

**REFORMULASI STRATEGI *EXPERIENTIAL MARKETING*
PADA SEKOLAH BERBASIS PESANTREN DI SMA ISLAM
AL-MIZAN JATIWANGI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
Program Studi: Manajemen Pendidikan Agama Islam



**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**REFORMULASI STRATEGI *EXPERIENTIAL MARKETING*
PADA SEKOLAH BERBASIS PESANTREN DI SMA ISLAM
AL-MIZAN JATIWANGI**

Tesis

Program Studi: Manajemen Pendidikan Islam



Pembimbing I,


Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag.
NIP. 196804081994031003

Pembimbing II,


Dr. Hj. Huriyah, M.Pd.
NIP. 1961011219 8903 2 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DEWI PUSPITASARI

NIM : 17086010005

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati
Cirebon

Menyatakan bahwa tesis ini, secara keseluruhan adalah ASLI hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati, disertai kesiapan untuk bertanggung jawab atas segala resiko yang mungkin diberikan, sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, Juni 2020

Yang Menyatakan,



Dewi Puspitasari
NIM. 17086010005

Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag.
Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran: 5 (lima) Lembar

Perihal : **Penyerahan Tesis**

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamualaikum. Wr. Wb.

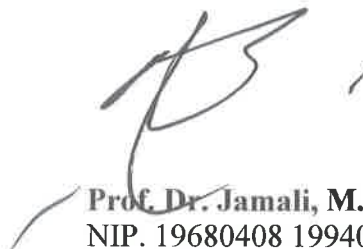
Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudari Dewi Puspitasari yang berjudul “*Reformulasi Strategi experiential Marketing Pada Sekolah Berbasis Pesantren di SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi*” telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Cirebon, 20 Juni 2020

Pembimbing I,



Prof. Dr. Jamali, M.Ag.
NIP. 19680408 199403 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

**REFORMULASI STRATEGI *EXPERIENTIAL MARKETING*
PADA SEKOLAH BERBASIS PESANTREN DI SMA ISLAM
AL-MIZAN JATIWANGI**

Disusun oleh:

DEWI PUSPITASARI
NIM: 1708601005

Telah diujikan pada tanggal 25 Juni 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd.)

Cirebon, Agustus 2020

Dewan Penguji

Ketua/Anggota,

Sekretaris/Anggota,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag.
NIP.19590320 198403 1 002

Dr. H. Ahmad Asmuni, M.A.
NIP. 19581109 198603 1 006

Pembimbing/Penguji,

Pembimbing/Penguji,

Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag.
NIP. 19680408 199403 1 003

Dr. Hj. Huriyah, M.Pd.
NIP. 1961011219 8903 2 005

Penguji Utama,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag.
NIP. 19590320 198403 1 002

Direktur,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag.
NIP. 19590320 198403 1 002



BIOGRAFI PENULIS

Nama : Dewi Puspitasari
NIM : 17086010005
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 07 Mei 1987
Alamat : Dusun 03 RT 01/ RW 10 Ciborelang
Kecamatan Jatiwangi
Kab. Majalengka 45454
Email : puspitasari_dewi2@yahoo.com
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Riwayat Pendidikan :

1. MI Nurul Huda Bandung
tahun 1992-1998
2. SMP Guna Dharma Bandung
tahun 1998-2001
3. SMA Karya Budi Kab. Bandung
tahun 2001-2004
4. UIN Sunan Gunung Djati Bandung
tahun 2004-2008
5. Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon
tahun 2020

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya serta limpahan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian ini dengan judul : “Strategi *Experiential Marketing* Sekolah Berbasis Pesantren (Studi Kasus: SMA Islam Al-Mizan)”. Shalawat serta salam semoga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabatnya serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan tesis ini penulis banyak mendapat motivasi, bimbingan, dan pertolongan dari semua pihak, baik berupa moril maupun materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag, Direktur Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Prof. Dr. H. Jamali, M.Ag, Dosen Akademik sekaligus Dosen Pembimbing I
3. Dr. Hj. Huriyah, M.Pd, Dosen Pembimbing II
4. Civitas Akademika Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon
5. Suami dan anak-anak tercinta yang selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini
6. Orang tua di Bandung dan keluarga besar Langensari Jatiwangi

Jika dijumpai kekurangan dalam penulisan tesis ini, sesungguhnya penulis adalah orang pertama yang mengetahui permasalahannya. Oleh karena itu, kritikan dan saran dari semua pihak menjadi urgen bagi kesempurnaan tesis ini.

Hanya do'a yang dapat penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, semoga amal baik mereka mendapat pahala yang berlipat ganda dari-Nya. Amin.

Cirebon, Juni 2020
Penulis

Dewi Puspitasari

ABSTRAK

REFORMULASI STRATEGI *EXPERIENTIAL MARKETING* PADA SEKOLAH BERBASIS PESANTREN DI SMA ISLAM AL-MIZAN JATIWANGI

Oleh

Dewi Puspitasari

SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi adalah Sekolah Berbasis Pesantren yang melakukan reformulasi strategi promosi PPDB menggunakan strategi *experiential marketing*. Hal ini dilakukan sebagai evaluasi strategi pemasaran pengalaman yang telah dilakukan sebelumnya dalam promosi PPDB.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan reformulasi strategi promosi PPDB berbasis pengalaman (*experiential marketing*) sesuai dengan konsep yang strategis dan sistematis.

Menurut Schmitt konsep *experiential Marketing* dapat dianalisis melalui 2 pendekatan, yaitu *Strategic Experiential Modules (SEMs)* dan *Experiential Providers (ExPros)*, dimana SEMs adalah tipe-tipe pengalaman yang dihadirkan di dalam *experiential marketing* yang meliputi *Sense, Feel, Think, Act, dan Relate*, sedangkan ExPros adalah peralatan yang digunakan untuk mengantarkan SEMs yang meliputi *Communications, Visual Identity, Product Presence, Co- Branding, Spatial Environment, Website, dan People*.

Usaha pemasaran jasa pendidikan Sekolah Berbasis Pesantren yang dilakukan oleh SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi adalah dengan menggunakan lima perangkat dari SEMs (*Strategic Experiential Marketing Modules*) yakni *sense, feel, think, act dan relate* yang di intergrasikan dalam konsep *Experiences providers (ExPros)*.

Hasil dari reformulasi strategi *experiential marketing* pada Sekolah Berbasis Pesantren di SMA Islam Al-Mizan Jatiwangi untuk Tahun Ajaran 2020/2021 yaitu menggunakan lima perangkat dari SEMs (*Strategic Experiential Marketing Modules*) yang di integrasikan dalam tiga dari tujuh konsep ExPros (*Experiences providers*) yakni *communication, spatial environment, dan people*. Selanjutnya, berdasarkan hasil wawancara dampak dari reformulasi strategi *experiential marketing* pada Sekolah Berbasis Pesantren Tahun Ajaran 2020/2021 adalah animo positif yang dirasakan oleh calon siswa baru setelah melakukan beberapa kegiatan promosi PPDB berbasis pengalaman.

Kata kunci: reformulasi strategi, *experiential marketing*, Sekolah Berbasis Pesantren

ABSTRACT

REFORMULATION EXPERIENTIAL MARKETING STRATEGY OF ISLAMIC BOARDING SCHOOL AT AL-MIZAN JATIWANGI ISLAMIC HIGH SCHOOL

By

Dewi Puspitasari

Al-Mizan Islamic High School is a boarding school that reformulating promotion strategy of New Student Admission by using experiential marketing strategy. It handles as an evaluation of experience marketing that has been done on New Student Admission strategy before.

The purpose of this study is to describe the application of experiential marketing on New Student Admission promotion strategy in accordance with strategic and systematic concepts.

According to Schmitt the concept of experiential marketing can be analyzed through 2 approaches, namely Strategic Experiential Modules (SEMs) and Experiential Providers (ExPros), where SEMs are the types of experiences presented in experiential marketing which include Sense, Feel, Think, Act and Relate, while ExPros is the equipment used to deliver SEMs which include Communications, Visual Identity, Product Presence, Co-Branding, Spatial Environment, Websites, and People.

The marketing efforts of Islamic Boarding School education services conducted by Al-Mizan Islamic High School are using five tools from SEMs (Strategic Experiential Marketing Modules) namely sense, feel, think, act and relate integrated in the concept of Experiences providers (ExPros).

The results of reformulation experiential marketing strategy of Islamic Boarding School at Al-Mizan Islamic High School for Academic Year 2020/2021 are using five tools from SEMs which are integrated in three of the seven Concepts of Experiences Providers namely communication, spatial environment, and people. Furthermore, based on the results of interviews the impact of reformulation of experiential marketing strategy for Islamic Boarding School in the Academic Year 2020/2021 is the positive interest felt by prospective new students after carrying out some experience-based on promotion activities of New Student Admission.

Keywords: reformulation strategy, experiential marketing, Islamic boarding school

الملخص

إصلاح إستراتيجية "خبرة التسويق" في المدرسة المعهدية
في المدرسة الثانوية إسلام الميزان جاتيوانجي
كتبها
ديوي فوسفيتاساري

المدرسة الثانوية إسلام الميزان جاتيوانجي هي المدرسة المعهدية التي تقوم بإصلاح إستراتيجية الترويج في قبول التلاميذ الجديدة باستخدام إستراتيجية خبرة التسويق. وهذه من تقويم إستراتيجية خبرة التسويق التي قامت من قبل في ترويج قبول التلاميذ الجديدة.

وأما أغراض البحث في هذا البحث فهي شرح إصلاح إستراتيجية الترويج في قبول التلاميذ الجديدة باستخدام إستراتيجية خبرة التسويق على وفق الفكرة الإستراتيجية والنظامية. وذهب Schmitt أن فكرة خبرة التسويق تستطيع أن تحلل بطريقتين هما إستراتيجية الخبرة الوحدة (SEMs) والخبرة المقاطعة (ExPros). والأولى (SEMs) هي أنواع الخبرة التي ظهرت في خبرة التسويق وهي الحس العام والوجدان والتفكير والسلوك والمتغيرة. والثانية (ExPros) هي الأدوات التي تستخدم لإيصال الأولى (SEMs) وهي الاتصالية والذاتية البصرية وحضور الإنتاج والعلامة التجارية المشتركة والبيئة المكانية وموقع على الإنترنت والأشخاص.

وجهد التسويق على خدمة تربية المدرسة المعهدية الذي قامته المدرسة الثانوية إسلام الميزان جاتيوانجي هو استخدام خمس أدوات من إستراتيجية الخبرة الوحدة (SEMs) وهي الحس العام والوجدان والتفكير والسلوك والمتغيرة التي توحد في فكرة الخبرة المقاطعة (ExPros).

وأما نتيجة إصلاح إستراتيجية خبرة التسويق في المدرسة المعهدية في المدرسة الثانوية إسلام الميزان جاتيوانجي في العام الدراسي 2021/2020 فهي استخدام خمس الأدوات من من إستراتيجية الخبرة الوحدة (SEMs) التي توحد في الثلاثة من سبعة فكرة الخبرة المقاطعة (ExPros) وهي الإتصالية والبيئة المكانية والأشخاص. ثم بناء على نتيجة المقابلة أن تأثير إصلاح إستراتيجية خبرة التسويق في المدرسة المعهدية في العام الدراسي 2021/2020 هو الإهتمام الإيجابي الذي يشعر التلاميذ الجديدة المستقبلية بعد إقامة عملية ترويج قبول التلاميذ الجديدة باستخدام إستراتيجية خبرة التسويق.

الكلمة المفتاحية: إستراتيجية، خبرة التسويق، المدرسة المعهدية.

PEDOMAN TRASLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan No. 054/U1987, Tentang Transliterasi Arab kedalam huruf Latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
ا	Alif	A
ب	Ba'	B
ت	Ta'	T
ث	Tsa'	Ts
ج	Jim	J
ح	Ha	h
خ	Kha	kh
د	Dal	d
ذ	Zal	dz
ر	Ra'	r
ز	Zai	z
س	Sin	s
ش	Syin	sy
ص	Shad	sh
ض	Dad	ḍl
ط	Tha'	ṭh
ظ	Za	ẓh
ع	'ain	'
غ	Ghain	gh
ف	Fa'	f
ق	Qaf	q
ك	Kaf	k
ل	Lam	l
م	Mim	m
ن	Nun	n
و	Wawu	w
ه	Ha'	h

ء	Hamzah	,
ي	Ya'	y

