalam suatu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menarik minat peserta didik untuk bersekolah di lembaga pendidikan tersebut.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber SMAN 1 Padang Panjang, strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang salah satu cara untuk mempromosikan lembaga pendidikan kepada peserta didik dalam hal mempromosikan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang. Setiap lembaga pendidikan mempunyai cara masing-masing dalam mempromosikan lembaga pendidikan untuk menarik minat peserta didik. SMAN 1 Padang Panjang dalam pemasaran program tahfiz yang dilakukan oleh sekolah dapat dilihat cara sekolah dalam memasarkan bahwasannya ada program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang melalui website, brosur, dan sosial media (instantran dan facebook) dalam memasarkan tersebut sekolah menyampikan kepada peserta didik berbagai keunggulan, fasilitas dan

prestasi-prestasi yang telah diraih.tidak hanya itu SMAN 1 Padang Panjang dalam memasarkan program tahfiz juga mellai mulut kemulut. Keberhasilan sebuah lembaga pendidikan salah satunya ditentukan oleh bagaimana lembaga pendidikan memberikan layanan jasa pendidikan yang berkualitas kepada peserta didik.

Menurut (Atika Kheirini selsy 2018:15) Tahap awal untuk melakukan kegiatan pemasaran jasa pendidikan hampir sama seperti pemasaran pada umumnya yaitu dengan menentukan terlebih dahulu pasar sasaran. Kasmir memberikan definisi bahwa menetapkan pasar sasaran artinya “mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran”. Strategi ini bertujuan untuk mengelompokkan dan membuat keputusan segmen pasar dari keseluruhan pasar jasa pendidikan yang telah berjalan. Hasil dari identifikasi pasar yang didapat kemudian di kelompokkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang, sebelum melakukan strategi pemasaran selalu memperhatikan pelaksanaan unsur-unsur strategi atau perumusan strategi pemasaran dengan cara mengidentifikasi melihat persaingan pasar yang ada dan penentuan posisi pasar persaingan. berdasarkan wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang panjang bahwa menentukan target sasaran itu merupakan hal penting sebelum menerapkan strategi pemasaran, target sasaran SMAN 1 Padang panjang khususnya lebih kepada sekolah IT(islam terpadu). Tapi Tidak kemungkinan untuk sekolah tidak menerima sekolah-sekolah yang biasa, tetapi peserta didik yang masuk ke SMAN 1 Padang panjang yang mempunyai hafalan juz akan lulusan dengan

prestasi yang dia punya walaupun bukan dari sekolah yang tinggi agama.

Berdasarkan hal tersebut target sasaran dalam memasarkan program tahfiz ini yang ditargetkan oleh SMAN 1 Padang panjang adalah itu sekolah yang khususnya sekolah IT(islam terpadu), sekolah yang beragama , dan peserta didik juga bisa melalui jalur prestasi dan juga bisa lapor sehingga untuk masuk ke SMAN 1 Padang panjang mudah dan bisa diterima karena sudah mempunyai bekal hafalan juz dari sebelumnya.

Selanjutnya berdasarkan wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang panjang bahwa dalam memasarkan program tahfiz di sekolah salah satu target pemasaran ini adalah pimpinan selain pimpinan, itu adalah tim, tim maksud disini adalah salah satu target sekolah atau orang-orang yang mampu memasarkan sesuai dengan skill mereka. Sehingga, pemasaran yang dilakukan sekolah akan berjalan dengan lancar. Selain itu target sekolah dalam memasarkan program tahfiz ini yaitu osis, osis disini juga target sekolah dalam memasarkan program tahfiz ini sehingga pemasaran yang dilakukan akan berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Menurut (Atika Kheirini selsy 2018:17) Persaingan yang terjadi antar lembaga pendidikan bisa saja terjadi baik yang berstatus negeri maupun yang berstatus swasta. Dalam mempertahankan jati diri sebuah lembaga pendidikan, Philip Kotler dan Kevin Lane menegaskan bahwa lembaga pendidikan perlu “menelaah semua dimensi yang mengidentifikasi kelompok strategik dalam industri yang bersangkutan”. Penentuan posisi pasar dilakukan dengan tetap menganalisis situasi merek yang sudah ada di pasaran. Misalnya, memposisikan ulang merek yang sudah ada, mengubah salinan iklan, menyesuaikan harga, atau dengan merumuskan kembali produk yang

banyak disukai oleh masyarakat. Di lingkungan dunia pendidikan seorang manajer sekolah harus berusaha memahami pasarnya dan menyesuaikan posisi mereknya untuk mengetahui reaksi konsumen terhadap strategi baru dan untuk mencapai tujuan.

penentuan posisi pasar jasa pendidikan merupakan cara bagi lembaga pendidikan untuk menciptakan anggapan atau kesan tertentu diingatan pelanggan jasa pendidikan, sehingga pelanggan jasa pendidikan dapat memahami dan menghargai hal yang dilakukan organisasi dalam kaitannya dengan kompetitor.(Ma,Mun 2018:27).

a. Langkah-langkah dalam positioning

Pemimpin harus mengidentifikasi keunggulan bersaing yang mungkin untuk ditonjolkan merupakan tahap awal dalam positioning.Keunggulan bersaing ini bisa ditemukan melalui analisis internal terhadap lembaga pendidikan dan produk-produk jasa pendidikan lainnya. Pemimpin hendaknya mendaftar sebanyak mungkin hal-hal dan nilai-nilai apa saja yang dapat ditonjolkan. Dengan demikian, hal yang dianggap beda oleh pelanggan jasa pendidikan dapat dibandingkan dengan pesaing.

b. Syarat positioning yang baik

Menguntungkan lembaga pendidikan, penting bagi pelanggan jasa pendidikan, dan dapat dikomunikasikan tidak mudah dapat ditiru. (Ma,Mun 2018:27).

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang panjang, dalam menentukan strategi penentuan posisi persaingan dapat dilihat, bahwa banyaknya sekolah-sekolah menengah atas yang ada di Sumatera Barat, maka persaingan akan tetap ada dan semakin kuat pada saat sekarang ini. Maka, SMAN 1 Padang Panjang dalam penentuan posisi pesaing memiliki kekuatan untuk mempertahankan program tahfiz yang ada di SMAN 1 Padang

panjang sebagai program unggulan di SMAN 1 Padang Panjang, sebagaimana mestinya yang dilakukan oleh sekolah dalam mengatasi persaingan adalah dengan tetap menjaga kualitas dan terus mengikuti perkembangan yang ada. Adapun mempertahankan posisi pasar sasaran SMAN 1 Padang panjang adalah Tetap mempertahankan prestasi-prestasi yang telah di raih seperti mengikuti lomba-lomba yang diselenggarakan pemerintah kecamatan, kabupaten, provinsi maupun nasional, dan berusaha memenangkannya dengan cara mempertahankan, Selalu berusaha membangun kepercayaan terhadap peserta didik dengan cara mempertahankan kualitas yang ada serta berusaha meningkatkan pelayanan pendidikan di SMAN 1 Padang Panjang.

Berdasarkan hal tersebut SMAN 1 Padang panjang dalam menentukan posisi persaingan tetap menjaga kualitas dan tetap mengikuti perkembangan yang ada, sehingga sekolah bisa menjaga program yang ada di SMAN 1 Padang Panjang yaitu program tahfiz sebagai program keunggulan yang ada di SMAN 1 Padang panjang.

2. Bagaimana penerapan startegi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang

Menurut fandy Tjiptono bauran pemasaran adalah “seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan”. Dapat diartikan bahwa bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan untuk melaksanakan strategi pemasaran yang telah direncanakan oleh suatu organisasi/lembaga pendidikan. (Neni Triana2018:22). Bauran pemasaran adalah unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan diorganisir, dan digunakan dengan tepat. Sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus

memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (galisa ayu famela 2019:51).

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang ,strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang panjang bahwa dalam meningkatkan jumlah daya tarik siswa melalui program tahfiz dan meningkatkan pelayanan di SMAN 1 Padang Panjang perlu diterapkannya bauran pemasaran, serta memberikan jasa pendidikan yang baik agar layanan semakin bagus dan pemasaran dapat tercapai apa yang telah direncanakan serta dapat menjadi lulusan yang unggul. Dalam hal ini bauran pemasaran yang diterapkan SMAN 1 Padang Panjang sebagai berikut:

berdasarkan wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang panjang dapat dilihat bahwa Produk dalam konteks jasa pendidikan sekolah adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan(peserta didik) berupa produk yaitu program tahfiz dengan program unggulan di SMAN 1 Padang panjang yang mampu menjadikan peserta didik dengan lulusan yang cerdas serta mengamalkan ajaran agama islam. Berdasarkan hal tersebut program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang sebagai program unggulan di sekolah dapat memberikan pelayanan yang baik kepada peserta didik dan mendapatkan lulusan yang bisa menjadikan peserta didik baik akhlaknya dan terpakai di masyarakat luar sana. Pelaksanaan program tahfizhul quran adalah upaya yang dilakukan oleh mentor untuk merealisasikan rancangan yang telah disusun dengan baik di dalam rencana pembelajaran. Kegiatan tahfizhul quran untuk seluruh siswa dilakukan pada hari sabtu jam pertama dan kedua, pukul 07.15-09.00 WIB. Siswa dibagi berkelompok sesuai dengan kelasnya dengan memisahkan siswa laki-laki dan siswa perempuan. Siswa laki-laki dipegang oleh mentor laki-

laki, dan siswa perempuan juga dipegang oleh mentor perempuan, setiap mentor memegang 15-20 siswa.

Dalam kelompok ini siswa menyetorkan hafalan yang telah mereka hafal selama 1 minggu sebelumnya dengan setoran minimal 7-8 baris atau setengah halaman. Tagihan setengah halaman ini sesuai pula dengan program osis bagian imtaq, di mana setiap siswa wajib menambah hafalan 1 baris dalam 1 hari yang mereka namakan dengan program One Day One Line (ODOL). Siswa asrama menambah hafalan di asrama pada setiap paginya, mulai dari hari senin-kamis. Penambahan hafalan ini dimulai setelah shalat magrib sampai tiba waktunya sholat isya dan setelah shalat subuh sampai pukul 06.00 WIB. Lalu jum'at malam disetorkan dengan setoran minimal 1 halaman.

(Ma'Mun 2018:46) Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Produsen harus pandai menetapkan kebijaksanaan tinggi atau rendahnya harga, yang berpedoman pada :

2. Keadaan atau kualitas harga
3. Konsumen yang dituju
4. Susunan pasar, apakah produknya baru diintroduksi ke pasar atau produk menguasai pasar, produk sudah melekat di hati konsumen atau banyak saingan.

Strategi harga yang terjangkau untuk semua kalangan dapat berpengaruh terhadap pemilihan sekolah. Umumnya, orang tua yang berpenghasilan menengah ke bawah, memilih sekolah yang relative lebih murah, kecuali jika memperoleh beasiswa, sedangkan orang tua yang berpenghasilan menengah atas memilih sekolah terbaik, walaupun dengan biaya yang relative tidak murah, namun apabila

sekolah berkualitas dengan harga yang realtif murah tentu akan menjadi pertimbangan dalam memilih lembaga pendidikan.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang bahwa dalam penentuan harga yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang itu tidak ada, karena SMAN 1 Padang Panjang adalah sekolah negeri tidak ada pemungutan biaya apapun dan itu sangat-sangat terbatas. Tapi dalam biaya pelaksanaan Tahfidz ini diambil dari dana Bos, dari dana bos itu dibayarkan kepada mentor yang datang di SMAN 1 Padang Panjang, kalau di asrama itu dari dana uang komite asrama karena anak-anak yang tinggal di asrama itu bayar 1 bulan 100 perorang, itu kegiataannya disamping untuk imtaq juga untuk program tahfidz.

Dengan harga yang begitu sangat terjangkau di SMAN 1 Padang Panjang namun tidak berpengaruh terhadap kualitas yang dimiliki oleh SMAN 1 Padang Panjang. Dengan harga murah tersebut kualitas tetap terjaga, maka banyak orang tua yang menyekolahkan anaknya ke SMAN 1 Padang Panjang terutama minat peserta didik untuk masuk ke SMAN 1 Padang Panjang dengan memiliki sekolah yang unggul dan sudah terakreditasi A, juga memiliki program unggulan yang masuk ke dokumen SMAN 1 Padang Panjang yaitu program tahfidz sebagai program unggulan yang ada di SMAN 1 Padang Panjang. Memiliki prestasi-prestasi yang luar biasa, ,memilki keagamaan yang kental untuk dunia akhirat. Hal tersebut merupakan salah satu startegi yang dimiliki oleh sekolah dalam menarik para konsumen (peserta didik).

(Neni Triani 2018:23) Tempat merupakan peranan yang sangat penting karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang diapresiasi cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Lokasi dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran

distribusi. Ini berhubungan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen/pelanggan jasa pendidikan dan dimana lokasi yang strategis.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang bahwa tempat Pada umumnya para pemimpin lembaga pendidikan sependapat bahwa lokasi letak lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum cukup berperan sebagai pertimbangan calon siswa untuk memasuki lembaga tersebut. Bahwa letak SMAN 1 Padang panjang sangat strategis karena sangat mudah dijangkau oleh peserta didik , jalan menuju sekolah mudah di akses oleh transportasi umum maupun pribadi serta keamanan menuju lokasi dan lingkungan sekolah sangat sejuk, aman dan nyaman. Berdasarkan hal tersebut bahwa letak lokasi SMAN 1 Padang Panjang sudah strategis karena tempat yang mudah di akses dan juga letak SMAN 1 Padang panjang berada di tengah-tengah pusat kota Padang panjang.

Menurut (Neni Triani 2018:23) Promotion merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki. Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mempromosikan sekolah bisa melalui media cetak maupun media elektronik, dengan memperhatikan visi,misi serta kelebihan-kelebihan yang akan ditawarkan. Promosi yang berlebihan mempunyai hubungan korelatif yang negatif terhadap daya tarik peminat.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang melakukan unsur promosi dengan media brosur dalam memasarkan sekolahnya. Sedangkan media elektronik dilakukan melalui website , facebook, instangram serta promosi secara tidak langsung peserta didik, guru,wali murid yang dilakukan dengan mulut ke mulut.

(Neni Triani 2018:24) Physical evidence adalah sarana fisik dan lingkungan terjadinya penyampaian jasa, antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap konsumen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan. Sekolah sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pelayanan jasa maka perlu menyediakan fasilitas seperti gedung, bangunan sekolah, serta sarana dan prasarana pelengkap lainnya yang dapat mendukung kegiatan pemasaran jasa.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang, Pada sebuah lembaga pendidikan tentu yang merupakan *Physical Evidence* adalah gedung atau bangunan dan segala sarana dan fasilitas yang terdapat didalamnya. SMAN 1 Padang panjang yang berupa bangunan atau gedung dan segala sarana dan fasilitas yang ada didalamnya cukup memadai. Selain itu juga untuk menarik minat peserta didik sekolah memberikan ekterior yang mana di desain lebih indah, halaman yang luas dan hijau sehingga terlihat lebih menarik. Berdasarkan hal tersebut SMAN 1 Padang Panjang dari segi sarana prasana sudah memadai, dan juga fasilitas yang didapatkan sudah cukup baik.dalam hal ini, sekolah bertindak untuk selalu menjaga dan memenuhi sarana prasana agar peserta didik tetap nyaman dan peminat semakin banyak.

Dalam hubungan dengan jasa pemasaran jasa ‘orang’ yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas yang terbaik, pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka. Sumber daya manusia yang ada di dalam lembaga pendidikan yaitu guru, siswa, staff, serta pihak-pihak yang bekerja sama dengan sekolah dan menunjang proses pemasaran jasa pendidikan.(Neni Triana2018:23)

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang Panjang dalam ujuang tombak pemasaran program tahfiz ini adalah pemimpin, dalam hal ini pemimpin yaitu kepala sekolah bahwa tanpa adanya visi dari kepala sekolah semua tidak akan berjalan dengan baik. orang yang terlibat dalam pemasaran program tahfiz ini adalah panitia ppdb, wakil humas dan disekolah nanti baru ada tim imtaq dan itu di bantu oleh kepala sekolah.

(Neni Triana2018:24)Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme, dan kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan-keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan personel-personel keleluasaan karyawan. proses-proses dimana jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan merupakan faktor utama di dalam bauran pemasaran jasa, karena para pelanggan sering kali akan mempersepsikan system penyampaian jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.

Berdasarkan teori diatas dan hasil wawancara dengan narasumber di SMAN 1 Padang panjang Dalam program tahfiz ini melakukan proses pembelajaran, proses pembelajaran berjalan dengan efektif dan efesien dengan pedoman kurikulum yang terstruktur baik, guru yang berkompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai dan juga hasil atau lulusan, hasil atau lulusan sesuai dengan harapan sekolah yaitu siswa yang berprestasi, berkembang bakatnya, dan mampu mengamalkan nilai nilai keagamaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang dapat meningkatkan jumlah peserta didik dan menciptakan image yang baik di pandangan peserta didik.

3. Bagaimana Hasil yang dicapai SMAN 1 Padang Panjang

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, pengawasan merupakan proses memantau kegiatan untuk memastikan bahwa kegiatan tersebut diselesaikan sebagaimana telah direncanakan dan proses mengoreksi setiap penyimpangan yang berarti (Lia Ariani 2019:36). Menurut G. R. Terry pengawasan adalah proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standar, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan dan bilaperlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana atau selaras dengan standar (Lia Ariani 2019:36).

Semakin adanya perkembangan zaman dan perkembangan teknologi maka layanan di SMAN 1 Padang Panjang selalu ditingkatkan agar tidak kalah dengan lembaga lainnya. Pelayanan di SMAN 1 Padang Panjang tidak hanya berupa sarana prasarana tetapi juga pelayanan dari *attitude* atau sikap para guru. Selain itu guru juga memberikan jasa pendidikan yang baik terhadap para konsumen yaitu peserta didik.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah ini sesuai dengan teori pada bab II bahwa SMAN 1 Padang Panjang dalam memasarkan program tahfiz sebagai program unggulan yang ada di SMAN 1 Padang Panjang alhamdulillah sudah berjalan dengan baik. Dalam hal ini, SMAN 1 padang panjang tidak terlepas dalam kerja sama atas apa yang telah direncanakan. Bisa lihat bahwa peminat dalam program tahfiz ini yang mendaftar di SMAN 1 Padang Panjang meningkat dari tahun ke tahun. Dari itu, bisa dilihat bahwa SMAN 1 padang Panjang sudah bisa dikatakan berhasil dalam pemasaran program tahfiz yang di lakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang. Keberhasilan memunculkan lulusan yang berkualitas tidak lepas dari pelayanan dan jasa pendidikan yang baik yang telah diberikan oleh

sekolah. Sehingga sekoah dituntut untuk meningkatkan jasa dan pelayanan yang baik agar apa yang telah di berikan dapat memuaskan peserta didik serta apa yang direncanakan sesuai apa yang diinginkan. dilihat dari tahun kemaren SMAN 1 Padang Panjang ujian berbasis computer sudah meraih peringkat UTBK nomor 1 di Sumatra barat , yang kedua itu 34 se-Indonesia , jadi tingkat kelulusan SMAN 1 Padang Panjang 34 se-indonesia dan nomor satu se-sumatra barat. Kemudian, daya serap perguruan tinggi lebih dari 95% itu dengan perguruan tinggi ternama seperti ITB, UI, UNAND, dll.

Dari data siswa 3 tahun terakhir SMAN 1 Padang Panjang selalu mengalami peningkatan yang sangat dratis, mulai dari tahun 2018/2019 kelas X berjumlah 125, kelas XI berjumlah 128 dan kelas XII berjumlah 119 jumlah peserta didik pada tahun 2018/2019 adalah 372. Pada tahun 2019/2020 kelas X berjumlah 124, kelas XI berjumlah 132 dan jumlah peserta didik kelas XII berjumlah 126 total jumlah keseluruhan tahun 2019/2020 adalah 382. Pada tahun 2020/2021 kelas X berjumlah 144, kelas XI berjumlah 121, dan kelas XII berjumlah 133 total jumlah keseluruhan tahun 2020/2021 adalah 398.

**Data Peserta didik
SMAN 1 Padang Panjang 2020**

	Tahun	Kelas			Jumlah
	Pelajaran	X	XI	XII	
	2018/2019	125	128	119	372
	2019/2020	124	132	126	382
	2020/2021	144	121	133	398

(Sumber: Arsip Peserta didik program tahfidz SMAN 1 Padang Panjang Tahun 2020/2021)

Dilihat dari tabel diatas bahwa pendaftaran peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang tersebut selama tiga tahun kebelakang memiliki peningkatan. Mulai dari tahun 2018/2019 berjumlah 372,

pada tahun 2019/2020 berjumlah 382, dan jumlah pada tahun 2020/2021 berjumlah 398.

Berdasarkan hasil penelitian peningkatan tersebut setiap tahunnya telah membuktikan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh SMAN 1 Padang Panjang berhasil dan ini harus selalu ditingkatkan supaya SMAN 1 Padang Panjang terus bertahan dengan adanya persaingan yang ketat diluar sana. Selain adanya strategi pemasaran yang baik yang dilakukan di SMAN 1 Padang Panjang juga telah memberikan jasa pendidikan dan pelayanan pendidikan yang baik dan inovasi terhadap peserta didik sehingga siswa tidak ragu masuk ke SMAN 1 Padang Panjang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa, strategi pemasaran pendidikan, penerapan, dan hasil pencapaian sudah berjalan dengan baik, yakni dengan adanya kerja sama sekolah dalam memasarkan program tahfiz sebagai program unggulan di SMA 1 Padang. Hal ini terbukti diraihinya akreditasi A oleh SMAN 1 Padang Panjang. Adapun strategi pemasaran pendidikan program tahfiz yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang dalam menarik minat peserta didik sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang Panjang sudah diterapkan dengan baik, karena pihak sekolah memiliki tahap-tahap yang ideal, melakukan target sasaran, dan posisi agar tetap bisa mempertahankan pesaing yang semakin ketat. strategi dengan menggunakan berbagai media untuk memasarkan program tahfiz seperti brosur, mulut ke mulut, website dan juga memanfaatkan media sosial (instangram dan facebook) untuk mempromosikan program tahfiz di SMAN 1 Padang Panjang.
2. Implementasi dengan perumusan strategi pemasaran di SMAN 1 Padang Panjang menggunakan bauran pemasaran yaitu *Product* di SMAN 1 Padang Panjang yaitu program tahfiz sebagai program unggulan di sekolah, *Place* yang sangat strategis, mudah diakses, dan terletak di pusat Kota Padang Panjang , *Promotion* yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang yaitu melalui media sosial (facebook dan instangram), website, dan juga brosur, *People* yang terlibat dalam memasarkan program tahfiz berupa panita ppdb wakil humas, dan juga ada tim imtaq, *Physical evidence* yang sudah memadai , dan *Process* yang dimiliki

3. SMAN 1 Padang Panjang bisa meningkatkan jumlah animo pendaftar peserta didik disetiap tahunnya. Sehingga SMAN 1 Padang Panjang masih tetap eksis di dunia pendidikan sebagai sekolah yang unggul dan program tahfiz sebagai program unggulan yang ada d SMAN 1 Padang Panjang kental dengan keagamaan menjadi alternative peserta didik untuk masuk ke SMAN 1 padang panjang.
4. Startegi pemasaran pendidikan program tahfiz yang dilakukan oleh SMAN 1 Padang Panjang sudah berjalan dengan baik. Dilihat dari hasil pendaftaran peserta didik dari tahun ke tahun meningkat. bearti pemasaran yang dilakukan oleh sekolah sudah sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan mengenai Srategi pemasaran pendidikan program tahfiz dalam menarik minat peserta didik di SMAN 1 Padang panjang tetap dipertahankan dan selalu melakukan perbaikan :

1. SMAN 1 Padang Panjang harus lebih meningkatkan lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar peserta didik semakin tertarik untuk masuk ke sekolah SMAN 1 Padang Panjang, Harus selalu melakukan inovasi-inovasi tentang program tahfiz sesuai kebutuhan dan keinginan peserta didik.
2. SMAN 1 Padang panjang harus selalu menjaga komunikasi dan kerjasama serta menciptakan kekompakan dengan berbagai pihak baik pihak intern maupun ekstern, karena dengan kerja sama yang baik dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sekolah sehingga program tahfiz sebagai program unggulan yang ada di SMAN 1 Padang Panjang dapat dikomunikasikan secara baik antar pihak.
3. Kepada kepala sekolah, guru dan karyawan untuk terus meningkatkan pelayana-pelayanan yang terbaik kepada peserta didik karena dengan memberikan pelayanan yang dimiliki akan menghasilkan kualitas dan

4. kepercayaan peserta didik yang tinggi terhadap SMAN 1 Padang Panjang sehingga peminatnya juga akan semakin meningkat.
5. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu untuk lebih memperhatikan kelemahan dari penelitian ini dan juga menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk meneliti lebih jauh terkait strategi pemasaran pendidikan program tahfiz yang dilakukan oleh sekolah khususnya pada startegi pemasaran pendidikan program tahfiz.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Idi dan Safarina. 2011. *Sosiologi Pendidikan: Individu, Masyarakat, dan Pendidikan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Abuddin Nata. 2010. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Prenada Media Group
- Abdullah Al-Mulham (2013). *Menjadi Hfidz Al-Qur'an Dengan Otak Kanan*, Jakarta: Pustaka Ikadi.
- Akbar, A & Ismail, H. (2016). *Metode Tahfidz Al-qur'an di Pondok Pesantren Kabupaten Kampar*. *Jurnal Ushuludin*, 1(24), (91-102).
- Anwar Hafid Dkk. 2013. *Konsep Dasar Ilmu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Anwar, Rosihon. 2008. *Ulum Al-Qur'an*. Bandung : Pustaka Setia.
- Ariani, Lia (2019), *Manajemen Tahfizh Al-Qur'an Pondok Pesantren Daarul Huffaazh Desa Bernung Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran*
- Basri, *Bisnis Pengantar*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta, 2013, hlm. 114
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta : Salemba Empat, 2012), hlm. 3.
- Depdiknas, 2003. *Undang-Undang RI No.20 Tahun 2003 Sistem Pendidikan nasional*. Jakarta
- Fira, Friskania lutfi anisa,dan nurul ulfatin. (2020), *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus,jamt: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, Vol 3 no 3 September 2020, hal:249-261, ISSN: 2615-8574
- Fransiska, R. *Kebijakan Strategi Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Palang ka Raya*. *Jurnal Sains Manajemen*, 1 (1), 69-85.
- Hax, A. C. 2010. *The Delta Model: Reinventing Your Business Strategy*. Springer Science & Business Media.

- Hidayah, Nurul 2016. *Strategi Pembelajaran Tahfidz Al-Qur'an Di Lembaga Pendidikan: Jurnal Ta'allum, Vol. 04, No. 01, Jun 64-65*
- Idochi, Anwar. 1987. *Kependidikan Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Angkasa.
- Kasbi, 2019. *Manajemen Program Tahfidzul Quran Di SMAN 1 Padang Panjang*. Skripsi. Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan. IAIN Batusangkar
- Kasmuri, Desmita, dkk. 2017. *Buku Pedoman Penulisan Skripsi IAIN Batusangkar. Edisi Revisi*. Batusangkar
- Lutfi Ahmad (2009) *Pembelajaran Al-Qur'an dan Hadist*, Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Islam.
- Mahmud Machfoedz. 2005. *Pengantar Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: unit penerbit dan percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YNKP
- Mohamad Mustari. 2014. *Manajemen Pendidikan*. Depok: Rajagrafindo Persada
- Moleong, Lexy, J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muksiroh, Bawa Ajmada, Natajaya (2013). *Manajemen Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an Raudlotul Huffadz Tabanan Bali*, E-Jurnal Program Pascasarjana Universitas pendidikan Ganesha Program Studi Administrasi Pendidikan Vol.4 Tahun 2014.
- Muhammad Hafidz (2017). *Pelaksana Program Yahfidz Al-Qur'an di Pondok Pesantren Ar-Riyadh 13 Ulu Palembang*: UIN Raden Fatah Press.
- Ma'Mun. 2018. *Strategi pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Madrasah Tsanawiyah Diniyah Al- Azhar Muara Bungo*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
- Nadwa. (2015). *Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Pendidikan Pada MTs Swasta se Kota Semarang*. Jurnal Pendidikan Islam vol 9, no 1, 2015
- Noer Rohmah. 2012. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: Teras

- Nazarudin (2007) *Manajemen Pembelajaran; Implementasi Konse, Karakteristik dan Metodologi Pendidikan Agama Islam di Sekolah Umum*, Yogyakarta: Teras
- Selsy. K.A. 2018. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Sekolah Di KB TK Lintang Harapan*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta
- Sofian, Iban (2015). *Manajemen Startegi*. Jakarta Graha Ilmu
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/ R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto, 2007. *Evaluasi Program Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara
- Sudjana, Nana. 1996. *CBSA Cara Belajar Peserta didik Aktif dalam Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Syaiful Bahri Djamarah. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sa'dullah (2008) *9 Cara Cepat Menghafal Al-Qu'an*, Jakarta: Gema Insani
- Triani Neni (2018). *Startegi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MTs AL-Ikhwaniyah Pondok Aren*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Wijaya, D. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yeti Heryati dan Mumuh Muhsin. 2014. *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Yunus, Eddy. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: PT. Andi Offset.
- Yusuf, munir 2018. *Pengantar Ilmu Pendidikan*: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo
- J-MPI homepage: <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jmpi/index>