BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan, Peningkatan lembaga pendidikan, kendala dalam mengimplementasikan strategi pemasaran serta solusi dalam mengatasinya dalam perspektif ekonomi Islam yang dilakukan di 2 lokasi penelitian yaitu Universitas Islam Balitar-Blitar dan STIT Al Muslihuun Blitar. penulis mengetahui bahwasanya strategi pemasaran di 2 lokasi tersebut memiliki kharakteristik dan ciri yang berbeda. Dari hasil penelitian, penulis akan memperoleh hasil pembahasan dan mencocokkan dengan hasil temuan di lapangan dengan teori-teori yang sudah dikemukakan. Berikut adalah pernyataan-pernyataan yang ditemukan dalam peneltian ini:

Tabel 5.1
Penyataan temuan penelitian
Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pedidikan
Universitas Islam Balitar dan STIT Al Muslihuun Blitar

No	Fokus Penelitian Analisis Strategi Pemasaran Jasa	Universitas Islam Balitar	STIT Al Muslihuun Blitar
1	Produk	Produk Jasa berupa penyelenggaraan pendidikan dengan memiliki 8 Fakultas dan 17 Program studi yang beragam. Institusi masih memiliki status akreditasi C namun pada tahun 2018 ini dilakukan penyusunan strategi untuk meningkatkan status akreditasi. Sementara dari 17 proram studi 5	Produk Jasa berupa penyelenggaraan pendidikan dengan memiliki 3 Program studi. 1 Program studi Pendidikan agama Islam yang telah terakreditasi pada tahun 2006 dengan nilai B. Sedangkan 2 program studi yaitu Pendidikan bahasa Arab

		Program studi masih memiliki nilai C, sedangkan 12 Program studi telah memiliki akreditasi dengan nilai "B". Konsep *branding* atau *citra* yang dibentuk adalah UNISBA sebagai Entrepreneurial Univercity. Dimana sasaran utama tidak hanya membetuk sarjana yang memiliki kompetensi yang baik secara akademik, namun mencetak wirausahawan-wirausahawan muda dengan membuat *student enterprise*, membuat buku pedoman pendidikan kewirausahaan dan buku pedoman *student enterprise*. Selain branding diatas UNISBA melakukan pembenahan administrasi, perbaikan di bidang sistem utamanya di sistem BAK.	masih memiliki nilai akreditasi C dan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah masih proses akreditasi. Branding yang dibuat oleh STIT adalah dengan membentuk citra bahwa lulusan STIT Al Muslihuun terbukti telah banyak yang mencapai kesusksesan baik pada pemerintahan maupun swasta. Khususnya lulusan Pendidikan Agama Islam, 80 % dari kepala MA di wilayah Biltar merupakan lulusan dari STIT Blitar. selain itu sasaran utama bukan hanya mencetak lulusan yang memiliki kompetensi yang baik secara akademik namun juga memiliki etika yang baik, sopan santun dan memiliki bekal agama yang kuat sehingga akan sangat berguna ketika terjun langsung di masyarakat.
2	Harga	Proses penentuan biaya dilakukan oleh rapat rektorat dan jajarannya. Biaya ditentukan sesuai dengan kemampuan masyarakat sekitar karena mayoritas mahasiswa berasar dari wilayah Blitar dan sekitarnya. Biaya ditetapkan berbeda di beberapa program studi karena menyesuaikan biaya proses perkuliahan yang membutuhkan fasilitas lebih besar, selain itu penetapan harga dilakukan berbeda pada kelas reguler dan kelas karyawan. Hal ini dikarenakan kelas karyawan	Proses penetuan biaya tidak dapat dilakukan melalui rapat pimpinan dan yayasan. Ditentukan berdasarkan besarnya pengeluaran pada tahun anggaran kemudian dapat menetapkan berapa SPP mahasiswa. Untuk proses penentuan biaya selanjutnya tinggal melanjutkan. Biaya dibuat seminimal mungkin karena visi pendiri adalah menjadi lembaga pendidikan yang membantu masyarakat. Sehingga biaya yang ditetapkan tergolong

		dilakukan pada malam hari sehingga biaya menjadi lebih besar. Namun dalam pelaksanaannya UNISBA memberikan berbagai macam beasiswa baik dari yayasan sendiri maupun dari pihak lain. Satu yang sangat unik yaitu pemberian beasiswa quraniyah yang dananya berasal dari donasi bapak ibu dosen dan seluruh civitas academika.	sangat murah di wilayah kota Blitar. Penetapan kenaikan biaya dilakukan secara bertahap.
3	Tempat	Strategi bauran tempat atau tempat dalam memasarkan produk tidak hanya dilakukan di lokasi kampus. Lebih jauh yaitu menjemput bola dengan melakukan kerjasama dengan berbagai pondok untuk menjaring mahasiswa. selain itu juga berbagai instansi pemerintah serta sekolah SMA sederajat. Pendaftaran di luar kampus dapat dikoordinir dengan memberikan berupa fee kepada yang mengkoordinir. Pendaftaran juga dapat dilakukan secara online pada web yang sudah dibuat oleh universitas. Indormasi mengenai produk tidak hanya diperoleh jika mahasiswa datang di kampus, namun semua dapat diakses melalui web.	Strategi bauran tempat dalam memasarkan produk dengan mengerahkan alumni yang tersebar di seluruh pelosok blitar dan sekitarnya. Mahasiswa juga melakukan presentasi di berbagai sekolah SMA. Namun tempat pendaftaran hanya berada di kampus.
4	Promosi	Promosi yang dilakukan melalui berbagai media yaitu watshaap, facebook, radio, televisi, pemasangan benner dan pamflet. Selain itu pembuatan web pendaftaran juga dilakukan untuk menerima pendaftaran jika yang bersangkutan saat itu belum bisa hadir untuk mendaftar di kampus	Strategi Promosi dilakukan dengan menggunakan Brosur, radio, sosiaoisasi ke semua pondok di wilayah Blitar dan sekitarnya serta Sosialisasi yang dilakukan mahasiswa/BEM di SMA sederajat. Selain itu penyelenggaraan program beasiswa madin

		Strategi lain dengan melakukan kerjasama dengan KPT (Konsultan Perguruan Tinggi) yaitu suatu lembaga yang bertindak sebagai promotor yang melakukan berbagai promosi melalui media. Dengan bekerjasama dengan lembaga ini membantu UNSBA dalam hal mempromosikan kampus.	menjadi daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa khusunya yang mengajar di madrasah Diniyah untuk melanjutkan ke jenjang S1. Hal ini juga berdampak positif dalam hal mempromosikan STIT pada masyarakat.
5	Manusia	Dalam pelayanan teknis dan administratif , UNISBA didukung dengan satua-satuad administrasi yaitu Biro Administrasi Akademik dan Sistem Informasi, Biro Administrasi Umum dan Keuangan yang meliputi administrasi perencanaan, administrasi sarana dan prasarana, dan administrasi keuangan, Biro Kemahasiswaan dan Alumni, dan Biro perencanaan kerja sama dan hubungan masyarakat. Sedangkan untuk dosen tetap memiliki ijasah minimal S2. Peningkatan mutu dosen dilakukan dengan mengikutsertakan dalam kegiatan pekerti dan AA serta mendukung proses pengajuan jabatan fungsional dan sertidikasi. Sedangkan untuk meningkatkan mutu pelayanan UNISBA menyelenggarakan berbagai pelatihan.	STIT memiliki jumlah dosen yang sangat banyak, namun yang asli dosen atau yang menjadi Dosen Tetap tidak banyak. Hal ini dikarenakan Dosen sudah lanjut usia. Untuk dosen yang bergeral doktor masih 6 dosen. Upaya peningkatan mutu dosen dilakukan dengan menrekrut dosen yang memiliki kualifikasi yang bagus dan bersedia fokus untuk mengembangkan lembaga tidak mencabang di lembaga lain. Untuk dosen yang telah memenuhi syarat administrasi juga dipacu untuk mengajukan sertifikasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kompetensinya.
6	Proses	Proses perkuliahan dilakukan sesuai peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah yaitu 16x pertemuan. Termasuk UTS dan UAS serta kgiatan praktikum. Dalam pelaksanaaanya perkuliahan diselenggarakan 2 bentuk yaitu kelas pagi	Proses perkuliahan dilakukas sesuai peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah yaitu 16x pertemuan. Perkuliahan dilaksanakan setelah sholat dhuhur dengan alasan banyak mahasiswa yang saat pagi melakukan

		mulai jam 10.00 sd 16.00 dan perkuliahan yang diselenggarakan pada malam hari. Mulai pukul 18.00 sd 20.00 WIB. Dalam proses perkuliahan Universitas Islam Balitar membudayakan pesantren di kampus. Yaitu dengan melakukan kegiatan kegiatan pesantren di lingkungan kampus seperti Sholawat setiap jumat pagi, tadarus Alquran. Dan meneladani sifat-sifat Rosulullah dalam setiap kegiatan seluruh civitas academika.	kegiatan bekerja. Selain itu STIT menerapkan sikap tawadhu kepada guru dan keakraban antamahasiswa. Hal ini mendorong STIT Al Muslihuun untuk mencapai tujuan lembaga yaitu meluluskan tenaga pendidik Islam yang memiliki kekokohan aqidah, kedalaman spiritual, kelhuran akhlaq, keluasan ilmu dan kematangan profesional.
7	Fisik	Universitas Islam Balitar memiliki mushola sendiri yang digunakan oleh segenap civitas akademika untuk melakukan berbagai hal khususnya di bidang keagamaan di kampus. Untuk fasilitas perkuliahan disediakan LCD dan LED lengkap yang dapat dipergunakan untuk proses perkuliahan serta free Wifi yang dapat diakses oleh seluruh civitas akademika. Desain bangunan juga dibuat dengan nuansa keIslaman dengan memasang berbagai kaligrafi, pamflet di tiap pojok kampus sebagai himbauan untuk berpakaian dan bertingkah laku sopan di lingkungan kampus. Pada bulan ramadhan selain melakukan kegiatan sosial keagamaan dengan memberikan ta'jil gratis juga memberikan parsel serta memberikan kesempatan hari libur.	STIT Al Muslihuun memiliki mushola sendiri untuk dipergunakan secara maksimal dalam proses perkuliaha. Meskipun tempat masih terbatan namun sudah dapat mengcover kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa. STIT juga menggunakan fasilitas publik, yaitu masjid terdekat untuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan besar yang apabila dilaksanakan di kampus tidak mencukupi.Dari sisi letak, STIT berada di jalan utama kabupaten Blitar sehingga memudahkan mahasiswa untuk mengakses lokasi kampus. Kegiatan pondok romadhon dilakukan dengan kajian kitab yang dilakukan selama buan ramadhan di kampus.
8	Janji	Dalam proses pemasaran UNISBA bauran janji	STIT tidak pernah memberikan janji yang

		diwujudkan dalam upaya dalam mewujudkan visi-misi Perguruan Tinggi. Konsistensi pelayanan pendidikan di UNISBA merupakan perwujudan dari usaha pencapain Visi dan Misi. Visi dan Misi UNISBA adalah sebagai ***sebagai Entrepreneurial University.*** Usaha dalam pencapaian tersebut adalah dengan membentuk *student entrepraise*. Sehingga terwujud lulusan yang tidak hanya mencari pekerjaan tetapi lulusan yang dapat mencipatan lapangan usahanya sendiri. Janji dalam hal biaya juga dilakukan dengan konsistensi biaya perkuliahan mahasiswa yang tida berubah sampai dengan mereka lulus.	muluk terhadap mahasiswa, hanya saja himbauan untuk mahasiswa bisa aktif kuliah. Untuk pelaporan mahasiswa dilakukan secara aktif per periode pada Dikti. Sehingga mahasiswa lulus nanti memiliki Ijasah dengan akreditasi Program Studi yang baik sehingga memudahkan lulusan mendapatkan pekerjaan yang baik dan layak. Upaya tersebut terus dilakukan untuk meningkatka akreditasi institusi dan program studi hingga mendapatka nilai minimal “B”
9	Sabar	Dalam pelayanan akademik maupun non akademik di UNISBA dilakukan dengan sagat sabar. Keluhan dan kompalin dari mahasiswa semua dilayani dengan sangat baik dan santun. Khususnya pelayanan akademik, perubahan status pelaporan yang harus dilakukan berulang-ulang dilaksanakan dengan penuh kesabaran. Begitu juga dalam hal biaya perkuliahan mahasiswa, beberapa mahasiswa yang menunggak dalam membayar SPP diberi kelonggaran waktu dengan menulis pernyataan kesanggupan membayar pada tanggal dan bulan yang tercantum pada surat pernyataan. Sehingga mahasiswa tetap dapat	Dalam pelayanan akademik maupun non akademik di STIT Al Muslihuun Blitar dilakukan dengan mencerminkan nilai-nilai Islam. Kesabaran menghadapi perilaku mahasiswa merupakan tantangan bagi dosen dan tenaga kependidikan. Namun begitu lembaga tetap memiliki aturan-aturan yang wajib ditepati oleh seluruh mahasiswa. termasuk ketepatan dalam pembayaran perkuliahan. Supaya tidak terjadi penunggakan disarankan untuk rekan perkuliahan melakukan iuran untuk memberikan pinjaman jika ada yang benar-benar

		mengikuti proses perkuliahan sampai dengan UAS. Namun apabila secara terus menerus maka, himbauan pada mahasiswa tersebut untuk mlakukan cuti perkuliahan. Hal ini dilakukan untuk mendukung berlangsungnya perkuliahan yang membutuhkan biaya yang sangat besar.	belum bisa menyelesaikan tanggungan administrasi. Kerjasama gotong-royong ini dipupuk untuk saling membantu sesama sesuai dengan pesan pendiri perguruan tinggi untuk menyelenggarana pendidikan yang bersifat membantu masyarakat.
	Efektifitas Strategi Pemasaran Jasa	**Dimensi Kualitas:** 1. Pencapaian Prestasi Lembaga 2. Pencapaiaan akreditasi institusi dan peningkatan akreditasi program studi 3. Peningkatan kemampuan Tenaga kependidikan 4. Pencapaian Prestasi Dosen dan Mahasiswa 5. Pencapaian dosen dalam sertifikasi dan jabatan fungsional 6. Peningkatan prosentase penelitian dosen 7. Peningkatan prosentase Pengabdian Masyarakat **Dimensi Kuantitas:** 1. Peningkatan Jumlah Dosen 2. Peningkatan jumlah tenaga administrasi 3. Peningkatan jumlah mahasiswa 4. Peningkatan jumlah bangunan fisik	**Dimensi Kualitas:** 1. Pencapaian Prestasi Dosen dan Mahasiswa dan lulusan 2. Pencapaian dosen dalam sertifikasi dan jabatan fungsional 3. Peningkatan prosentase penelitian dosen 4. Peningkatan prosentase Pengabdian Masyarakat **Dimensi Kuantitas:** 1. Peningkatan Jumlah Dosen 2. Peningkatan jumlah tenaga administrasi
	Kendala Strategi Pemasaran Jasa	Kendala yang dihadapi dalam mengembangkan lembaga antara lain: 1. Akreditasi Institusi dan Beberapa program studi yang nilainya masih C 2. Beberapa dosen yang memiliki kompetensi	Kendala yang dihadapi dalam mengembangkan lembaga antara lain: 1. Institusi belum terakreditasi dan 2 dari 3 program studi yang nilainya masih C 2. Banyaknya dosen yang

		tidak sesuai di bidangnya 3. Gaya kepemipminan yang berbeda di tingkat rektorat 4. Terbatasnya dana untuk mengembangkan lembaga	bukan dosen tetap 3. Terbatasnya sarana dan prasarana yang ada 4. Terbatasnya dana untuk mengembangkan lembaga
	Solusi dalam mengatasi kendala penyusunan strategi pemasaran jasa	1. Dalam segi produk, menyusun tim penyusun borang institusi untuk re akreditasi Perguruan Tinggi pada tahun 2018 ini, serta mendatangkan tenaga ahli untuk memberikan pengarahan untuk meningkatkan nilai akreditasi 2. Dalam hal Sumber Daya Manusia, walaupun sulit untuk mencari dosen dengan kompetensi sesuai dengan bidangnya tetapi tetap menerima Dosen baru untuk memenuhi standard minimal tiap program studi dengan mengadakan beberapa test masuk. 3. Dari segi biaya, dengan mengajukan proposal dana hibah perguruan tinggi. 4. Membuat SOP lengkap dan pedoman akademik serta tata kelola dengan menggunakan sistem informasi akademik yang canggih (*Smart Cloud*) untuk menunjang pengelolaan Perguruan Tinggi 5. Membentuk tim penjaminan mutu.	1. Dalam segi produk, dilakukan upaya pengajuan borang akreditasi institusi pertama untuk mendapatkan akreditasi institusi. 2. Dari segi biaya diusahakn untuk memmperoleh bantuan dari pihak lain misalnya pemerintah (kemenag) 3. Dalam hal sumberdaya manusia, STIT merekrut Dosen muda yang berbakat yang fokus untuk mengembangkan lembaga, tidak mencabang di lembaga lain. Selain itu juga merekrut tenaga IT baru yang memiliki kemampuan dalam hal pelaporan online perguruan tinggi. 4. Melakukan pelaporan status mahasiswa secara rutin tiap periode.

A. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan yang dilakukan UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar Sebagai Upaya Peningkatan Lembaga dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Dari perbandingan pernyataan hasil temuan di 2 lokasi penelitian diatas dapat dianalisis:

1) Strategi Bauran Produk

Produk merupakan strategi pemasaran pertama yang sangat penting. Produk jasa pendidikan tinggi yang memiliki kualitas dapat menarik banyak calon mahasiswa. dari 2 penelitian yang dilakukan di UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar, tampak bahwa branding selalu dilakukan untuk menarik calon mahsiswa. Baik di UNISBA maupun STIT melakukan strategi yang sama dalam hal penambahan jumlah produk. Di UNISBA penambahan program studi dilakukan berkali kali sejak awal berdirinya lembaga. Sedangkan di STIT Al Muslihuun penambahan prodi juga dilakukan untuk menjaring mahasiswa. program studi yang dibuka merupakan program studi yang berpotensi memiliki peluang kerja lulusan yang sangat banyak.

Dapat dilihat kedua pendidikan tinggi ini pada tahun 2014 melakukan penambahan program studi yang sama yaitu PGSD/PGMI meskipun berbeda namun ada dasarnya output yang dihasilkan kedua program stdudi baru ini sama yaitu menjadi guru pada sekolah dasar atau gusu Madrasah Ibtidaiyah. Namun seiring berkembangnya waktu peluang untuk lulusan PGSD berkurang dengan ditetapkannya berbagai aturan pemerintah bahwa sekolah tidak boleh menerima Guru Tidak Tetap, tidak

adanya penerimaan CPNS baru dari *fresh graduate*. Hal ini tidak sesuai harapan saat pertama dibukanya program studi. Hal ini terbukti jumlah mahasiswa PGSD/PGMI di kedua lembaga tersebut tidaklah banyak. Ini membuktikan bahwa animo masyarakat untuk melanjutkan perkuliahan di program studi PGSD/PGMI berkurang.

Penganekaragaman produk yang dilakukan kedua perguruan tinggi diatas merupakan salah satu strategi pemasaran. Sesuai dengan teori pemasaran oleh kotler dan amstrong bahwa Pengembangan produk baru adalah pengembangan dari produk originil, peningkatan produk, modifikasi produk melalui usaha Riset Development (R&D) perusahaan sendiri. Namun dalam melakukan pengembangan produk sering mengalami kegagalan, hal ini disebabkan antara lain:

1. Produk aktual di desai sangat buruk
2. Produk salah diposisikan, diluncurkan pada waktu yang salah, harga terlalu tinggi, atau diiklankan dengan buruk.
3. Biaya pengembangan lebih besar
4. Perlawanan pesaing lebih gencar.[1]

Selain pengembangan produk baru, pencitraan yang dilakukan oleh kedua perguruan tinggi tersebut meskipun memiliki kharakteristik yang berbeda namun memenuhi syarat atau prinsipi-prinsip syariah. pengelolaan dilakukan dengan taat azas atau sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah. Program studi yang ada selalu dilakukan proses akreditasi oleh BAN PT supaya lulusan nantinya memiliki ijasah

[1] Nana Herdiana Abdurrahman, SE., A., MM. Manajemen strategi Pemasaran. Bandung 2015, CV. Pustaka Setia. Hal. 89.

yang legalitasnya terpercaya oleh lembaga lain. Informasi produk yang diberikan kepada calon mahasiswa juga sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Hal ini sesuai dengan apa yang sudah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. Pada saat mempromosikan sebuah produk, penjual harus menyampaikan informasi secara imbangn sehingga memenuhi unsur transparasi. Nabi Muhammad memberitahu pada setiap pelanggan titik lemah dari produk yang dijualnya. Beliau tidak pernah menyembunyikan apapun dari pelanggan, termasuk cacat produk. Sikap transparan merupakan aspek penting untuk dipertimbangkan sebagai bentik diferensiasi dalam produk dan merupakan dasar moralitas (etis) dan membawa dampak yang nyata bagi kualitas produk yang dipasarkan.[2]

Sebagaimana kriteria yang ditentukan oleh Alloh SWT, yaitu Produk yang halal sebagaimana firmannya dalam QS Al Baqarah (2) Ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

2) Strategi Bauran Harga

Dari hasil penelitian pada UNISBa dan STIT Al Muslihuun Blitar mengenai strategi bauran harga. Dapat dianalisis bahwa terdapat perbedaan dalam penentuan harga dan nominal harga yang ditetapkan.

[2] Dr. H. Nur Asnawi, MA. Pemasaran Syariah, Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer. PT Raja Grafindo. Depok. 2017. Hal 163

Namun dalam penentuannya sama, yaitu dilakukan rapat pimpinan dan jajarannya serta yayasan. Penentuan harga di UNISBA dilakukan sesuai kemampuan masyarakan Blitar dan sekitarnya. Peningkatan harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan. Adanya diskriminasi harga dikarenakan memang biaya yang dikeluarkan pada pelaksanaan perkuliahan tidak sama. Ada program studi yang membutuhkan biaya banyak dalam penyelenggaraannya sehingga SPP ditetapkan berbeda dengan program studi yang lain. Diskriminasi harga juga dilakukan pada kelas yang diselenggarakan pada malam hari.

Semenara di Al Muslihuun penetapan harga ditetapkan serendah mungkin sesuai dengan amanah pendiri perguruan tinggi bahwa lembaga pendidikan diselenggarakan untuk membantu masyarakat. Sehingga harga yang ditetapkan tergolong sangat rendah di wilayah blitar. hal ini bukan karena STIT Al Muslihuun menetapkan harga di bawah harga umumnya. Namun karena amanah para pendiri perguruan tinggi. Namun biaya yang rendah tersebut masih mencover biaya penyelenggaraan perkuliahan yang dilakukan. Biaya perkuliahan secara rinci diberikan kepada seluruh mahasiswa saat melakukan heregristrasi ulang. Dan biaya tidak mengalami perubahan sampai kelulusan.

Dari analisi strategi bauran pemasaran pada dua perguruan tinggi tersebut, dalam hal penentuan harga telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dimana Islam tidak membenarkan menetapkan harga di bawah pasar, melarang praktik maisir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk,

dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga diantara pelaku bisis, melarang propaganda palsu melalui media, gambling (perjudian), penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apapun dilarang dalam Islam. [3]

Mengenai strategi bauran harga yang dilakukan oleh UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar sebagaimana firman Alloh dalam sura Al Mutaffifin (83) Ayat 1-3 sebagai berikut:

وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ (1) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (2) وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya:

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.

3) Strategi Bauran Tempat

Analisis mengenai strategi bauran tempat di UNSBA dan STIT Al Muslihuun memiliki karakteristik yang berbeda. Di Al Muslihuun masih menggunakan model tradisional, yaitu dengan melakukan pendaftaran di lokasi kampus saja. Meskipun mahasiswa banyak yang diterjunkan di sekolah-sekolah untuk melakukan presentasi atau sosialisasi program studi namun pendaftaran hanya bisa dilakukan di kampus dengan alasan supaya mahasiswa mengetahui letak kampusnya dan memberikan kesan menarik kepada calon mahasiswa.

[3] Ibid Hal 165

Berbeda dengan di UNISBA yang melakukan pendaftaran tidak hanya di lokasi kampus, namun dapat juga dikoordinir melalui guru BP ataupun salah satu orang di lembaga yang dilakukan sosialisasi pemasaran. Dan untuk mereka diberikan fee. Namun mengenai biaya perkuliahan tidak beruhah walaupun mendaftarkan diri melalui siapapun atau melalui apapun. Hal ini artinya tidak adanya tindakan monopoli atau merubah harga dengan tempat pendaftaran yang berbeda. Selain itu, UNISBA pendaftaran juga dapat dilakukan secara online bahkan dengan mendaftar dengan online akan mendapatkan potongan pendaftaran 100 ribu. Hal ini yang membedakan dengan kampus lain di wilayah Blitar sehingga UNISBA dapat menarik simpati banyak calon mahasiswa sampai saat ini.

Dari analisis diatas, meskipun dalam hal strategi bauran tempat memiliki kharakteristik yang berbeda. Namun pada dasarnya sama yaitu tempat dimana lembaga dapat menyampaikan informasi produk degan jujur dan calon mahasiswa dapat mengetahui secara detik profil program studi yang akan dimasuki. Strategi bauran produk yang dilakukan oleh UNISBa dan STIT Al Muslihuun sesuai dengan prinsip muamalah Islam yaitu:

a) Tidak memanipulasi ketersediaan produk yang bertujuan pada eksploitasi
b) Tidak menggunakan unsur paksaan pada seluruh pemasaran
c) Tidak memobilisasi pengaruh pada salah satu reseller atau distributor yang berakibat pada terbatasnya jumlah produk yang beredar.

Nabi Muhammad SAW melarang tindakan monopoli, yaitu tindakan mendominasi saluran distribusi dengan maksud untuk mengatur harga adalah tindakan yang dilarang oleh ajaran Islam.[4] Rosululloh SAW Bersabda: "*Tidak diperbolehkan bagi penduduk kota menjadi perantara niaga bagi orang desa. Biarkanlah orang memperoleh rezeki alloh satu dari yang lain*" (HR Muslim).

4) Strategi Bauran Promosi

Analisis Strategi promosi yang dilakukan oleh UNISBA da STIT Al Muslihuun memiliki perbedaan. UNISBA melakukan promosi tidak hanya mengoptimalkan kemampuan internal yaitu dengan media masa, kemampuan SDM dari petugas pendaftaran, pamflet, radio dan media sosial lainnya. UNISBA juga melakukan promosi dengan bekerjasama dengan lembaga lain yang pakar dalam hal promosi, yaitu lembaga KPT (Konsultan Perguruan Tinggi). Hal ini berdampak sangat positif karena lembaga tersebut hanya terfokus pada bagaimana mempromosikan UNISBA, bahkan tidak hanya di wilayah Blitar tapi juga luar kota bahkan seluruh Indonesia. Namun dalam hal penyampaian produk kepada masyarakat luas melalui media massa. KPT melakukan sesuai persetujuan dengan pihak UNISBA. Sehingga apa yang disampaikan kepada masyarakat betul betul apa adanya dan sesuai dengan kenyataan yang ada. Misalkan mengenai profil kampus dan program studi disampaikan secara detail dan jujur.

[4] Ibid Hal 167

Sementara di STIT Al Muslihuun promosi dilakukan seperti pada umumnya, yaitu melalui media massa dan sosialisasi oleh mahasiswa ke sekolah SMA sederajat. Juga promosi ke pondok-pondok. Promosi dilakukan dengan jujur apa adanya. Jika ada yang menanyakan status program studi misalnya. Informasi tersebut disampaikan jujur kepada mahasiswa dan bahkan bisa diakses melalui BAN-PT. Kejujuran ini diyakini tidak akan menurunkan kredibilitas lembaga, namun justru akan mendapatkan kepercayaan yang lebih dari masyarakat.

Berdasarkan penelitian, Promosi yang dilakukan oleh UNISBA dan STIT Al Muslihuun telah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Dalam etika pemasaran syariah, seorang Salesman maupun customer relation itu tidak etis menyampaikan pujian secara berlebihan atas kualitas produk dan atribut yang dimilikinya. Oleh karena itu, di bidang promosi produk, etika pemasaran syariah menekankan aturan berikut:

a) Menghindar iklan palsu dan menyesatkan
b) Penolakan praktik manipulasi atau taktik penjualan yang menyesatkan
c) Menghindari promosi penjualan yang menggunakan penipuan.[5]

Promosi yang dilakukan oleh UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar memiliki etika yang menunjukkan Islam. Yaitu jujur dan adil dalam praktik pemasarannya dengan mengungkapkan semua spesifkasi produk secara jelas. Nabi Muhammad SAW secara tegas

[5] Ibid hal 169

mengutuk semua perilaku promosi yang syarat akan unsur penipuan hingga bersabda bahwa "*Orang yang tidak jujur dalam berbisnis bukanlah salah satu golonganku*".

5) Strategi Bauran Manusia

Dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran bauran manusia di UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar. dapat dianalisis beberapa hal sebagai berikut:

UNISBA merupakan Universitas terbesar di wilayah Blitar dan memiliki banyak program studi. Begitu juga STIT Al Muslihuun yang merupakan Perguruan Tinggi yang sangat tua di Wilayah Blitar. ke dua lembaga tersebut memiliki kharakteristik dalam hal peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia yang sama, yaitu merekrut dosen dan tenaga kependidikan yang berkualitas, meningkatkan kualitas pengajar atau dosen dengan mengikutsertakan kegiatan Pekerti dan AA, mengadakan Workshop dan pelatihan baik kepada dosen dan tenaga kependidikan, memacu penelitian pada dosen sehingga dapat segera mengajukan jabatan fungsional dan sertifikasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kompetensinya.

Dalam hal pemasaran di UNISBA dan STIT Al Muslihuun, yang menjadi fokus utama bukan hanya kemampuan marketer dalam hal menyampaikan informasi produk (profil institusi dan prodi) untuk menarik calon mahasiswa. Tapi, tidak dapat dipungkiri bahwa Dosen dan seluruh tenaga administrasi atau pelayanan yang memiliki kualitas bagus dapat menarik minat masyarakat untuk melaksanakan kuliah di UNISBA. Hal ini

sesuai dengan teori dari Gorman, 1974, dalam Buchari Alma yang menyebutkan bahwa, " *The Faculty is the sales forces of the univercity in the sense that is the cunsomer user contact group determining image and reputation*.

Dosen adalah sumber daya yang sangat potensial bagi Perguruan Tinggi Swasta, karena dosen dapat memberikan pelayanan dengan mutu tinggi kepada mahasiswa dan dosen adalah sebagai agen marketing yang menimbulkan daya tarik tersendiri bagi mahasiswa. para mahasiswa yang baru masuk sebuah perguruan tinggi akan sangat terkesan dengan dosen senior yang dapat memberikan semangat dan harapan kepada para mahasiswa dengan berbagai cara dan gayanya memberikan kuliah. Sestai teori Brent Knigt, 1981 dalam Buchari Alma "*Faculty members who encourage student on the first day of class and reinforce the decission to take the class are an essential element in marketing"*[6]

Sedangkan dilihat dari sudut marketing syariah di UNISBA dan STIT. Sumber Daya Manusia memiliki kompetensi dan perilaku yang sangat baik dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Dosen dan Tenaga kependidikan tidak hanya kompeten di bidangnya namun memiliki etika yang baik dalam melakukan pelayanan kepada mahasiswa. Hal ini memberikan kesan yang baik dan secara tidak langsung dapat menarik minat masyarakat untuk melanjutkan kuliah di UNISBA dan STIT. Hal ini sesuai dengan teori marketing syariah dimana seorang maketer harus menunjukkan rasa tanggngjawab dalam empat kategoro yaitu:

[6] Buchari Alma. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV Alfabeta, Jakarta: 2013. Hal 373

a) Tanggungawab kepada Alloh SWT

b) Tanggungjawab terhadap masyarakat

c) Tanggungjawab pada kesejahteraan sendiri

d) Tanggungjawab kepada lingkungan[7]

Tanggungjawab terhadap mahasiswa selama perkuliahan sampai dengan kelulusan merupakan tanggungjawab lembaga perguruan tinggi untuk memberikan pelayanan terbaik. Hal ini sesuai dengan hadist dari ‘Abdullāh bin ‘Umar bahwa dia mendengar Rasulullah telah bersabda:

“*Setiapkalian adalah pemimpin dan setiap pemimpin akan diminta pertanggung jawaban atas yang dipimpinnya. Imām (kepala Negara) adalah pemimpin yang akan diminta pertanggung jawaban atas rakyatnya. Seorang suami dalam keluarganya adalah pemimpin dan akan diminta pertanggung jawaban atas keluarganya. Seorang isteri adalah pemimpin di dalam urusan rumah tangga suaminya dan akan diminta pertanggung jawaban atas urusan rumah tangga tersebut. Seorang pembantu adalah pemimpin dalam urusan harta tuannya dan akan diminta pertanggung jawaban atas urusan tanggung jawabnya tersebut” (Muttafaqun 'Alaih).*

Di dalam Alquran juga dijelaskan bahwa manusia akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang dilakukannya selama mereka hidup sesuai dengan surat Ash Ssyaffat ayat 20-26 yang berbunyi:

{وَقَالُوا يَا وَيْلَنَا هَذَا يَوْمُ الدِّينِ (20) هَذَا يَوْمُ الْفَصْلِ الَّذِي كُنْتُمْ بِهِ تُكَذِّبُونَ (21) احْشُرُوا الَّذِينَ ظَلَمُوا وَأَزْوَاجَهُمْ وَمَا كَانُوا يَعْبُدُونَ (22) مِنْ دُونِ اللَّهِ فَاهْدُوهُمْ إِلَى صِرَاطِ الْجَحِيمِ (23) وَقِفُوهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ (24) مَا لَكُمْ لَا تَنَاصَرُونَ (25) بَلْ هُمُ الْيَوْمَ مُسْتَسْلِمُونَ (26) }

Artinya:
Dan mereka berkata, "Aduhai, celakalah kita!" Inilah hari pembalasan. Inilah hari keputusan yang kamu selalu mendustakannya.(Kepada malaikat diperintahkan), *"Kumpulkanlah orang-orang yang zalim beserta teman*

[7] Dr. H. Nur Asnawi, MA. Pemasaran Syariah, Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer. PT Raja Grafindo. Depok. 2017. Hal 170

sejawat mereka dan sembahan-sembahan yang selalu mereka sembah selain Allah, maka tunjukkanlah kepada mereka jalan ke neraka. Dan tahanlah mereka (di tempat perhentian), *karena sesungguhnya mereka akan ditanya, 'Mengapa kamu tidak tolong-menolong?' Bahkan pada hari itu mereka menyerah diri."*

6) Strategi Bauran Proses

Analisis strategi mengenai bauran proses di UNISBA dan STIT AL muslihuun Blitar dapat dijabarkan sebagai berikut:

Dalam hal proses pelayanan dan perkuliahan kedua lembaga yaitu UNISBA dan STIT Al Muslihuun memiliki cara yang berbeda. Di UNISBA perkuliahan diselenggarakan pada 2 waktu yaitu pagi hari dan malam hari. Sedangkan di STIT Al Muslihuun diselenggarakan pada satu waktu yaitu setelah dhuhur jam 13.00 sd am 17.00. Namun pelayanan akademik dimulai sejak pagi hari. Sementara dalam menyampaikan kepada calon mahasiswa yang merupakan elemen proses yaitu prosedur, mekanisme, alur kegiatan pelayanan sampai nati saat kelulusan disampaikan secara jelas kepada calon mahasiswa. Begitupula pada saat proses perkuliahan dilakukan sesuai dengan apa yang telah disampaikan pada awal pendaftaran. Hal ini sesuai yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam praktek berbisnis, proses yang dimanifestasikan oleh pribadi Rosulullah SAW adalah bentuk playanan yang santun, ramah serta jelas dalam memberikan informasi. Produk dan jasa yang disampaikan kepada konsumen merupakan amanah yang harus dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, apapun bentuknya, proses yang baik akan mendukung terciptanya kepuasan konsumen.

Selain hal diatas, Proses yang dilakukan menunjukkan produk dan jasa disajikan sampai dengan pengguna akhir. Proses perkuliahan dilaksanakan di UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar telah menerapkan prisip-prinsip syariah. Seperti dicontohkan oleh Rosulullah SAW, beliau merupakan pribadi yang jujur dan amanah sebagai salah satu manifestasi kesempurnaan pelaku dalam bisnis jasa. Proses perkuliahan dan pelayanan yang dilakukan di UNISBA dan STIT Al Muslihuu Blitar sama-sama membentuk pilar palayanan yang baik. Hal tesebut sesuai dengan apa yang dicontohkan oleh Rosululloh seperti dikisahkan oleh Abdulloh bin Abu hamzah. Beliau pernah menunggu pembelinya, Abdulloh bin Abdul Hamzah selama tiga hari. Abdullah bin Absud Hamzah mengatakan:

> *"Aku telah membeli sesuatu dari nabi sebelum Beliau menerima tugas kenabian, dan karena masih ada suatu urusan dengannya maka menjanjikan untuk mengantar padanya, tetapi aku lupa. Ketika teringat tiga hari kemudian, aku pergi ke tempat tersebut dan menemukan nabi masih berada disana. Nabi berkata, "Engkau telah membuatku resah, aku berada disini seama tiga hari menunggumu".* (HR Abu Dawud)

Sebuah kesabaran dan pengorbanan yang luar biasa untuk tidak membuat relasi atau pelanggan kecewa. Tidak pula lantas marah, kecuali hanya menyampaikan bahwa telah menunggu tiga hari. Gambaran yang diperlihatkan Rosululloh SAW adalah bentuk pilar pelayanan yang baik Sebagai pelaku bisnis jasa dengan tujuan dan orientasi pada keramahan, kejelasan dan kekonsistenan dalam melayan mahasiswa yang muaranya

pada kepuasan, loyalitas dan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang.[8]

7) Strategi Bauran Fisik

Analisis mengenai strategi bauran fisik di UNISBA dan STIT Al Muslihuun dapat dijabarkan di bawah ini.

UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar merupakan Perguruan Tinggi islam yang ada di Blitar. Meskipun di UNISBA tidak memiliki program studi Agama Islam, namun dalam prosesnya UNISBA melaksanakan prinsip-pinsip ajaran Islam dalam setiap kegiatan. Dalam bauran bukti fisik baik berupa fasilitas interior, eksterior maupun bukti fisik lain juga menunjukkan nlai-nilai Islam. Tidak dapat dipungkiri bahwa buti fisik atau secara umum gedung merupakan kesan pertama yang dterima oleh masyarakat mengenai kemajuan kampus. Desain bangunan di UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar menunjukkan ciri-ciri Agama Islam. Memiliki mushola sendiri merupakan syarat utama dalam hal bauran fisik syariah ini. Mushola digunakan untuk melakukan berbagai kegiatan keagamaan, seperti sholat berjamaah, tadarus Alquran, sholawatan dan kanjian kajian Islam.

Strategi bangunan fisik yang bagus akan menarik minat calon mahasiswa. hal ini sesuai dengan teori marketing mix dari abuzaid 2012 dalam Nr Asnawi yang menyebutkan bahwa bukti fisik yang menjadi parameter bauran pemasaran adalah:

[8] Ibid, Hal 171

a) Fasilitas eksterior, meliputi desain eksterior (simbol, arah, petunuk) parkir, pemandangan dan lingkungan sekitarnya. Bangunan yang dibuat mengadopsi bentuk arsitektur Islam

b) Fasilitas Interior meliputi desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung yang digunakan dalam menjalankan bisnis, signage (simbol arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi suhu dan udara. Memajang gambar pendiri usaha sebagai tanda penghormatan kepada para sesepuh (orang tua), Kaligrafi dan juga mushola/masjid guna mengaktifkan karyawan untuk shalat berjamaah.

c) Bukti fisik lain, dapat berupa kartu nama, alat tulis pendukung proses, tagihan, laporan, penampilan karyawan, seragam dan brosur. Disisi lain, pada bulan ramadhan dilakukan festifal keagamaan dan hari besar Islam, mendesain amplop dengan tema hari besar, menyebarkan brosur perusahaan dan membagikan parsel serta memberikan kesematan hari libur.[9]

8) Strategi Bauran Janji

Anlisis mengenai strategi pemasaran syariah dengan bauran janji akan dijabarkan dibawah ini.

Janji merupakan hal yang wajib ditepati. Janji biasanya digunakan oleh marketer untuk menarik minat calon mahasiswa untuk mendaftarkan diri. Namun janji yang diberikan harus konsisten dan ditepati. Di UNISBA janji diwujudkan dalam bentuk usaha pencapaian Visi dan Misi, yaitu

[9] Ibid, hal 172

dengan membentuk *Student Entrepraise* diharapkan mahasiswa lulus memiliki jiwa entrepreneur sehingga tidak bingung labi mencar pekerjaan tapi sejak berada di bangku kuliah sudah terbiasa dalam menciptakan lapangan pekerjaanyya sendiri. Hal ini terbukti sangat efektif dimana kompetensi mahasiswa di semua fakultas memiliki jiwa entrepreneur di bidangnya. Sementara untuk janji dalam hal pemberian fasilitas diwujudkan dalam pembangunan fisik yang berkelanjutan untuk memudahkan mahasiswa melakukan perkuliahan. Sementara ini, 2 fakultas perkuliahan dilakukan di gedung lain yang bersifat kontrak. Hal ini disebabkan gedung UNISBA tidak memiliki ruangan yang cukup untuk perkuliahan. Namun, usaha untuk pembangunan ruang perkuliahan terus dilakukan sampai saat ini. Tahun ini telah dipersiapkan gedung baru dengan 18 ruang perkuliaha baru yang diharapkan dapat dipakai perkuliahan pada tahun 2018 ini. Untuk janji dalam hal fasilitas, setiap ruang perkuliahan dilengkapi LCD dan LED yang dapat digunakan untuk mempermudah proses penyampaian materi dalam perkuliahan.

Sementara di STIT Al Muslihuun, Janji dilakukan dengan upaya pencapaian nilai akreditasi yang meningkat. Tahun 2018 dipersiapkan akreditasi institusi yang pertama. Kemudian prgram studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI) tinggal menunggu akreditas lapang. STIT Al Muslihuun Blitar tidak memberikan banyak janji kepada mahasiswa, namum tetap konsisten dalam hal pelayanan dan upaya pencapaian nilai akreditasi yang baik. Lokal perkuliahan masih terbatas dan sederhana, karena jadi janji yang terlalu tinggi kepada mahasiswa yang tidak disertai

konsistensi dalam penepatan janji akan memberikan kesan negatif dan menurunkan animo masyarakat untuk kuliah di STIT. Untuk mencapai Visi dan Misi, STIT bekerjasama dengan berbagai pondok di wilayah Blitar dan sekitarnya.

Dari gambaran diata dapat dianalisis bahwa, UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar sangat hati-hati dalam memberikan janji kepada mahasiswa. Karena janji meskipun akan menarik minat calon mahasiswa namun juga akan menjadi beban berat bagi lembaga untuk menepati janji. Janji yang diberikan oleh UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar sebatas apa yang bisa dilakukan oleh lembaga. Tidak pernah memberikan janji yang sangat berat dalam pemenuhannya. Hal ini sesuai dengan teori marketing syariah oleh Rivai 2012 dalam Nur asnawi bahwa dengan janji (*promise*) yang selalu dipegang, dijaga, dihormati oleh seorang *marketer* maka akan mempererat hubungan(*relationship atau silaturahim*).[10]

Pentingnya menepati janji yang dilakukan UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar juga sesuai dengan sesuai dengan firman Alloh SWT surat An Nahl (16) ayat 91 yang berbunyi:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya:

Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

[10] Ibid, Hal 173

9) **Strategi Bauran Sabar**

Analisis strategi pemasaran syariah bauran sabar akan dijelaskan di bawah ini:

Dalam melaksanakan pelayanan perkuliahan mulai dari pendaftaran sampai dengan kelulusan. Banyak sekali proses dan mekanisme yang dilalui. Proses dan prosedur yang ditetapkan terkadang tidak dipahami secara maksimal oleh calon mahasiswa atau mahasiswa. Dalam melakukan pelayanan tersebut, Tenaga pendidik dan kependidikan di UNISBA bersifat sangat sabar dalam memberikan pemahaman kepada calon mahasisw atau mahasiswa. Sabar bukan berarti melanggara aturan-aturan yang telah ditetapkan, namun sabar dalam hal menyampaikan informasi proses dan prosedur perkuliahan kepada calon mahasiswa dan mahasiswa supaya tidak menjadikan pemahaman yang keliru yang berdampak negatif dalam hal promosi. Seperti contoh mahasiswa melakukan komplain mengenai kebenaran data di dikti yang perlu adanya perubahan, mahasiswa biasanya kurang sabar dan menginginkan langsung bisa dibenahi. Namun tenaga kependidikan harus menyampaikan dengan sabar bahwa hal tersebut dilakukan dengan proses dan prosedur yang lama karena berkaitan dengan lembaga lain. Begitu juga status akreditasi, karena akreditasi dilakukan oleh lembaga lain (BAN-PT) dan segenap kendala yang dialami. Maka UNISBA dengan sabar meyakinkan kepada mahasiswa untuk bersabar menunggu proses akreditasi yang di lakukan.

Begitu pula di STIT Al Muslihuun Blitar, mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah juga mengalami resah

sebentar lagi akan lulus dan program studi belum terakreditasi. Hal ini merupakan tugas tenaga pendidik dan kependidikan untuk meyakinkan kepada mahasiswa bahwa proses terus dilakukan oleh lembaga. Dengan bersabar dan terus berusaha, maka yakin bahwa proses akan bisa berjalan dengan lancar dan mendapatkan nilai terbaik. Begitu juga terkait dengan biaya, sebagai contoh beberapa mahasiswa belum dapat melunasi tanggungan administrasi menjelang ujian semester. Tenaga pendidik mendorong terwujudnya kerjasama antarmahasiswa untuk gotong royong membantu temannya supaya tidak mengalami banyak penunggakan.

Dari analisis di atas, apa yang dilakukan oleh UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar telah memenuhi syarat dan prinsip-prinsip syariah. Sesuai dengan teori abuzaid, 2012 dalam Nur Asnawi. Kesabaran merupakan elemen marketing mix sebagai kunci dalam melakukan komunikasi. Salah satu sifat marketer muslim yang baik adalah sabar, dan sabar adalah sifat yang disukai oleh Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An Nahl (16) ayat 127, yang berbunyi:

وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ ۚ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُ فِي ضَيْقٍ مِمَّا يَمْكُرُونَ

Artinya:

Bersabarlah (hai Muhammad) dan tiadalah kesabaranmu itu melainkan dengan pertolongan Allah dan janganlah kamu bersedih hati terhadap (kekafiran) mereka dan janganlah kamu bersempit dada terhadap apa yang mereka tipu dayakan.

Sabar dalam praktik pemasaran berupa teliti dalam menangani pelanggan, sabar dan mendengar keluhan pelanggan, sabar dalam melayani

permintaan pelanggan, bersahabat dalam menyampaikan informasi spesifik produk.[11]

Dari seluruh hasil penelitian mengenai strategi pemasaran jasa untuk di UNISBA dan STIT Al Muslihuuun Blitar sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dedik Fatkul Anwar (2014) dalam Tesis yang berjudul *Strategi pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Mualllimim Muhammadiyah Yogyakarta*. *Dimana* Strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan Muallimin untuk meningkatkan peminat layanan pendidikan menggunakan 2 cara. *Pertama* pemasaran secara langsung dan yang ke dua pemasaran secara tidak langsung. Pemasaran secara langsung yaitu pemanfaatan *Information Tecnology* (IT), Media cetak dan elekronik, mengirim brosur dan profile Muallimin dalam bentuk Video. Sedangkan yang *Kedua* Pemasaran secara tidak langsung yaitu optimalisasi kegiatan madrasah di masyarakat, peran santri, orangtua santri dan alumni. Melalui profil alumni, melalui kiprah para ustadz dan karyawan di masyarakat memiliki daya tarik dan gagasan yang kuat.

B. Peningkatan Lembaga Pendidikan Tinggi di UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar.

Gambaran mengenai peningkatan lembaga pendidikan di UNISBA dan STIT Al Muslihuun Blitar akan dijabarkan di bawah ini:

[11] Ibid, Hal 173

Upaya peningkatan lembaga selalu dilakukan oleh UNISBA. Pembentukan citra atau branding perguruan tinggi sebagai Entrepreneurial Univercity memiliki dampak positif bagi peningkatan lembaga. Berbagai prestasi lembaga diperoleh sejak tahun 2012 sampai dengan 2017. Tahun 2018 UNISBA mulai menyusun strategi untuk meningkatkan nilai akreditasi institusi mencapai nilai minimal B. Dengan berkembangnya lembaga dan masing-masing program studi juga berdampak pada meningkatnya jumlah mahasisiwa baru. Sejak tahun 2014 ruang perkuliahan tidak mencukupi dilaksanakan di gedung yang dimiliki UNISBA di Jalan Majapahit Blitar. akhirnya dua fakultas dengan mahasiswa paling banyak yaitu Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan Politik(FISIP) perkuliahan diselenggarakan di gedung graha bakrie Blitar yang direnovasi sedemikian rupa untuk menjadi ruang perkuliahan.

Selanjutnya pada tahun 2016, Fakultas Ekonomi dan FISIP mengalami peningkatan jumlah mahasiswa yang sangat banyak hingga mencapai 4 kelas untuk program studi Ekonomi. Sehingga perkuliahan dipecah, Fakultas Ekonomi perkuliahan diselenggarakan di SMK Ismangil sampai saat ini. Bertambahnya jumlah mahasiswa didorong oleh beberapa hal antara lain:

1. Citra perguruan tinggi yang dibangun, yaitu menjadi kampus entrepreneur. Peningkatan nilai akreditasi beberapa program studi merupakan bukti nyata kepada masyarakat bahwa UNISBA semakin mendapatkan kepercayaan publik baik pemerintah maupun masyarakat umum.

2. Biaya perkuliahan yang sangat terjangkau bagi masyarakat Blitar dan sekitarnya membuat daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk melanjutkan perkuliahan di UNISBA.
3. Lokasi UNISBA yang sangat strategis di pusat kota dekan dengan jalan utama dan fasilitas publik lainnya menjadikan para mahasiswa mudah dalam menjangkau lokasi kampus
4. Kualitas mahasiswa semakin baik, banyak kegiatan-kegiat mahasiswa yang terjun ke masyarakat seperti pelaksanaan bazaar entrepreneur yang dilakukan secara periodik di seluruh pelosok wilayah Blitar dan sekitarnya memberikan dampak positif bagi tersebarluasnya informasi UNISBA pada masyarakatManusia
5. Kualitas tenaga pendidik dan Dosen yang semakin hari semakin baik dan berkualitas yang sangat berdampak positif bagi pemasaran. Jumlah dosen yang banyak dan berkualitas turut mendorong berkembangnya UNISBA.
6. Proses perkuliahan yang menyenangkan dengan fasilitas yang memadai serta pelaporan yang tertib, sehingga mahasiswa dapat mengakses status studinya setiap waktu di forlap dikti.
7. Bukti fisik yang ada yaitu pembangunan fisik/gedung dan penambahan sarana prasarana lain yang tiada henti dari tahun 2012 sampai sekarang.
8. Pencapaian penetapan janji oleh lembaga untuk mahasiswa menjadi kesan baik tersendiri di hati mahasiswa sehingga secara tidak langsung promosi dari mulut ke mulut sangat efektif.

9. Pelayanan yang semakin baik, ramah dan penuh kesabaran menjadikan mahasiswa menjadi puas.
10. Kerjasama dengan berbagai lembaga baik lokal, nasional maupun internasional. Antara lain kerjasama dengan Konsultan Perguruan Tinggi (KPT), Pondok, Sekolah, UKM, UMKM dan berbagai instransi pemerintah serta perguruan tinggi lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amnia Daud tersebut dilakukan pada sekolah menengah MAN Teomokole untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran, mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan, dan mengidentifikasi program pemasaran yang tepat dalam penyusunan strategi yang dilakukan adalah melakukan pendekatan dan hubungan yang positif dengan masyarakat secara intensif agar memperoleh dukungan positif dari masyarakat baik moril maupun finansial.[12]

Semetara di STIT Al Muslihuun peningkatan tidak terjadi signifikan, hal ini dikarenakan sedikitnya jumlah pogram studi yang ditawarkan. Dan 2 diantaranya masih sangat baru, Program Studi Bahasa Arab masih memiliki nilai "C" sementara PGMI masih menunggu proses akreditasi. Upaya strategi pemasaran yang dilakukan hanya sebatas apa yang biasa dilakukan. Belum dilakukan inovasi-inovasi baru dalam pemasaran untuk mnjaring banyak mahasiswa. Banyaknya mahasiswa yang pernah terjadi bukan karena inovasi internal, namun karena adanya waktu yang tepat karena adnya kebijkan pemerintah yang mewajibkan guru agama minimal memiliki

[12] Daud, Amnia. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Tujuan Lembaga (Studi Kasus pada MAN Teomokole). Pascasarjana* Universitas Pasundan Bandung. 2013

Ijasah S-1. Namun seiring brjalannya waktu ketita kuantitas telah terpenuhi, minat mahasiswa untuk kuliah di STIT Al Muslihuun kembali normal.

Program Studi PGMI yang masih belum terakreditasi sampai saat ini berdampak pada kuantitas mahasiswa baru yang tidak begitu banyak. Masyarakat sekarang lebih cerdas untuk memilih perguruan tinggi mana yang akan mereka masuki. Syarat pemerintah untuk menjadi abdi dengan minimal akreditasi B menjadikan masyarakat enggan untuk kuliah di perguruan tinggi yang program studinya masih C. Walaupun biaya yang ditetapkan di STIT Al Muslihuun sangat rendah dibanding yang lain, namun animo masyarakat masih sangat minim dikarenakan status akreditasinya. Selain itu, masuknya tenaga Dosen dan kependidikan juga belum mampu membuat terobosan baru yang akan menarik minat masyarakat untuk kuliah di STIT, hal ini terbukti dari jumlah mahaisswa dari 3 program studi yang masih sangat sedikit.

Dari sisi gedung dan fasilitas yang ada, sejak awal berdirinya sampai saat ini belum begitu banyak perubahan yang signifikan. Sehingga sampai saat ini STIT belum mencapai peningkatan yang signifikan, hanya pada taraf aman. Hal ini juga didukung dengan data trianggulasi dari mahasiswa yang menunjukkan proses perkuliahan masih dilakkan sangat sederhana dan jarang menggunakan teknologi, LCD maupun LED. Brand atau citra yang dibangun oleh STIT Al Muslihuun adalah Terwujudnya tenaga pendidik Islam yang memiliki kekokohan aqidah, kedalaman spiritual, kelhuran akhlaq, keluasan ilmu dan kematangan profesional, dibuktikan dengan kualitas lulusan

yang sangat mumpuni di masyarakat. Namun hal itu belum cukup untuk meyerap peminat yang banyak.

Efektifitas pemasaran jasa dalam mendorong peningkatan lembaga baik kualitas maupun kuantitas sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriya Risdwiyanto dan Yuli Kurniyati, dalam jurnal Maksipreneur Vol. V, No. 1, Desember 2015, hal. 1 – 23 dengan judul *Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran.* dalam penelitian ini didasarkan pada bauran pemasaran terdiri dari tujuh rangsangan pemasaran,yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Penelitian ini membuktikan bahwa model replikasi yang digunakan mungkin menunjukkan adanya signifikan pengaruh rangsangan pemasaran terhadap pemilihan PTS. Kontribusi penting dari Penelitian ini merupakan model pengembangan pengaruh faktor rangsangan pemasaran pada pilihan PTS yang bisa dijadikan dasar pengambilan keputusan PTS strategi pemasaran.[13]

C. Kendala yang dihadapi UNISBA dan STIT AL Muslihuun Blitar Dalam Mengimplementasikan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Analisis mengenai kendala dalam mengimplementasikan strategi pemasaran jasa pendidikan di UNISBA da STIT Al Muslihuun Blitar akan dijabarkan di bawah ini:

---

[13] Risdwiyanto, Andriya, Yuli Kurniyati. *Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran.(*Fakultas Ekonomi Universitas Proklamasi 45. Yogyakarta, 2015

Beberapa kendala yang dihadapi oleh UNISBA Blitar dalam mengembangkan pendidikan tinggi antara lain adalah susahnya mencari dosen yang memiliki ijasah linear khusunya dosen untuk program studi eksak. Hal ini dikarenakan bukan hanya lulusan yang terbatas, namun lulusan magister eksak telah mendapatkan pekerjaan lebih dulu di lembaga lain. Hal ini menjadi kendala dalam mengembangkan program studi karena minimnya dosen yang memiliki ijasah linear sesuai bidangnya akan memiliki nilai rendah dalam point akreditasi yang berdampak pada nilai akreditasi yang rendah (Nilai C) seperti Teknik Sipil yang re akreditasi dan nilai masih memperoleh "C". program studi dengan nilai C akan sulit dalam menjaring mahasiswa karena pengguna khusunya pemerintahan mensyaratkan merekrut dari lulusa akreditasi program studi minimal B.

Selain kendala diatas, minimnya kemampuan lembaga dalam menggaji dosen dan tenaga kependidikan membuat beberapa tenaga pendidik dan kependidikan yang berkulitas mengundurkan diri dan lebih memilih bekerja di lembaga lain. Hal ini jelas berdampak negatif bagi berlangsungnya lembaga apabila SDM yang ada selalu dosen baru dan masih harus belajar dalam pengelolaan program studi. Hal ini telah terbukti beberapa dosen terbaik keluar dari UNISBA dan bekerja di lembaga lain yang lebih menjanjikan dalam segi gaji dan kesejahteraan. Kemampuan UNISBA dalam menggaji dosen yang masih minim dikarenakan dana yang diperoleh untuk pengeolaan perguruan tinggi masih terbatas bersumber dari PT sendiri/mahasiswa. Sementara untuk menaikkan biaya perkuliahan perlu

pertimbangan yang sangat matang karena melihat kemampuan masyarakat yang masih terbatas.

Selain itu gaya kepemimpinan yang berbeda di tingkat rektorat juga menjadi hambatan tersendiri dalam pengelolaan lembaga. SDM di tingkat rektorat memiliki latarbelakang yang berbeda sehingga dalam penyelesaian masalah akan memakan waktu yang lama untuk mencapai kata mufakat. Perbedaan pendapat membuat fokus pengembangan lembaga menjadi terganggu. Seperti dalam hal perekutan SDM, karena pemegang otoritas pertama (Rektor) merupakan mantan birokrat, maka yang diutamakan adalah kelengkapan tenaga administrasi untuk memaksimalkan pelayanan. Namun kendalanya adalah penumpukan tenaga administrasi yang belum bekerja secara optimal. Begitu juga dalam desain bangunan, lebih banyak dipergunakan untuk kantor daripada ruang perkuliahan sehingga terjadi kekurangan ruangan perkuliahan.

Sementara di STIT kendala yang dihadapi antara lain adalah belum diperolehnya akreditasi Institusi, selain itu 3 program studi yang dimiliki hanya satu yang memiliki nilai akreditasi B, 1 program studi yaitu Pendidikan bahasa arab masih memiliki akreditasi C, dan satu lagi PGSD masih dalam proses akreditasi. Hal ini tentu menjadi kendala utama dalam mengembangkan lembaga. Status akreditasi saat ini menjadi tolok ukur masyarakat dalam memilik Perguruan Tinggi. Jika masih memiliki akreditasi C, calon mahasiswa akan enggan untuk mendaftarkan diri pada program studi tersebut.

Kendala lain dalam hal biaya, untuk menetapkan biaya di STIT tidak hanya mempertimbangkan biaya pelaksanaan perkuliahan dan kemampuan masyarakat. Lebih dari itu, peningkatan biaya akan sulit untuk dilakukan karena berpegang pada niat utama para pendiri lembaga adalah mendirikan lembaga pendidikan yang sifatnya membantu masyrarakat. Kalau bisa biaya gratis. Namun dalam pelaksanaannya tidak mungkin, karena pengelolaan lembaga akan membutuhkan dana yang tidak sedikit. Sehingga SPP yang diterapkan pada mahasiswa hanya terbatas untuk menutupi biaya penyelenggaraan lembaga. Sehingga dana sangat terbatas untuk melakukan peingkatan dalam hal fisik, sarana maupun prasarana.

D. Solusi yang dilakukan UNISBA dan STIT untuk Mengatasi Kendala yang Dihadapi dalam Mengimplementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Untuk mengatasi kendala dalam mengimplementasikan strategi pemasaran jasa pendidikan di UNISBA dan STIT Al Muslihuun akan dianalisis sebagai berikut.

Dalam pengelolaan perusahaan atau lembaga tidak dapat diungkiri pasti ditemui kendala yang dihadapi. Kendala yang dihadapi bukanlah menjadi penghambat namun pasti akan dicari solusinya agar pengelolaan perusahaan semakin baik dan mengalami peningkatan. Di UNISBA, akreditasi institusi yang masih C merupakan kendala dalam meningkatkan lembaga. Upaya yang dilakukan adalah dengan membentuk tim khusus pembuat borang institusi yang rutin melakukan pertemuan untuk berdiskusi dan menyusun strategi.

Dalam hal kendala mendaatkan dosen linear sesuai dengan bidangnya. Solusi yang dilakukan adalah merekrut pelamar yang telah emiliki ijasah S2 setidaknya yang serumpun dengan program studi yang ada. Paling tidak standard minimal 6 dosen tetap per program studi telah terpenuhi. Namun dalam hal perekrutan betul-betul dipilih pelamar yang memiliki kualitas dan kompetensi yang tinggi dengan melakukan test dan wawancara. Kemudian dalam hal kendala lembaga tidak dapat memberikan gaji yang tinggi pada dosen, upaya lembaga adalah mendorong dan mendukung semua dosen untuk mengikuti AA dan pekerti sehingga dapat dengan segera mengajukan jabatan fungsional dan sertifikasi sehingga kesejarteraan dapat terjamin.

Solusi untuk menyusun strategi selanjutnya adalah menggunakan sistem informasi akademik yang canggih yaitu "*smart cloud*" yang dimulai penggunaannya tahun ini. Sistem informasi dengan teknologi informasi yang canggih ini sangat membantu mempermudah dalam pengelolaan sistem administrasi perguruan tinggi. Seiring bertambahnya mahasiswa, dengan teknik manuar sudah tidak memungkinkan lagi karena rentan adanya kesalahan. Sistem "*Smart Cloud*" diharapkan akan mampu menertibkan administrasi dan pengelolaan perguruan tinggi yang baik dan kredibel di mata publik atau masyarakat secara umum.

Untuk mengontrol kegiatan akademik, juga dibentuk tim penjaminan mutu baik di tingkat Universitas maupun Fakultas. Hal ini dapat secara efektif untuk mendorong pengelolaan perguruan tinggi dan program studi yang baik. Sistem pengelolaan yang baik akan mendapatkan nilai positif

saat akreditasi sehingga diharapkan semua program studi dan institusi memiliki akreditasi minimal B.

Sementara solusi yang dilakukan oleh STIT Al Muslihuun adalah dengan melakukan usaha penyusunan borang akreditasi institusi pada tahun 2018 ini untuk mendapatkan akreditasi institusi yang pertama. Dalam segi biaya, karena pendapatan dana hanya terbatas dari mahasiswa dengan SPP yang sangat murah. Maka untuk pengembangan lembaga biaya dicrikan dari pihak lain. Misalkan pemerintah/kemenag. Untuk meningkatkan mutu pendidik dan tenaga kependidikan. STIT Al Muslihuun Blitar merekrut dosen dosen muda yang memiliki semangat tinggi untuk mengembangkan lembaga. Perekrutan dosen disyaratka tidak memiliki NUPTK sehingga dapat fokus pada pengembangan kampus.

Dalam hal pelaporan di PDPT Dikti, STIT Al Muslihuun merekrut tenaga kependidikan baru yang ahli dalam bidang IT. Sehingga mampu mengcover semua laporan online yang harus dilakukan setiap periode pada PDPT dikti. Pelaporan secara rutin merupakan upaya pemenuhan janji dan kewajiban lembaga kepada mahasiswa agar dapat lulus tepat waktu dan status mahasiswa valid. Sehingga ijasah yang diterima lulusan nanti dapat diakui secara publik dan pemerintah.