

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN
DAN CITRA LEMBAGA DI MADRASAH ALIYAH NEGERI
BONDOWOSO TAHUN PELAJARAN 2018/2019**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan Islam (M.Pd.)



Oleh
HEVI HEKAYANTI
NIM: 0849117014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA IAIN JEMBER
FEBRUARI 2020**

PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Baondowoso Tahun Ajaran 2018/2019” yang ditulis oleh Hevi Hekayanti ini telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan didepan dewan penguji tesis.

Jember, 19 Desember 2019

Pembimbing I



Dr. Misbahul Munir, MM
NIP. 196712011993031001

Jember, 19 Desember 2019

Pembimbing II



Dr. Zainuddin Al-Haj Zaini, M.Pd.I
NIP. 197403202007101004

PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga Di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso Tahun Pelajaran 2018/2019” yang ditulis oleh Hevi Hekayanti, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tesis Pascasarjana IAIN Jember pada hari selasa tanggal 07 Januari 2020 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd).

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Penguji : **Dr.Kun Wazis, M.I.Kom.**
2. Anggota :
 - a. Penguji Utama: **Dr. H. Sofyan Tsauri, MM.**
 - b. Penguji I : **Dr. H.Misbahul Munir, MM.**
 - c. Penguji II : **Dr. H. Zainuddin Alhaj Zaini, M.Pd.I.**



Jember, 07...01:2020

Mengesahkan

Pascasarjana IAIN Jember

Direktur



Prof. Dr. H. Abd. Halim Soebahar, M.A.

NIP. 196101041987031006

ABSTRAK

Hevi Hekayanti, 2019. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra dan Kualitas layanan Lembaga di MAN Bondowoso. Tesis. Program Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Jember. Pembimbing I: Dr. Misbahul Munir, MM pembimbing II: Dr. Zainuddin Al-Haj Zaini, Lc, M.Pd.I

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Jasa Pendidikan, Citra lembaga, Kualitas Layanan

Realita menarik terjadi dalam penyelenggaraan pendidikan, terutama ketika penerimaan siswa baru. Masyarakat seolah begitu mengerti madrasah yang layak untuk putra dan putrinya. Bagi masyarakat kriteria madrasah yang memiliki citra baik adalah madrasah yang sukses memuaskan pelanggan jasa pendidikan. Penelitian dilakukan di MAN Bondowoso mengingat lembaga ini memiliki banyak keunikan, keunggulan dan citra positif dikalangan masyarakat.

Fokus penelitian ini membahas 1) Apa saja strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan MAN Bondowoso dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga. 2) Bagaimana *marketing mix* jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso. 3) Bagaimana implikasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.

Tujuan penelitian ini mendeskripsikan 1)) Apa saja strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan MAN Bondowoso dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga. 2) Bagaimana *marketing mix* jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso. 3) Bagaimana implikasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan interview, observasi dan dokumentasi. Model analisis data menggunakan model Interaktif Miles, Huberman dan Saldana meliputi kondensasi data, penyajian data dan verifikasi. Sedangkan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, dan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: a) biaya rendah terpinpin, b) strategi differensiasi, c) strategi fokus. 2) *Marketing mix* jasa pendidikan yang ada di MAN Bondowoso a) SDM yang dinilai sangat kompeten dan profesional. b) Proses belajar mengajar yang menerapkan kurikulum K13 serta pengembnagnnya memiliki pola, model, dan variasi yang bernuansa pesantren. c) Bukti fisik mulai dari bangunan yang menarik serta sarana prasarana yang memadai. 3) Implikasi dari strategi pemasaran yang diterapkan meliputi: a) semakin tinnginya loyalitas pelanggan jas pendidikan. b) semakin kuatnya kepercayaan masyarakat. c) besarnya dukungan masyarakat. d) terjalannya kerja sama yang efektif antara orang tua siswa, masyarakat dan pemerintah.

ABSTRACT

Hevi Hekayanti, 2019. Marketing Strategy of Educational Services in Improving the Image and Quality of Institutional services in MAN Bondowoso. Thesis. Islamic Education Management Program in Pascasarjana Islamic Institute of Jember. The Mentor I: Dr. Misbahul Munir, MM The Mentor II: Dr. Zainuddin Al-Haj Zaini, Lc, M.Pd.I

Keywords: Marketing Strategy, Educational Services, Institution image, Service Quality

Interesting reality occurs in the administration of education, especially when the acceptance of new students. Society seems to understand madrasas that are appropriate for their sons and daughters. For school critics who have a good image is a school that is successful in satisfying customers of educational services. The study was conducted at MAN Bondowoso considering that this school has many uniqueness, excellence and a positive image among the people.

The focus of this study discusses 1) What are the marketing services marketing strategies used. 2) How is the marketing mix of educational services available in the institution. 3) How are the implications of the education service marketing strategy in improving the quality of services and the image in Islamic Senior High School of MAN Bondowoso.

This paper aims to describe 1) What are the marketing strategies of education services in MAN Bondowoso. 2) The marketing mix of educational services available in improving the quality of services and the image of institutions in MAN Bondowoso. 3) Implication of the marketing strategy of education services in improving the quality of services and the image of institutions in MAN Bondowoso.

The approach used in this research is a qualitative approach, with the type of case study research. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. The data analysis model uses the Interactive Miles, Huberman and Saldana models including data condensation, data presentation and verification. While the validity of the data in this study uses source triangulation, and method triangulation.

The results showed that: 1) Education services marketing strategy in improving the quality of services and the image of institutions in MAN Bondowoso carried out with several strategies, namely: a) low cost guided, b) differentiation strategy, c) Focus strategy. 2) Marketing mix of educational services in MAN Bondowoso a) Starting from human resource which are considered to be very competent and professional. b) teaching and learning processes that apply the K13 curriculum and its development have patterns, models, and variations nuanced of boarding school. c) Physical evidence starting from attractive buildings and adequate infrastructure. 3) Implications of the marketing strategy adopted include: a) The increasing loyalty of customers in education suits. b) Stronger community trust. c) The amount of community support. d) Effective cooperation is established between students' parents, the community and the government

ملخص البحث

هيفي هيكابنتي. ٢٠١٩. استراتيجية تسويق الخدمات التعليمية في ترقية صورة خدمات المدرسة وجودت أطروحتها بالمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بوندووصو. رسالة الماجستير. قسم الإدارة التربوية الإسلامية. الجامعة الإسلامية الحكومية جمبر. المشرف الأول: د. مصباح المنير الماجستير، المشرف الثاني: د. زين الدين الحاج زيني الماجستير.

الكلمات الأساسية: استراتيجية التسويق ، الخدمات التعليمية ، صورة المؤسسة ، جودة الخدمة

الواقع المثير للاهتمام يحدث في العمالية التعليمية، خاصة عند قبول الطلاب الجديد. يدرك المجتمع أين المدارس مناسبة لأنبائهم وبنائهم. للمجتمع، معايير المدرسة لديها صورة جيدة هي المدرسة الناجحة في إرضاء عملاء الخدمات التعليمية. البحث أقيم بمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بوندووصو معتبرا أن لهذه المدرسة العديد من التفرد و الإمتيازات والصورة الإيجابية في المجتمع.

مسائل هذا البحث هي: (١) ما استراتيجيات تسويق خدمات التربية المستخدمة. (٢) كيف المزيج التسويقي للخدمات التعليمية في المدرسة. (٣) كيف الآثار استراتيجية تسويق الخدمات التعليمية في ترقية جودة الخدمات وصورة المدرسة بالمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بوندووصو. المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الكيفي، و نوعه دراسة حالة. استخدمت الباحثة أسلوب جمع البيانات المقابلات والملاحظة و الوثائق. استخدمت الباحثة تحليل البيانات نماذج ميلس التفاعلي و هوبرمان و سلدانا تكثيف البيانات وعرض البيانات والتحقق منها. و لصاحية البيانات في هذه البحث استخدمت الباحثة اختبارات الأعضاء والتثليث المصدري والتثليث الطريقة.

نتائج هذه البحث ما يلي: (١) استراتيجيات التسويق للخدمات التعليمية في ترقية جودة خدمة المدرسة وصورها بالمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بوندووصو مع الاستراتيجيات، هي: أ) تكلفة منخفضة مسترشدة، ب) استراتيجيات التمايز، ج) استراتيجيات التركيز. (٢) وأما المزيج التسويقي للخدمات التعليمية بالمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية بوندووصو أ) ابتداء من الموارد البشرية الذين لهم الكفاءة و الأهلية. ب) عملية التعليم والتعلم التي طبقت المناهج ٢٠١٣ وتطويرها لديها أنماط و نماذج و الاختلافات مؤسس على المعهد الإسلامي. ج) أدلة مادية بدأت من المباني الجذابة و المرافق العامة الكاملة في المدرسة. (٣) الآثار المترتبة من استراتيجية التسويق المنفذة ما يلي: أ) زيادة ولاء عملاء الخدمات التعليمية. ب) قوة ثقة المجتمع. ج) عظيم دعم المجتمع. د) إقامة تعاون فعال بين والي الطلاب والمجتمع والحكومة.

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur senantiasa dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas karunia dan limpahan nikmat-Nya sehingga tesis dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso Tahun Pelajaran 2018/2019” ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam senantiasa tuncurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah menuntun ummatnya menuju agama Allah sehingga tercerahkanlah kehidupan saat ini.

Dalam penyusunan tesis ini, banyak pihak yang terlibat dalam membantu penyelesaiannya. Oleh karena itu patut diucapkan terima kasih kepada mereka yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan dukungan demi penulisan tesis ini.

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE. MM. selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember yang telah memberikan izin dan bimbingan yang bermanfaat.
2. Prof Dr. H. Abd. Halim Soebahar, M.A. selaku direktur pascasarjana IAIN Jember yang selalu memberikan dorongan dan motivasi
3. Dr. H. Misbahul Munir, MM sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan motivasi, sekaligus memberikan banyak ilmu dan bimbingan dengan penuh kesabaran, petunjuk dan arahan dalam penyusunan tesis.

4. Dr. H. Zainuddin Alhaj Zaini, M.Pd.I selaku kepala program studi Manajemen Pendidikan Islam sekaligus dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar sampai selesai.
5. Seluruh dosen pascasarjana IAIN Jember yang telah banyak memberikan ilmu, mendidik dan membimbing selama penulis menempuh pendidikan
6. Kepala Madrasah beserta guru Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso yang telah berkenan untuk berkaja sama dan memberikan data beserta informasi penelitian dalam penyusunan tesis ini.
7. Teman-teman seperjuangan di pascasarjana IAIN Jember yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan hingga terselesaikannya tesis.

Semoga penyusunan tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jember, 20 Desember 2019

Hevi Hekayanti

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
PEDOMAN TRANSLASI ARAB-LATIN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
E. Definisi Istilah.....	15
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori.....	31
1. Konsep Pemasaran Jasa Pendidikan.....	31
2. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.....	

3. Service Marketing Mix Pendidikan.....	
4. Konsep Layanan Jasa Pendidikan.....	45
5. Citra Lembaga Pendidikan	56
6. Konsep Islam Tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Kualitas Layanan dan Pencitraan Lembaga Pendidikan	68
C. Kerangka Konseptual	72
BAB III METODE PENELITIAN	73
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	73
B. Lokasi Penelitian.....	74
C. Kehadiran Peneliti.....	77
D. Sumber Data dan Subyek Penelitian	77
E. Teknik Pengumpulan Data	79
F. Analisa Data	84
G. Keabsahan Data	89
H. Tahap-Tahap Penelitian	91
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	93
A. Gambaran Objek Penelitian	93
B. Paparan Data dan Analisis	107
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di Madsah Aliyah Negeri Bondowoso.....	107

2.	<i>Service Marketing Mix</i> /Bauran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.....	136
3.	Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga Di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.....	157
C.	Temuan Penelitian	
1.	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Jasa dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.....	163
2.	<i>ervice Marketing Mix</i> /Bauran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.....	166
3.	Impliksai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.....	169
BAB V PEMBAHASAN		171
A.	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.....	172
B.	Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.....	178
C.	Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso	184

BAB VI PENUTUP	188
A. Kesimpulan	188
B. Saran	190
DAFTAR RUJUKAN	193

Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran-lampiran



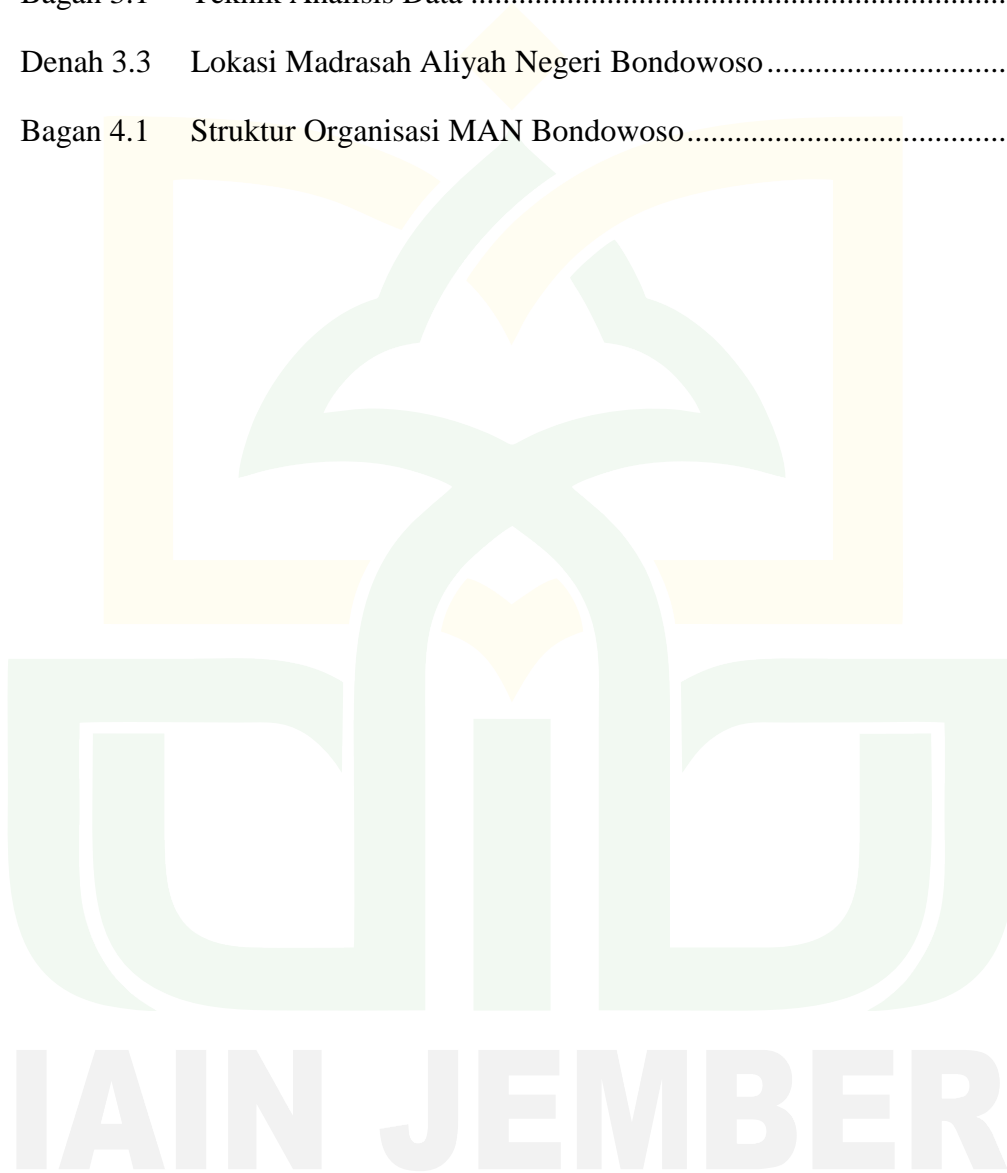
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2.2	<i>Tri Generic Strategies</i>	37
Tabel 3.1	Nama Informan	79
Tabel 3.2	Data Observasi	81
Tabel 3.5	Data Wawancara	82
Tabel 3.6	Data Dokumentasi	83
Tabel 4.1	Data kepala sekolah	96
Tabel 4.2	Luas Tanah.....	104
Tabel 4.3	Tenaga Pendidik.....	104
Tabel 4.4	Rekapitulasi Siswa Baru	105
Tabel 4.5	Sarana Prasaran	106
Tabel 4.6	Ektrakurikuler	125

IAIN JEMBER

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Konseptual.....	72
Bagan 3.1	Teknik Analisis Data	88
Denah 3.3	Lokasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.....	76
Bagan 4.1	Struktur Organisasi MAN Bondowoso.....	102



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulisan Tesis ini adalah sebagai berikut:

No	Arab	Indonesia	Keterangan	Arab	Indonesia	Keterangan
1	ا	'	Koma diatas	ط	t}	Te dengan titik diwabah
2	ب	B	Be	ظ	Z	Zed
3	ت	T	Te	ع	'	Koma diatas terbalik
4	ث	Th	Te ha	غ	Gh	Ge ha
5	ج	J	Je	ف	F	Ef
6	ح	h}	Ha dengan titik dibawah	ق	Q	Qi
7	خ	Kh	Ka ha	ك	K	Ka
8	د	D	De	ل	L	El
9	ذ	Dh	De ha	م	M	Em
10	ر	R	Er	ن	N	En
11	ز	Z	Zed	و	W	We
12	س	S	Es	هـ	H	Ha
13	ش	Sh	Es ha	ء	'	Koma diatas
14	ص	s}	Es dengan titik dibawah	ي	Y	Es dengan titik dibawah
15	ض	d}	De dengan titik dibawah	-	-	-

2. Vokal rangkap atau diftong bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dengan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan gabungan huruf sebagai berikut:

- a. Vokal rangkap (أَوْ) dilambangkan dengan gabungan huruf *aw*, misalnya: *al-yawm*.

- b. Vokal rangkap (أَيَّ) dilambangkan dengan gabungan huruf *ay*, misalnya:
al-bayt.
3. Vokal panjang atau maddah bahasa Arab yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf dan tanda *macron* (coretan horisontal) di atasnya, misalnya (الْفَاتِحَةُ = *al-fāṭihah*), (الْعُلُومُ = *al-'ulūm*) dan (قِيمَةٌ = *qīmah*).
4. *Syaddah* atau *tasydid* yang dilambangkan dengan tanda *syaddah* atau *tasydid*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang bertanda *syaddah* itu, misalnya (حَدٌّ = *haddun*), (سَدٌّ = *saddun*), (طَيِّبٌ = *tayyib*).
5. Kata sandang dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan huruf *alif-lam*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “al”, terpisah dari kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung, misalnya (الْبَيْتُ = *al-bayt*), (السَّمَاءُ = *al-samā'*).
6. *Ṭā' marbūtah* mati atau yang dibaca seperti ber-harakat *sukun*, transliterasinya dalam tulisan Latin dilambangkan dengan huruf “h”, sedangkan *ṭā' marbūtah* yang hidup dilambangkan dengan huruf “t”, misalnya (رُؤْيَةُ الْهَيْلَالِ = *ru'yah al-hīlāl* atau *ru'yatul hīlāl*).
7. Tanda *apostrof* (') sebagai transliterasi huruf *hamzah* hanya berlaku untuk yang terletak di tengah atau di akhir kata, misalnya (رُؤْيَةُ = *ru'yah*), (فُقُهَاءُ = *fuqahā'*).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Abad ke 21 yang dikenal dengan era globalisasi atau sering diterjemahkan era kesejagatan dapat terindikasi adanya perubahan yang sangat cepat dalam masyarakat serta perkembangan teknologi yang cepat dan berdampak pada hubungan antar negara didunia tanpa batas. Perubahan yang sangat mendasar itu berdampak pada perubahan besar dan cepat dalam tata kehidupan masyarakat persaingan sangat ketat antar bangsa baik didalam maupun luar negeri.

Asia Free Trade Area yang berkembang sejak tahun 2003 terdapat prinsip-prinsip pokok dan ketentuan yang tertuang dalam *General Agreement on Trade of Service*, prinsip dan ketentuan tersebut antara lain; 1) Prinsip *Market Acces* atau *Most Favoured Nation*, 2) Prinsip *National Treatment*, 3) Prinsip *Cross Border Supply*, 4) Prinsip *Consumption Abroad*, 5) Prinsip *Commercial Precence* dan 6) Prinsip *Precence of Nature Person*.¹ Hal tersebut akan membawa dampak yang sangat luas bagi bangsa khususnya bangsa indonesia.

Perubahan-perubahan yang sangat mungkin terjadi antara lain; 1) Membanjirnya tenaga asing yang lebih berkualitas terutama dalam kemampuan berbahasa inggris dan keterampilan khusus dari negara ASEAN,

¹ Philip Kotler, Gary Amstrong, John Saunders & Veronica Wong, *Prinsiples of Marketing: Second European Edition* (Prentice Hall Europe, A Simon & Schuster Company, Upper Saddle River, New Jersey, USA:1999), 19

2) seluruh pelajar dari lima negara ASEAN akan belajar diberbagai sekolah dan universitas di Negara-negara ASEAN, 3) Akan terjadi kompetisi silang antara bangsa ASEAN dibidang ekonomi, jasa, pendidikan, dan profesi-profesi lain, 4) Sulitnya lapangan kerja bagi tenaga kerja dengan title sarjana sekalipun,4) meleburnya budaya SEAN membentuk budaya regional, 5) Perkembangan komonikasi dan transportasi akan mempercepat perubahan sosial budaya, warga masyarakat akan memilih status ganda sebagai warga dunia dan warga nasional.²

Perubahan-perubahan tesebut menuntut adanya peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia yang siap berkompetisi untuk merebut pendidikan yang berkualitas, menjadi tenaga kerja yang dapat merebut profesi-profesi yang strategis, menjadi pelajar yang siap berkompetisi tingkat regional maupun internasional dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni budaya, olahraga serta dapat berkompetisi dalam area pertukaran pelajar tingkat regional maupun internasional. Semua tuntutan itu menjadi tantangan berat untuk dapat menjadi lembaga pendidikan yang mampu mempersiapkan sumber daya manusia Indonesia sejajar dengan sumberdaya manusia negara-negara lain didunia.

UUD 1945 telah mengamanatkan bahwa salah satu tujuan Negara Republik Indonesia adalah mencerdaskan kehidupan bangsa, dan oleh sebab itu warga negara Indonesia tanpa memandang status sosial, ras, etnis, agama dan gender berhak memperoleh pelayanan pendidikan yang bermutu. Berbagai

² Tim Dosen Administrasi Pendidikan Upi, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 331

upaya peningkatan mutu pendidikan, baik pada jalur formal maupun non formal telah ditempuh pemerintah. Hal ini terbukti lahir program-program peningkatan mutu melalui program Sekolah Berstandar Nasional, Sekolah Unggulan, Sekolah satu atap, dan masih banyak program-program peningkatan mutu yang lain, termasuk pengembangan model Sekolah Bertaraf Internasional (SBI). Sekolah Bertaraf Internasional (SBI) merupakan sebuah jenjang sekolah nasional di Indonesia dengan standar mutu internasional yang proses belajar mengajarnya menekankan pada pengembangan kreasi, inovasi dan eksperimentasi untuk memacu ide-ide baru yang belum pernah ada.³ Namun demikian, program-program peningkatan yang telah ditempuh tersebut ternyata masih banyak ketertinggalan yang harus dikejar untuk dapat menyesuaikan dengan perkembangan dan arus kesejagatan.

Munculnya program SBI pada dasarnya bertujuan untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas yaitu warganegara yang unggul secara intelektual, moral, kompeten dalam IPTEKS, produktif, dan memiliki komitmen yang tinggi dalam berbagai peran sosial, ekonomi, dan kebudayaan.

Terkait dengan tujuan SBI tersebut, dalam pasal 50 ayat (3) UU.No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, mengamanatkan bahwa:

“Pemerintah dan atau pemerintah daerah menyelenggarakan sekurang-kurangnya satu satuan pendidikan pada semua jenjang untuk dikembangkan menjadi satu satuan pendidikan bertaraf internasional. Lebih lanjut dikemukakan pula dalam PP. No.19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan pasal 61 ayat (1) yang menyebutkan bahwa; pemerintah bersama pemerintah daerah menyelenggarakan sekurang-kurangnya satu satuan pendidikan pada jenjang pendidikan dasar dan sekurang-kurangnya satu-satuan pendidikan pada jenjang

³ [https://id.m.wikipedia.org.>wiki>Sekolah_bertaraf_internasional\(Agustus,2019\),29.](https://id.m.wikipedia.org.>wiki>Sekolah_bertaraf_internasional(Agustus,2019),29.)

pendidikan menengah untuk dikembangkan menjadi satuan pendidikan bertaraf internasional.”⁴

Apa yang tersurat dalam perundangan tersebut pada dasarnya mengembangkan satuan pendidikan yang dapat mempersiapkan generasi berkualitas, yakni berahlak mulia, cendekia, kompeten menguasai IPTAK, produktif dalam karya, dan memiliki kontribusi tinggi terhadap berbagai peran dalam peningkatan kualitas bangsa Indonesia baik regional, nasional maupun dunia Internasional.

Periode 2020-2025 memiliki target untuk meningkatkan daya saing internasional dengan dicanangkannya pencapaian kompetitif secara internasional. Berbagai program-program yang dicanangkan oleh pemerintah pusat tentunya harus bersinergi dengan keberhasilan milestone pada level daerah baik ditingkat propinsi, kota dan kabupaten.tolak ukur keberhasilan berada bagaimana cara untuk mengejawantahkan berbagai kebijakan strategis dibidang pendidikan baik pada saat prose perencanaan, implementasi dan evaluasi yang berkesinambungan (*sustainable*) sesuai dengan kondisi daerah yang ada (*exixting condition*) agar tercapai kondisi yang dicita-citakan (*excepted condition*). Sehingga visi insan cerdas Indonesia mampu berkompetitif.⁵

Sejak tahun 2017 Kementrian dan Kebudayaan mengeluarkan kebijakan zonasi dalam sistem penerimaan peserta didik baru. Menteri Pendidikan dan

⁴ Fitri Raharjo, *Himpunan Lengkap Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional* (Jogjakarta:Saufa ,2014), 125

⁵ Tim Dosen Administrasi Pendidikan Upi, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 333

Kebudayaan Muhadjir Efendy, mengatakan melalui zonasi pemerintah ingin melakukan reformasi sekolah secara menyeluruh. “target kita bukan hanya pemerataan akses pada layanan pendidikan, tetapi juga pemerataan kualitas pendidikan,” ujar Kemendikbud dalam kegiatan sosialisasi peraturan/kebijakan bidang pendidikan dasar dan menengah tahun 2018. Zonasi merupakan salah satu strategi percepatan pendidikan yang berkualitas. Menurut Kemendikbud, kebijakan zonasi diambil sebagai respon atas terjadinya “kasta” dalam sistem pendidikan yang selama ini ada karena dilakukannya seleksi kualitas calon peserta didik dalam penerimaan peserta didik baru. Lalu pada tahun 2017 sistem zonasi unruk pertama kalinya diterapkan dalam PPDB, dan disempurnakan ditahun 2018 melalui Permendikbud Nomor 14 tahun 2018.⁶

Namun demikian, apakah artinya adaptabilitas dan apresiasi terhadap pembaharuan pendidikan jika tidak disertai dengan peningkatan kemampuan dalam mengelola perubahan yang didukung oleh perangkat manajemen pemasaran yang memadai. Tantangan berat yang berkaitan dengan sistem manajemen pemasaran pendidikan yang bersangkutan.

Ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran jasa pendidikan yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi sebagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran ialah proses transaksi untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan

⁶ Bahana Patria Gupta “Ini Alasan Kemendikbud Jalankan sistem Zonasi” Kompas, 5 Juni 2018, 4

calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan sesuai yang disepakati.⁷

Pendidikan adalah proses perubahan pola pikir, apresiasi dan pembiasaan manusia agar menjadi manusia kamil. Sekolah merupakan salah satu kelembagaan satuan pendidikan. Walaupun kebanyakan orang sering mengidentikan sekolah dengan pendidikan merupakan wahana perubahan peradapan manusia. Manakala membicarakan sistem pendidikan tidak cukup dengan hanya membahas sebatas pada sistem persekolahan.

Pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan kasad mata. Pendidikan yang laku dipasarkan adalah pendidikan yang ; (1) ada produk sebagai komoditas, (2) produk yang memiliki standar spesifikasi dan kemasan, (3) punya pangsa atau sasaran yang jelas, (4) punya jaringan dan media dan (5) tenaga pasar.⁸

Sebenarnya kita tidak perlu alergi atau takut kalau konsep bisnis dan *marketing* dibawa kedalam dunia pendidikan. Sebab konsep bisnis ini tidak semata-mata bertujuan mengajar laba, dan bersifat komersial. Pada hakikatnya konsep bisnis, berarti penekanannya pada efisiensi dan kreativitas dan menjaga kualitas. Demikian pula konsep pemasaran intinya adalah memuaskan konsumen tidak memperlakukan siswa apa adanya. Pihak manajemen sekolah

⁷ Bukhari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta, (Bandung: Alfabeta, (Bandung: Alfabeta, 2008), 69

⁸ Tim Dosen Administrasi Pendidikan Upi, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 333

mengetahui dan meneliti apa sebenarnya keinginan siswa. misalnya apakah semua siswa senang diberi kebebasan nyontek?? Kenapa ada guru yang permisif dalam pengawasannya bahkan ada yang membantu siswa dalam dalam ujian. Perbuatan semacam ini mungkin disenangi oleh para siswa. Akan tetapi tidak sesuai dengan penjaminan mutu sebuah lembaga pendidikan. Bisnis dan pemasaran bukan bekerja dengan iklan dan promosi yang mengelabui masyarakat, tidak mengumbar janji tapi mendidik dan meyakinkan masyarakat kearah yang benar dan percaya bahwa sekolah ini bermutu perkara ini sesuai dengan firman Allah pada Q.S Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أَحَلَّتْ لَكُمْ هَيْمَةَ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum yang telah dikehendaki-Nya.⁹

Jadi secara kontekstual pelaku pemasaran lembaga pendidikan, setiap yang dijanjikan seperti fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, pelayanan maupun lainnya harus benar-benar dilaksanakan. Bukan sekedar disampaikan lewat lisan, brosur, spanduk dan lainnya. hal-hal inilah yang belum dipahami selama ini sehingga orang alergi dengan konsep pemasaran.

Memang konsep pemasaran ini berasal dari Amerika, negara kapitalis sudah 87 tahun yang lalu tahun 1932 Abraham Flexner memperkenalkan

⁹ Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya , *Ayat-ayat Al-quran tentang Manajemen Pendidikan Islam* (Medan: LPPPI, 2017) 261

konsep ini untuk perguruan tinggi. Tahun 70-80an konsep ini diterima oleh masyarakat Amerika, yang sebetulnya juga mereka tentang, namun persaingan ditingkat universitas makin tajam, para calon mahasiswa punya banyak pilihan sekolah, mereka tidak bisa dikelabui dengan iklan atau dengan promosi besar-besaran.

Dalam buku pengantar Alan Thomas telah memberi *warning* kepada pengelola pendidikan bahwa dimasa yang akan datang, dimana situasi sangat cepat berubah, maka para administrator pendidikan harus mempersiapkan diri untuk lebih antisipatif karena akan banyak muncul tuntutan dari masyarakat.

Akan banyak tuntutan mengenai masalah *qualitatif aspect of live*. Oleh sebab itu akan ada permintaan agar organisasi sekolah betul-betul memperhatikan apa kehendak masyarakat itu.

Apalagi dalam masa globalisasi saat ini antar lembaga pendidikan baik pemerintah maupun swasta. Masuknya lembaga pendidikan luar negeri, ikut meramaikan kompetisi dalam dunia pendidikan. Semua ini menuntut agar lembaga pendidikan dikelola secara profesional.

Mulai sekarang sudah saatnya mulai memikirkan memilih lembaga pendidikan yang bisa menerapkan manajemen *corporate*, dan strategi pemasaran sehingga memiliki *competitive advantage*. Sehubungan lembaga pendidikan harus berusaha mencapai keunggulan dalam *positioning*, memberikan layanan prima dengan *superior customer service* menghasilkan lulusan berkualitas.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam pengelolaan madrasah. strategi pemasaran akan menghantarkan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang besar sebagaimana yang diharapkan melalui formulasi sampai implementasi secara berkala.

Strategi pemasaran merupakan kegiatan dalam menentukan cara guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pelanggan yang merupakan sasaran dalam dalam mencapai tujuan madrasah. Paradigma saat ini memandang pendidikan telah bergeser. Pada awalnya pendidikan dilihat dan dipahami dari aspek sosial, sekarang masyarakat melihat pendidikan lebih pada aspek *corporate*, ini bearti pendidikan dipandang suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan dan dibeli oleh konsumen.¹⁰

Pemasaran jasa pendidikan membutuhkan strategi yang baik agar dapat meningkatkan pengguna pada sebuah lembaga pendidikan. Elemen dari strategi pemasaran jasa terdiri dari *Overall Cost Leadership Strategy*, *Differentiation Strategy*, *Focus Strategy*.¹¹ dan *Service Marketing Mix*. *Overall Cost Leadership Strategy* ialah merancang, menawarkan produk lebih murah. *Differentiation Strategy* ialah menciptakan, menawarkan nilai yang *superior* dan unik. Sedangkan *Service Marketing Mix* merupakan bauran

¹⁰ Bukhari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta, (Bandung: Alfabeta, (Bandung: Alfabeta, 2008), 70

¹¹ Michael E. Porter, *Competitif Strategy: Tehniques For Analyzing Industries And Competitors* (Avenue Of The Americas, New York: The Free Press And Colophon Are Trademarks Of Simon & Suster Inc, 1998), 35

pemasaran jasa yang terdiri dari 3P yaitu: *People, Physical Evidence*, dan *Process*.¹²

Strategi tersebut diadopsi dari dunia bisnis dimana istilah pemasaran terfokus pada sisi kepuasan konsumen dengan memakai pemikiran yang logis jika konsumennya tidak puas maka pemasarannya gagal. Jika lembaga ingin memberikan citra yang baik dalam rangka menarik calon konsumen maka logikanya lembaga pendidikan harus mengembangkan berbagai upaya strategi pemasaran sehingga pelanggan tertarik menggunakan jasa tersebut. Bentuk pertanggung jawaban dari pemasaran adalah lembaga harus berupaya keras secara maksimal untuk mengelola dan meningkatkan kualitas lembaga pendidikan yang akan dipromosikan kepada masyarakat.

Perbaikan kualitas akan melahirkan sebuah citra positif pada lembaga pendidikan. Pencitraan adalah sebuah kesan mendalam dari sebuah proses yang telah ditangkap dan dirasakan oleh panca indra manusia. Lembaga pendidikan yang dicitrakan sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kualitas pencitraan adalah lembaga yang memiliki budaya disiplin yang kuat, memiliki kurikulum yang relevan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi modern, memiliki komonitas yang selalu menciptakan cara-cara dan teknik belajar yang kreatif, berorientasi pada *hadhr knowledge* dan *soft knowledge* yang seimbang, dan pengembangan sisiwa yang holistik.¹³

¹² Valarie A. Zethaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integreting Custumer Fokus Across The Firm* (USA: Mc Graww-Hill Education 2.Plan Plaza New York. Seven Edision, 2017). 26

¹³ M.Mursid, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta:Bumi Aksara, 2010) 35

Demikian juga Kotler, Bowen, dan Mangken's dalam Neny Yulianita indikator lembaga pendidikan yang bercitra baik adalah lembaga itu mampu menciptakan *Public Understanding* (pemahaman masyarakat), *Public Confidence* (adanya kepercayaan masyarakat bagi lembaga), *Public Support* (dukungan dari masyarakat), *Public Corporation* (adanya kerjasama bagi lembaga).¹⁴

Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso adalah lembaga yang terindikasi memiliki citra baik dimata masyarakat, hal ini terbukti Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso selalu mendedikasikan layanan pendidikan bermutu serta pengelolaan sekolah yang transparan, *akuntable* dan demokratis. Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso tetap dipercaya sebagai sekolah yang berkualitas baik, unggul dan mampu menghasilkan *output* yang mampu menghadapi tantangan zaman dimasa kini dan yang akan datang serta bisa dijadikan pelajaran berharga bagi sekolah- sekolah lain dalam rangka memajukan sekolahnya.

Selama 39 tahun MAN Bondowoso telah memberikan pelayanan jasa pendidikan kepada masyarakat dan hingga kini MAN Bondowoso tetap eksis dan mampu bersaing dengan lembaga lainnya. Hal ini tentu tidak lepas dengan strategi pemasaran yang telah diterapkan. MAN Bondowoso mempunyai keunikan tersendiri dibandingkan madrasah atau sekolah umum lainnya. MAN Bondowoso sebagai satu-satunya madrasah aliyah negeri di Bondowoso memiliki standar yang berbeda dengan sekolah / madrasah yang lainnya. Ketika beberapa Sekolah merintis

¹⁴ Neny Yulianita, *Dasar-dasar Public Relation*, (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung,2005) 47

Sekolah Berstandar Internasional (RSBI) atau Sekolah Berstandar Internasional (SBI), MAN Bondowoso justru mengembangkan Madrasah Standar Dunia Akhirat (SDA) artinya madrasah ini yang dikembangkan bukan hanya kegiatan duniawi saja tapi sangat dipentingkan adalah kegiatan ukhrowinya, bahkan program keagamaan merupakan program unggulan yang sangat diminati dan diperebutkan oleh siswa.¹⁵

Beberapa program keagamaan yang sangat kental di MAN Bondowoso adalah S3Q (Salam, Sholat, Shilaturrahim dan membaca al-Qur'an) *Singgle Sex Area*, IDB (Infaq, Disiplin, Bersih), Kelas unggulan (Kelas Tahfidz), dan PKLA (Praktek Keja Lapangan keAgamaan).

Dilihat dari tahun ketahun terdapat peningkatan jumlah peserta didik yang signifikan. Namun tidak semua dapat diterima. Hal ini disebabkan terdapat pembatasan kouta peserta didik. Animo peserta didik yang semakin meningkat membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di MAN Bondowoso. Berdasarkan keunikan MAN Bondowoso tentu saja tidak terlepas dari strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan. Selain itu, adanya peningkatan jumlah peserta didik baru mengindikasikan pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan MAN Bondowoso.¹⁶ Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui lebih mendalam terkait strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MAN Bondowoso.

¹⁵ Hambali, wawancara 17 Juni 2019

¹⁶ Nur Isa , wawancara Nur Isa , 17 Juni 2019

Berdasarkan uraian diatas, fokus permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di MAN Bondowoso.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka dalam penelitian ini memiliki beberapa fokus diantaranya:

1. Apa saja strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso?
2. Bagaimana *Marketing Mix* jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso?
3. Bagaimana implikasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran apa saja yang digunakan dalam meningkatkan layana jasa dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso
2. Untuk mendeskripsikan *marketing mix* jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

3. Untuk mendeskripsikan implikasi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

D. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso tahun Pelajaran 2018/2019 ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memeberikan kontribusi terhadap perkembangan manajemen sekolah atau madrasah tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga.
 - b. Memebangun prinsip tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga.
 - c. Memeberikan rumusan teori dan konsep tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga.
 - d. Memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan dan memperkaya kajian manajemen pendidikan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan sebagai salah satu bahan untuk menambah pengetahuan tentang penelitian dan peneulisan karya ilmiah yang baik guna sebagai bekal penulisan karya ilmiah berikutnya. Serta memeberikan wawasan yang integral terhadap disiplin ilmu yang berhubungan dengan pendidikan.

- b. Bagi lembaga Institut Agama Islam Negeri Jember penelitian ini diupayakan memperkaya khasanah intelektual dan mengembangkan tradisi pemikiran di Institut Agama Islam Negeri Jember
- c. Bagi pihak Madrasah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif untuk terus mempertahankan eksistensinya dan sebagai bahan masukan konstruktif dalam meningkatkan kualitas layanan citra madrasah.
- d. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan mampu menamabah wawasan dan informasi terkait dengan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan citra lembaga di tingkat madrasah aliyah serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lain yang akan dilakukan.

E. Defini Istilah

Sebuah karya ilmiah sangat perlu untuk mendefinisikan istilah-istilah menjadi hal yang penting dalam judul penelitian, hal ini untuk menghindari persepsi yang menyimpang dari tujuan penulisan sebuah karya ilmiah, adapun yang dapat didefinisikan dalam karya ini adalah:

- 1. Strategi Pemasaran:** upaya memasarkan produk atau jasa dengan menggunakan pola rencana dan taktik jitu agar dapat berhasil menjual banyak dari apa yang dijual.
- 2. Jasa Pendidikan:** seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pendidikan yang mengutamakan pelayanan dalam prosesnya..

3. **Kualitas Layanan:** Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen berupa jasa atau produk pendidikan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi ekspektasi konsumen.
4. **Citra Lembaga** merupakan kesan, impresi perasaan atau konsepsi masyarakat dari pengalaman, perasaan, kepercayaan, terhadap sebuah lembaga pendidikan.

Berdasarkan definisi istilah, maka peneliti dapat menyimpulkan **“Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga”** adalah kegiatan spesifik berupa program unik dan layanan yang berkualitas yang dilakukan lembaga madrasah dalam mempertahankan dan meningkatkan kesan serta impresi positif masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan tesis yang mulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif bukan seperti daftar isi.

Bab I pendahuluan yang membahas tentang konteks penelitian yaitu landasan penulis mengapa tertarik mengkaji topik dalam penelitian ini. Fokus masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II kajian pustaka meliputi kajian penelitian terdahulu serta kajian teori. Fungsi dari bab ini adalah sebagai landasan teori pada bab berikutnya guna menganalisa data yang diperoleh dari penelitian.

Bab III membahas metode penelitian meliputi rancangan penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, tempat penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur penelitian, analisis data dan keabsahan data. Metode penelitian merupakan acuan yang harus diikuti guna menjawab pertanyaan dalam fokus penelitian.

Bab IV berisi tentang penyajian data dan analisis data. Pada bab ini akan dijelaskan tentang gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data serta temuan dan penelitian lapangan.

Bab V berisi tentang pembahasan, pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan hasil temuan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga.

Bab VI penutup meliputi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta saran-saran yang bersifat konstruktif. Selanjutnya tesis ini diakhiri daftar rujukan dan lampiran-lampiran sebagai pendukung didalam pemenuhan kelengkapan data tesis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan aktifitas meneliti, tampaknya penulis sudah melakukan beberapa studi pustaka yang mana bertujuan membandingkan keterkaitan dan perbedaan dengan peneliti-peneliti sebelumnya.

1. Afga Sidiq Rifai, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga 2014, dengan judul Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam di SMP Muhammadiyah Salam Magelang, fokus penelitian ini adalah bagaimana manajemen pemasaran di Islam di SMP Muhammadiyah Salam Magelang, temuan yang ada pada penelitian ini adalah aktivitas pemasaran yang sudah sesuai dengan ilmu manajemen, yang terlihat dari adanya pemasaran secara berkala, serta hambatan pemasaran yang terjadi terindikasi dari belum terbrandingnya sekolah secara produk dan lembaga yang mengakibatkan kurang peminat dari kalangan masyarakat.¹⁷
2. Qiyadah Robbaniyah, program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga 2014, dengan judul Pemasaran Perguruan Tinggi STIKES Madani Yogyakarta, fokus penelitian ini adalah bagaimana konsep dan implementasi manajemen pemasaran di perguruan tinggi. Temuan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah konsep pemasaran STIKES Madani

¹⁷Afga Sidiq Rifai, Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam: Study Kasus Di Smp Muhammadiyah Magelang, Tesis (Yogyakarta: PPS UIN Sunan Kalijaga, 2014)

adalah membentuk tim marketing, kegiatan manajemen pemasaran berlandaskan etika dan nilai-nilai Islam, kegiatan pemasaran berpedoman pada moment time. Sedangkan pada implementasi pemasarannya adanya strategi pemasaran dengan diawali identifikasi pasar, teknik pemasaran yang dilakukan berbeda pada tiap tingkatannya. Adapun faktor penghambat dalam implemetasi pemasaran yaitu sistem manajemen yang masihberubah-ubah.¹⁸

3. Sudiati dengan judul Manajemen Pemasaran Pendidikan SDIT Annida Purwokerto, penelitian ini lebih mengarah pada bagaimana manajmen strategi pemasaran pendidikan yang menghasilkan beberapa temuan penelitian diantaranya; penetapan tujuan, sasaran, dan rencana kegiatan pemasaran, peorganisasian strategi pemasaran dibawah tanggung jawab LPI Annida , evaluasi strategi pemasaran berupa menjaga kepuasan pelanggan,faktor pendukung strategi pemasaran adalah motivasi dan loyalitas SDM pada lembaga itu, sedangkan faktor penghambat pada strategi pemasaran ini adalah keterbatasan dana, sarana prasaran sekolah masih dalam tahap pengembangan dan keterbatasan kemampuan teknologiinformasi.¹⁹

4. Dedik Fathul Anwar dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini mengarah pada bagaimana

¹⁸ Qiyadah Robbaniyah, Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Di Stikes Madani Yogyakarta, Tesis (Yogyakarta PPS, UIN Sunan Kalijaga, 2014

¹⁹ Sudiadi, Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan SDIT Annida Purwokerto, Tesis Yogyakarta:PPS UIN Sunan Kalijaga, 2010

strategi pemasaran, implementasi dari strategi pemasaran serta faktor pendukung dan penghambat dari implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta, yang menghasilkan beberapa temuan penelitian diantaranya: *Pertama* strategi pemasaran yang digunakan terdiri dari dua cara yaitu strategi pemasaran langsung berupa pemanfaatan IT, media cetak dan elektronik, pemasaran tidak langsung berupa optimalisasi kegiatan madrasah dimasyarakat melalui profil alumni. *Kedua* implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan, merumuskan *targeting* dan *positioning* membuat taktik pemasaran dengan menonjolkan nilai lebih yaitu menunjukkan brand yang dimiliki muallimin, *Ketiga* faktor pendukung dan penghambat dari implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat layanan pendidikan di madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta, faktor pendukung dari implementasi strategi pemasaran adalah sekolah yang langsung berada dibawah naungan pusat Muhammadiyah, melalui segmen yang jelas dan kepercayaan masyarakat dan alumni masih tergolong tinggi. Sedangkan faktor penghambat dari implementasi strategi pemasaran adalah tidak memiliki tim khusus promosi, madrasah tersebut belum memiliki konsep yang sistematis dalam hal pemasaran jasa pendidikan, tidak ada evaluasi sebagai bahan perbaikan dalam menyusun strategi pemasaran jasa pendidikan selanjutnya.²⁰

²⁰Dedik Fathul Anwar, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat

5. Qomaruddin Dwi Antoro dengan judul Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebun Aren Klaten dari penelitian tersebut menghasilkan beberapa temuan yaitu: penerapan konsep manajemen pemasaran terdapat 7 elemen pokok yakni penentuan produk atau *output* yang orientasinya pada kebutuhan masyarakat, penetapan biaya pendidikan, lokasi sekolah yang strategis, pelibatan semua komponen sekolah dalam melakukan promosi sekolah, *professionalisme* tenaga pendidik dan pendidikan, dan sarana prasarana yang lengkap. Serta faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen pemasaran dalam meningkatkan mutu di MI Muhammadiyah Basin. Faktor pendukung berasal dari sumber daya manusia, sarana dan prasarana, kegiatan promosi dan biaya. Sedangkan faktor penghambat banyaknya dari pesaing baru, pendidik yang berstatus tidak tetap, dan sosialisasi yang kurang efektif.
6. Esti Winarni dengan judul Pemasaran Strategik JASA Pendidikan sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa Di MIN Tempel Yogyakarta. Dari penelitian tersebut menghasilkan beberapa temuan. *Pertama*: pemasaran strategik jasa pendidikan sebagai upaya meningkatkan kepuasan siswa dimulai dari menganalisis faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT kemudian mengidentifikasi dan memilih strategi. *Kedua*: kepuasan siswa dapat dicapai menggunakan prinsip AIDA+S (*Attention, Interest, Desire, Action* dan *Satisfaction*) yang didapat oleh *stakeholder*.

7. Rohmitriasih Hendyat Soetopo dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di SD Laboratorium Malang. Yang menghasilkan beberapa temuan penelitian, *Pertama*: perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan disusun oleh kepala sekolah dan para wakil sekolah berupa rencana strategis dan program kerja humas yang bertujuan mengungkap segala keunikan yang ada di lembaga tersebut. *Kedua*: Implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan program sekolah unggulan yang diterapkan dengan memaksimalkan layanan melalui pembelajaran yang *real* dan memberi kepuasan kepada peserta didik dan pelanggan pendidikan. *Ketiga*: Pemecahan masalah strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, pemecahan masalah dalam strategi pemasaran telah direncanakan sebelumnya dapat berjalan dengan lancar salah satu bentuknya adalah pelayanan maksimal kepada pelanggan jasa pendidikan sekolah melakukan evaluasi berupa binas dan memberikan pemahaman tentang pembelajaran *cambridge* bagi tenaga kependidikan dan non kependidikan.
8. Suvidian Elytasari dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* di TK Amal Insani Depok Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut menghasilkan beberapa temuan, pertama: perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di TK Amal Insani Depok Yogyakarta dilakukan beberapa tahap yaitu analisis sekolah

menggunakan analisis SWOT, analisis kompetitor sekolah dan strategi pemiliha pasar. Wujud dari perencanaan strategi pemasaran adalah menentukan bauran pemasaran yang terdiri dari 7P menawarkan produk yang berkualitas dengan pelayanan pembelajaran yang berbasis sentra dan kegiatan ekstrakurikuler yang disesuaikan dengan minat dan bakat anak, menetapkan harga yang bersaing dengan lembaga lain dan lokasi yang strategis. Kedua; penerapan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* di TK Amal Insani Depok Yogyakarta adalah melalui pemasaran internal yakni mengembangkan SDM dengan memberikan pelatihan kepada guru dengan mengirimkan guru ke TK percontohan DIY, memberikan reward kepada guru yang terbaik, memberikan perhatian kepada guru yang sakit, memwadhahi keinginan guru melalui pertemuan rutin. Pemasaran eksternal yaitu menyediakan guru-guru yang berkualitas, sarana dan prasarana yang memadai, memfasilitasi semua aspek kebutuhan anak melalui pembelajaran ekstrakurikuler. Pemasaran interaktif adanya pelayanan yang ramah tamah kepada pelanggan *stakeholder*.

9. Afidatun Hasanah dengan judul Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden yang menghasilkan beberapa temuan penelitian yaitu: *Pertama*: implementasi bauran pemasaran yang ada di lembaga beberapa tersebut diawali dari pengelolaan sekolah yang terdiri dari modal produktif, sarana pengembangan manusia, dan wisata pendidikan, serta metode pembelajaran yang digunakan adalah tauladan

memeberikan contoh aplikatif, pembiasaan, outboun, dan magang.

Kedua: memiliki standar kelulusan berupa akhlaqul karimah, logika ilmu pengetahuan, kepemimpinan dan kewirausahaan.

10. Ngaripin dengan judul model Staregi Pemasaran Pendidikan SMK Plus As-Salafiyah Krangkeng Indramayu Jawa Barat. Hasil penelitian tersebut menunjukkan SMKPlus As-Salafiyah Krangkeng Indramayu Jawa Barat.*Pertama:* Sebelum menggunakan model strategi yang ditarapkan langkah awal adalah memebuat perencanaan dengan menganalisis beberapa faktor sasaran pasar diantaranya adalah faktor lingkungan, analisis faktor pasar, analisis faktor kemampuan internal, dan analisis faktor perilaku konsumen. *Kedua:* Implentasi pemasaran internal melalui pengadaan karyawan yang berkualitas, pembagian kerja yang jelas, pengarahan yang berkesinambungan, pengendalian dan pemberian kompensasi. Dan strategi pemasaran eksternal yaitu dengan memberikan pelayanan yang prima kepada siswa dan masyarakat serta menjalin *teamwork* yang baik antar komponen pendidikan.

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Afga Sidiq Rifai Manajemen pemasaran pendidikan di SMP Muhammadiyah salam magelang Pemasaran perguruan tinggi STIKES Madani	Mengkaji pemasaran pendidikan	Model dari implementasi strategipemasaran yang digunakan berbeda	Aktivitas pemasaran yang sesuai dengan ilmu manajemen, terlihat dari adanya pemasaran secara berkala, serta hambatan pemasaran yang

	Yogyakarta Tahun 2014			terjadi terindikasi dari belum terbrandingnya sekolah secara produk dan lembaga yang mengakibatkan kurang peminat dari kalangan masyarakat.
2.	Qiyadah Rabbaniyah Pemasaran perguruan tinggi STIKES Madani Yogyakarta Tahun 2014	Mengulas strategi pemasaran pendidikan	Konsep pemasaran lebih menekankan pada etika dan nilai islam	Model strategi pemasaran membentuk tim marketing, kegiatan manajemen pemasaran berlandaskan etika dan nilai-nilai Islam, kegiatan pemasaran berpedoman pada <i>moment time</i> . pada implementasi pemasarannya adanya strategi pemasaran dengan diawali identifikasi pasar, teknik pemasaran yang dilakukan berbeda pada tiap tingkatannya. Adapun faktor penghambat dalam implenetasi pemasaran yaitu sistem manajemen yang masihberubah-ubah.
3.	Sudiadi Manajemen pemasaran pendidikan SDIT An-Nida Purwokerto Tahun	Mengkaji pemasaran pendidikan	implenetasi strategi pemasaran lebih menekankan pada	Strategi pemasaran berupa menjaga kepuasan pelanggan, faktor pendukung strategi pemasaran adalah

	2010		penetapan sasaran ,tujuan dan rencana kegiatan.	motivasi dan loyalitas SDM pada lembaga itu, sedangkan faktor penghambat pada strategi pemasaran ini adalah keterbatasan dana, sarana prasaran sekolah masih dalam tahap pengembangan dan keterbatasan kemampuan teknologi informasi
4.	Dedik Fathul AnwarManajemen pemasaran pendidikan SDIT An-nida Purwokerto Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layana Pendidikan Di Madrasah Muallimin Muhammmadiyah Yogyakarta Tahun 2016	Mengulas strategi pemasaran secara langsung dan tidak langsung	Langkah dan model stategi pemasaran yang digunakan berbeda	strategi pemasaran yang digunakan terdiri dari dua cara yaitu strategi pemasaran langsung berupa pemanfaatan IT , media cetak dan eletronik, pemasaran tidak langsung berupa optimalisasi kegiatan madrasah dimasyarakat melalui profil alimni. implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan, merumuskan targeting dan positioning membuat taktik pemasaran dengan menonjolkan nilai lebih yaitu menunjukkan brand
5.	Qomaruddin Dwi Antoro Manajemen Pemasaran dalam	Mengkaji beberapa pendekatan	Mempiorita skan dari tujuh	Penerapan konsep manajemen pemasaran terdapat

	Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebun Aren Klaten Tahun 2017	dalam manajemen pemasaran yang digunakan	elemen pokok pemasaran	7 elemen pokok yakni penentuan produk atau output yang orientasinya pada kebutuhan masyarakat, penetapan biaya pendidikan, lokasi sekolah yang strategis, pelibatan semua komponen sekolah dalam melakukan promosi sekolah, profesionalisme tenaga pendidik dan ependidikan, dan sarana prasarana yang lengkap. Serta faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen pemasaran dalam meningkatkan mutu di MI Muhammadiyah Basin. Faktor pendukung berasal dari sumber daya manusia, sarana dan prasarana, kegiatan promosi dan biaya. Sedangkan faktor penghambat banyaknya dari pesaing baru, pendidik yang berstatus tidak tetap, dan sosialisasi yang kurang efektif.
6.	Esti Winarni Pemasaran Strategik	Mengkaji pemasaran	Analisis SWOT dan	pemasaran strategik jasa

	JASA Pendidikan sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa Di MIN Tempel Yogyakarta Tahun 2017	strategik	prinsip prinsip aida+S (<i>Attention, Interest, Desire, Action dan Satisfaction</i>)	pendidikan sebagai upaya meningkatkan kepuasan siswa dimulai dari menganalisis faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT kemudian mengidentifikasi dan memilih strategi. <i>Kedua:</i> kepuasan siswa dapat dicapai menggunakan prinsip aida+S (<i>Attention, Interest, Desire, Action dan Satisfaction</i>) yang didapat oleh <i>stakeholder</i> .
7.	Rohmitriasih Hendyat Soetopo Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di SD Laboratorium Malang Tahun 2017	Mengulas strategi pemasaran jasa pendidikan	Fungsi strategi pemasaran dalam meningkatkan loyalitas pelanggan	Perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan disusun oleh kepala sekolah dan para wakil sekolah berupa rencana strategis dan program kerja humas yang bertujuan mengungkap segala keunikan yang ada di lembaga tersebut. <i>Kedua:</i> Implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan

				<p>loyalitas pelanggan program sekolah unggulan yang diterapkan dengan memaksimalkan layanan melalui pembelajaran yang <i>real</i> dan memberi kepuasan kepada peserta didik dan pelanggan pendidikan. <i>Ketiga:</i> Pemecahan masalah strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, pemecahan masalah dalam strategi pemasaran telah direncanakan sebelumnya dapat berjalan dengan lancar salah satu bentuknya adalah pelayanan maksimal kepada pelanggan jasa pendidikan sekolah melakukan evaluasi berupa binaan dan memberikan pemahaman tentang pembelajaran <i>cambridge</i> bagi tenaga kependidikan dan non kependidikan</p>
8.	Suvidian Elytasari Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan	Mengkaji strategi pemasaran jasa pendidikan	Mengulas Peran strategi pemasaran dalam	<p>analisis SWOT, analisis kompetitor sekolah dan strategi pemilihan pasar.</p>

	Kepercayaan <i>Stakeholder</i> di TK Amal Insani Depok Yogyakarta Tahun 2017		meningkatkan kepercayaan dan model strategi pemasaran yang digunakan berbeda.	Wujud adri perencanaan strategi pemasaran adalah menentukan bauran pemasaran yang terdiri dari 7P menawarkan produk yang berkualitas dengan pelayanan pembelajaran yang berbasis sentra dan kegiatan ekstrakurikuler yang disesuaikan dengan minat dan bakat anak, menetapkan harga yang bersaing dengan lembaga lain dan lokasi yang strategis.
9.	Afidatun Hasanah Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden Tahun 2017	Mengulas jasa pemasaran pada marketing mix	Lebih membahas pada pendekatan mutu dari marketing mix	pemasaran yang ada di lembaga beberapa mrsebut diawali dari pengelolaan sekolah yang terdiri dari modal produktif, saran pengembangan manusia, dan wisata pendidikan, serta metode pembelajaran yang digunakan adalah tauladan memberikan contoh aplikatif, pembiasaan, outboun, dan magang
10	Ngaripin dengan judul model Staregi Pemasaran	Mengkaji strategi pemasaran	Model strategi pemasaran	Implentasi pemasaran internal melalui pengadaan

	Pendidikan SMK Plus As-Salafiyah Krangkeng Indramayu Jawa Barat Tahun 2017	jasa pendidikan.	yang digunakan berbeda yaitu eksternal dan internal	karyawan yang berkualitas, pembagian kerja yang jelas, pengarahan yang berkesinambungan, pengendalian dan pemberian kompensasi. Dan strategi pemasaran eksternal yaitu dengan memberikan pelayanan yang prima kepada siswa dan masyarakat serta menjalin teamwork yang baik antar komponen pendidikan.
--	--	------------------	---	--

B. Kajian Teori

1. Konsep Pemasaran Pendidikan

Pemasaran adalah istilah yang tak asing lagi ditelinga publik, namun istilah pemasaran lebih dikenal didunia industri. Namun demikian istilah pemasaran sudah diadopsi kedunia pendidikan atau *non profit oriented* yang berorientasi pada pemberian jasa bukan barang.

Pemasaran berasal dari bahasa inggris yaitu *marketing*, pemasaran tidak hanya menawarkan barang akan tetapi lebih kepada tawaranjasa. Pemasaran didalamnya terdapat beberapa kegiatan seperti halnya membeli, menjual dengan berbagai macam cara mengangkut barang, menyimpan , menyortir, dan lain sebagainya. sehingga dikenal sebagai fungsi-fungsi *marketing*.

Pemasaran memiliki pengertian yang beragam para tokoh mendefinisikan diantaranya;

Kotler mengatakan “ *Marketing is the proses of the defining, anticipating, and creating, customer need and want, and oforganizing all the resources of the company to satisfy them at greates prifit to the company and to the costumer*”²¹

Maksud dari pendapat Kotler adalah pemasaran adalah proses mendefinisikan, mengantisipasi, dan menciptakan, kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan mengatur semua sumber daya perusahaan untuk memuaskan mereka pada harga yang sesuai dengan perusahaan dan pelanggan.

Sependapat dengan Goerge Brooker menyatakan pemasaran adalah “ *to assume marketing is merely selling or merely promotion is not only to mis understanding the consep of marketing it also makes the long-run survival of the organization unlikely*”.²²

Maksud dari pendapat George Brooker diatas adalah menganggap pemasaran hanyalah penjualan atau sekadar promosi tidak hanya untuk salah memahami konsep pemasaran, juga membuat kelangsungan hidup jangka panjang organisasi menjadi tidak mungkin.

Begitu pula Owen mengungkapkan “*selling is the persuading or influencing of a audience, with a goal expects them to conform to what the institution relieves a righ. Marketing is consumer oriented and is associated with serving other*”.²³

Maksud pernyataan Owen tersebut adalah penjualan adalah membujuk atau mempengaruhi audiens, dengan tujuan mengharapkan

²¹Philip Kotler Dan Gerry Amstrong, *Marketing An Introducion .Thrit Edition* (Ney Jersey:Prentice- Hall, Ins, 2003), 8.

²² George Brooker, Dan Michel Noble, *Costumer Relationship Managamant.* (John Wiley Dan Sons : Canada 1985),192

²³ John W,R. Owen Chambell Danphilip R.F, *Marketing Maching The Student To The Collage* (Collage And University:Summer ,1977:593

mereka menyesuaikan diri dengan apa yang dilembagakan oleh lembaga. Pemasaran berorientasi pada konsumen dan dikaitkan dengan melayani orang lain ”

Lebih jelas Kotler mengemukakan bahwa “*The marketing concept to me means that one man is responsible for all phases of marketing; selling new products for his markets, market planning, market research, and advertising to help speed up sales*”²⁴.

Konsep pemasaran menurutnya adalah satu orang bertanggung jawab atas semua fase pemasaran; menjual produk baru untuk pasarnya, perencanaan pasar, riset pasar, dan iklan untuk mempercepat penjualan.

Sehingga ketika akan menerapkan *marketing* harus membuat perencanaan terlebih dahulu. Intinya penerapan pemasaran tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba perusahaan atau lembaga akan tetapi bagaimana menciptakan kepuasan bagi pelanggan sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder* atas mutu dari outputnya. Penerapan *marketing* yang seperti ini harus memperbaiki fondasi-fondasi (*image building*), diantaranya perhatian pada kualitas yang ditawarkan (*quality offered in core service*), serta jeli melihat segmentasi dan penentuan sasaran (*carefull market segmentation and targeting*).

Konsep *marketing* tidak berorientasi asal barang habis tanpa memperhatikan sesudahnya, berorientasi jangka panjang yang lebih menekankan pada kepuasan konsumen, dimana *marketing* itu sendiri adalah suatu usaha bagaimana memuaskan, memenuhi *need and wants* dari konsumen, *need* itu merupakan kebutuhan akan hal yang dirasakan kurang

²⁴ Philip Kotler, *Marketing Management. The Millenium Edition* (Ney Jersey: Prentice –Hall, Ins, 2003), 7

oleh konsumen yang harus segera dipenuhi, sedangkan *wants* adalah keinginan suatu kebutuhan yang sudah dipengaruhi dari berbagai faktor seperti daya beli, pendidikan, agama, keyakinan, *family* dan lain sebagainya.

Demikian halnya dengan pemasaran jasa pendidikan beberapa ahli memberikan pengertian diantaranya Kotler mengatakan pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain secara lebih luas dikemukakan bahwa:

“Marketing management is the analysis, implementation, and control of program designed to bring desired exchanges with target markets for the purpose of achieving organizations offering in term of the target market’s need and desired and using effective pricing, communication, and distribution to inform, motivate, and service the market.”²⁵

Maksud dari pendapat Kotler diatas adalah Manajemen pemasaran adalah analisis, implementasi, dan kontrol program yang dirancang untuk membawa pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk berbagai penawaran organisasi yang berhasil adalah syarat dari kebutuhan pasar sasaran yang sudah lenyap dan menggunakan harga, komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi, dan melayani pasar.

Khususnya dalam pemasaran pendidikan John.R. Silber yang dikutip bukharu Alma mengatakan bahwa:

²⁵ Philip Kotler, *Marketing Management. The Millenium Edition* (Ney Jersey: Prentice –Hall, Ins, 2003), 8

“Marketing ethics deal with avoiding the dubiously legitimized dishonesties of some commercial advertising and we should hope that institutions are supplied with the qualities of intellect and character as well.”²⁶

Dengan kata lain bahwa etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Tidak jauh beda George Brooker mengemukakan”Most well managed organizations today, wheather profit or non profit recognize the importance of implementing formal marketing programs”²⁷.

Maksud dari pendapat Brooker tersebut adalah Sebagian besar organisasi yang dikelola dengan baik saat ini, baik laba maupun non laba, mengakui pentingnya menerapkan program pemasaran formal.

Kemudian Lockhart menyatakan bahwa pemasaran pendidikan atau pemasaran sekolah adalah:

”School marketing is a way of doing things that ekspresses, to students, parents, staff members, and that the comonity the school or district, as public supported institusion, is dedicat to serving the educational needs of the comonity to the highes degree posible”²⁸.

Maksud dari pendapat Lockhart diatas ialah pemasaran sekolah lebih jauh dari melakukan hal-hal mendesak kepada siswa, orang tua siswa, anggota staf dan komonitas di sekolah, karena lembaga yang didukung

²⁶ Bukhari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan:Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima* (Bandung:Alfabeta, (Bandung:Alfabeta, (Bandung:Alfabeta, 2008), 63

²⁷ George Brooker, Dan Michel Noble, *Costumer Relationship Managamant* (John Wiley Dan Sons : Canada 1985),192

²⁸Johanna Lockhart, *How To Market Your Scholl: A Guide Marketing, Commonication, And Public Relation For School Administrators*, (Publised In Patnership With National School Public Relations Association: Rowman & Littlefield Publisers,Inc(Lamhan. New York ,Toronto, Plimounth,UK,2011), 1

publik berdedikasi untuk melayani kebutuhan pendidikan masyarakat hingga tingkat setinggi mungkin.

Dari beberapa pendapat tokoh diatas terkait dengan definisi pemasaran jasa pendidikan penulis mengkonklusi pemasaran jasa pendidikan adalah proses sosial dan manajerial baik oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran atau pertukaran produk berupa mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh yang bernilai dengan pelanggan pendidikan (siswa dan masyarakat).

2. Strategi Pemasaran Pendidikan

Strategi pemasaran dalam bidang pendidikan terdapat dua konsep yang perlu dipertimbangkan diantaranya: (1) *Distincative Compatence* yaitu tinadakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pada pesaing. (2) *Competitive Advantage* yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya, melalui strategi *Overall Cost Leadership Strategy, Differentiation Strategy dan Focus Strategy*, yang merupakan pilihan strategi lembaga pendidikan untuk merebut peluang pasar.²⁹

²⁹Michael E.Porter, *COMPETITIF STRATEGY:Techniques For Analyzing Industries And Competitors* (Avenue Of The Americas, New York: The Free Press And Colophon Are Trademarks Of Simon & Suster Inc, 1998), 35.

STRATEGIC ADVANTAGE

Uniqueness Perceived by the costumer *Low Cost Position*

<i>Differentiation</i>	<i>Overall Cost Leadership</i>
<i>Focus</i>	

Gambar: Tree Generic Strategies

a. Overall Cost Leadership Srtaegy

Michael E.Porter, menjelaskan *Overall Cost Leadership Strategy* atau strategi biaya rendah terpimpin adalah:

“ *A cost leadership strategy can sometimes revolutionize an industry in which the historical bases of competition have been other wise and competitor are ill-prepared either perseptually or economically to take the steps necessary for cost minimization.*³⁰

Maksud dari pernyataan diatas adalah strategi efisiensi seluruh biaya pendidikan sehingga lebih menarik konsumen daripada pesaing yang menawarkan biaya tinggi. Strateg mengifisiensikan seluruh biaya pendidikan ini fokusnya pada pemanfaatan fasilitas yang sudah ada, sehingga tidak menarik biaya yang tinggi pada *consumer*.

Jadi dalam strategi ini kualitas produk yang hampir sama dengan pesaing, organisasi dapat memberikan harga yang lebih murah.

³⁰Michael E.Porter, *COMPETITIF STRATEGY:Techniques For Analyzing Industries And Competitors*.....36

b. Differentiation Strategy

Menurut Michael E. Porter *Differentiation Strategy* atau strategi differensiasi adalah:

*Differentiating the product or service offering of the firm, creating something, that is perceived industry wide as being unique. Approaches to differentiating can take many form : design or brand image, customer service or other dimensions. Ideally, the firm differentiates it self a long several dimensions.*³¹

Maksud pernyataan diatas strategi differensiasi adalah strategi memeberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh kompetitor. Strategi differensiasi mengisyaratkan lembaga pendidikan mempunyai jasa atau fasilitas yang berkualitas ataupun fungsi yang membedakan lembaga itu dengan pesaing. Strategi differensiasi dilakukan dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Sebagai contoh persepsi mengenai keunggulan program, inovasi pendidikan, layanan prima, dan *brand image* yang lebih unggul.

c. Focus Strategy

Strategi *Focus* menurut Michael E. Porter merupakan *focus strategy is built around serving a particular target very well, and aech functional policy is developed with this in mind.*³²

Strategi fokus adalah strategi menggarap suatu target khusus. Strategi fokus biasanya dilakukan untuk fasilitas ataupun jasa yang memang mempunyai karakteristik dan kepentingan khusus. Beberapa

³¹Michael E.Porter, *COMPETITIF STRATEGY:Techniques For Analyzing Industries And Competitors*.....37

³²Michael E.Porter, *COMPETITIF STRATEGY:Techniques For Analyzing Industries And Competitors*.....38

fasilitas seperti halnya hanya fokus ditargetkan untuk kelas atas sehingga semua fasilitasnya memberikan benefit dan fungsi sesuai dengan aturan yang ada. Fasilitas yang fokus pada target untuk kelas atas biasanya selalu mensyaratkan kriteria-kriteria yang disesuaikan dengan aturan.

Terdapat tiga unsur yang diperlukan untuk membuat strategi pemasaran menurut Kotler diantaranya:

- 1) Strategi target pasar yang memutuskan segmen pasar mana yang akan menjadi target pasarnya. Segmen pasar tersebut terfokus pada segmen dimana permintaan melebihi penawaran.³³ Dalam hal ini lembaga perlu membagi pasar pendidikan menurut karakteristik, demografi, psikografi, dan perilaku siswa. Dengan demikian lembaga dapat lebih mudah menentukan strategi pemasaran jasa pendidikan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pasar.
- 2) Strategi posisi kompetitif, pada strategi ini mendasarkan pada penyediaan serta keistimewaan dan kekuatan yang relatif yang dimiliki oleh insutusi yang dapat memastikan tingkat kompetitif.
- 3) Strategi bauran pemasaran yang digunakan dalam analysis adalah konsep 7P yang terdiri dari 4P tradisional, yaitu: Produk/jasa, (*Product*), Harga jasa (*Price*), Lokasi (*Plece*), dan Promosi jasa (*Promotion*).³⁴ Zeithaml dan Bitner menyatakan khusus untuk pemasaran jasa, dengan konsep 3P yaitu: SDM lembaga (*People*),

³³ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bob Sabran (Jakarta:Erlangga, 2014),18

³⁴Kotler, *Manajemen Pemasaran* Edisi Tiga Belas Jilid I (Jakarta:Erlangga, 2014) 32

bukti fisik /sarana dan prasarana lembaga pendidikan (*Physical Evidence*), dan proses / manajemen layanan (*Process*).³⁵

3. *Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa)*

Jasa merupakan aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lainnya dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Jasa tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, berubah-ubah dan tidak tahan lama. Setiap karakteristik mempunyai masalah dan memerlukan strategi. Pada pemasaran jasa pendekatan strategis diarahkan pada kemampuan pemasar menemukan cara untuk mewujudkan yang tidak berwujud, meningkatkan produktivitas penyedia yang tidak terpisahkan dari produk itu, membuat standar kualitas sehubungan dengan adanya variabilitas dan mempengaruhi gerakan permintaan dan pemasok kapasitas mengingat sifat jasa yang tidak tahan lama.

Secara umum strategi pemasaran jasa pendidikan diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan, secara keseluruhan, tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, akan tetapi pemasaran internal untuk memotivasi guru atau karyawan dan pemasaran interaktif untuk menciptakan keahlian penyedia jasa.

Pemasaran dalam bidang pendidikan menghasilkan kepuasan peserta didik serta kesejahteraan stakeholder lembaga pendidikan dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit. Hal ini berlaku bagi lembaga pendidikan yang bergerak dibidang industri jasa pendidikan maupun industri jasa non pendidikan. Sekalipun terdapat kesamaan tujuan pada kedua jenis industri tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang berbeda untu masing-masing jenis industri.

³⁵ Valarie A. Zethaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integreting Customer Fokus Across The Firm* (USA: Mc Graww-Hill Education 2.Plan Plaza New York. Seven Edision, 2017). 26

Kotler dan Amstrong menjelaskan definisi bauran pemasaran ialah sebagai berikut³⁶ *Marketing Mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objective in the target market.*³⁶

Maksud dari pendapat Kotler dan Amstrong di atas bauran pemasaran ialah sekumpulan alat pemasaran yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.

Kemudian Zeithaml dan Bitner menyatakan definisi dari bauran pemasaran ialah *Marketing mix defined as the element an organizations controls that can be used to satisfy or communicate with customer. These elements appear as core decisions variables and any marketing text or marketing plan.*³⁷

Bauran pemasaran jasa pendidikan ialah elemen-elemen organisasi pendidikan yang dapat dikontrol oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan peserta didik yang akan dipakai untuk memberikan kepuasan pada peserta didik.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *service marketing mix* ialah unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan atau lembaga dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif sekaligus memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Program kinerja bauran pemasaran jasa (*Service Marketing Mix*) merupakan salah satu alat pemasaran jasa yang utama untuk mencapai tujuan organisasi. Program tersebut merupakan fungsi yang memiliki kontak besar dengan lingkungan eksternal. Program bauran pemasaran jasa memainkan peranan yang sangat urgen sebagai bagian dari strategi dan kebijakan organisasi untuk mewujudkan kepuasan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesetiaan

³⁶Philip Kotler Dan Gerry Amstrong, *Principle Of Marketing* .(Prentice Hall,11 Edition New York 2006),43

³⁷Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integreting Customer Fokus Across The Firm* ,.....26

pelanggan. Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler menjelaskan berikut bauran pemasaran untuk jasa adalah:

a. Sumber Daya Manusia (*People*)

Sumber Daya Manusia adalah semua orang atau pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personel penyedia jasa, pelanggan dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut.

Hal ini relevan dengan pendapat Zeithaml dan Bitner mengenai *People* ialah; “*All human actors who play a part in service delivery and thus influence the buyer’s perceptions: namely, the firm’s personnel, the customer, and other customers in the service environment*”³⁸.

Pernyataan di atas memberi pengertian bahwa semua aktor manusia yang berperan dalam memberikan layanan pengiriman dan dengan demikian mempengaruhi persepsi pembeli: yaitu, personel perusahaan, pelanggan, dan pelanggan lain dalam lingkungan layanan. Pengertian tersebut sejalan dengan Alma bahwa, *people* adalah orang yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen.³⁹ Dari kedua pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan sumber daya manusia adalah semua orang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau lembaga yang terlibat dalam proses penyampaian produk atau jasa kepada konsumen.

³⁸Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Fokus Across The Firm* ,.....26

³⁹Bukhari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. (Bandung: Alfabeta, 2008), 73

b. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Zeithalm dan Bitner mendefinisikan bukti fisik sebagai “*The environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact, and any tangible components that facilitate performance or communication of the service.*”⁴⁰

Maksudnya, bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana jasa disampaikan kepada konsumen dan merupakan tempat dimana perusahaan atau lembaga pendidikan dapat berinteraksi dengan konsumen dan didalamnya terdapat komponen-komponen berwujud yang akan memfasilitasi kinerja atau proses komunikasi dari suatu jasa. Lebih lanjut Alma menjelaskan bahwa melalui bukti fisik konsumen akan melihat kenyataan dari benda-benda yang menghasilkan jasa tersebut. Berdasarkan kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bukti fisik merupakan elemen-elemen berwujud yang akan memfasilitasi kinerja dimana konsumen akan melihat kenyataan dari benda-benda yang menghasilkan jasa tersebut.⁴¹ Pada lembaga pendidikan bukti fisik merupakan suatu lingkungan dimana sekolah dan siswa dapat berinteraksi dan didalamnya terdapat komponen berwujud yang mendukung kinerja atau komunikasi dari jasa pendidikan tersebut. Dalam proses penyampaian pendidikan kepada siswa lembaga pendidikan, lembaga pendidikan harus memperhatikan gaya begunannya yaitu kesesuaian antara segi estetika dan fungsionalnya sebagai lembaga pendidikan. Serta fasilitas

⁴⁰ Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Fokus Across The Firm*,..... 26

⁴¹ Bukhari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. (Bandung: Alfabeta, 2008), 73

penunjangnya seperti kelengkapan sarana pendidikan, peribadahan, olahraga dan keamanan. Jadi pada prakteknya, dalam penyampaian jasa pendidikan yang tidak berwujud kepada siswa akan selalu melibatkan adanya produk-produk pendukung yang berwujud misalnya dengan menyediakan buku-buku diperpustakaan yang selalu *up to date*, memberikan kemudahan bagi siswa untuk mencari buku-buku yang mereka butuhkan diperpustakaan, dan penyediaan tempat yang kondusif baik untuk membaca maupun berdiskusi.

c. Proses(*Process*)

Zeithaml dan Bitner mendefinisikan proses sebagai; “*the actual procedures, mechanisms, and flow activities by which the service is delivered- the service delivery and operating system.*”⁴²

Maksudnya, proses merupakan suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Sementara itu, Alama menyatakan bahwa proses terjadi diluar pandangan konsumen.⁴³ Proses ini terjadi karena dukungan karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan dengan lancar. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa proses merupakan suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen, dimana proses ini sangat berkaitan dengan sumber daya

⁴² Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integreting Customer Fokus Across The Firm* (USA: Mc Graww-Hill Education 2.Plan Plaza New York. Seven Edision, 2017). 26

⁴³ Bukhari Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. (Bandung: Alfabeta, 2008), 73

manusia yang akan menyampaikan suatu jasa kepada konsumen. Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut dapat dinyatakan bahwa proses atau layanan manajemen lembaga pendidikan merupakan serangkaian kegiatan yang dialami siswa selama dalam pendidikan, seperti proses belajar mengajar, sampai wisuda dan lain sebagainya.

4. Layanan Jasa Pendidikan

a. Karakteristik Jasa Pendidikan

Kotler seorang ahli pemasaran menjelaskan pengertian jasa adalah "A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product"⁴⁴.

Maksud pernyataan di atas adalah setiap tindakan oleh satu pihak pada pihak yang lain, yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Selanjutnya Zaithaml dan Bitner memberikan definisi jasa adalah: "Include all economic activities whose output is non-physical product or construction, is generally consumed at the time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, timeliness, comfort of health) that are essentially intangible concerns of its first purchaser."⁴⁵

Maksud dari pernyataan Zaithaml dan Bitner mendefinisikan jasa adalah seluruh aktifitas ekonomi dan output selain produk dan pengertian fisik dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan

⁴⁴Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 1 Edisi Kesembilan, Terj.S.Gunawan (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003), 428.

⁴⁵Valarie A. Zaithaml, Mary Jo Bitner Dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Fokus Across The Firm* (USA: Mc Graw-Hill Education 2. Plan Plaza New York. Seven Edision, 2017).4

memberi nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.

Sedangkan Stanton memberikan definisi jasa adalah; *“Service are identifiable, intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide want-satisfaction to customers.”*⁴⁶

Pernyataan Stanton diatas memaparkan bahwa jasa adalah aktivitas-aktivitas yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud yang merupakan objek utama dari transaksi yang dirancang untuk menyediakan kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan.

Kemudian Lovelock dan Wright menyatakan jasa adalah *“A service is an act or performance offered by one party to another, although the process may be tied to a physical product, the performance is essentially intangible and does not normally result in ownership of any of the factors of production”*.⁴⁷

Maksud dari pernyataan diatas adalah jasa merupakan suatu tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, walaupun prosesnya kadang terkait dengan produk fisik, yang kinerjanya pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan dari salah satu faktor produksi.

Dari keempat definisi diatas maka penulis mengambil kesimpulan bahwa pendidikan sebagai produk jasa, merupakan suatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan bantuan produk fisik dimana

⁴⁶William J. Stanton, *Fundamentals Of Marketing* (Singapore:Mc.Graw-Hill Internasional, 2002), 573.

⁴⁷ Chirtoples Lovelock And Lauren Wright. *Prinsiples Of Service Marketing And Manajement*. (USA: Mc Graww-Hill Education 2.Plan Plaza New York. Seven Edision, 2017). 2

proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat yang tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik jasa diantaranya adalah: Kotler mengemukakan bahwa jasa mempunyai empat ciri utama yaitu:

- 1) Tidak berwujud, sehingga konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum membelinya. Untuk mengurangi ketidak pastian maka konsumen mencari informasi tentang jasa tersebut.
- 2) Tidak terpisah dimana jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan atau lembaga jasa.
- 3) Bervariasi, dimana jasa seringkali berubah-ubah tergantung siapa, kapan dan dimana menyajikannya
- 4) Mudah musnah, jasa tidak bisa dijual pada masa yang akan datang.⁴⁸

Sedangkan Baterson mengemukakan terdapat 8 karakteristik jasa diantaranya adalah:

- 1) Jasa tidak dapat dikonsunsi dan disimpan pada saat dihasilkan
- 2) Jasa tergantung pada waktu
- 3) Jasa bergantung pada tempat
- 4) Konsumen merupakan bagian integral dari proses produksi jas

⁴⁸ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terj. Bob Sabran (Jakarta:Erlangga, 2014),18

- 5) Setiap orang atau pun yang berhubungan dengan konsumen mempunyai andil dalam memberikan peranan.
- 6) Perubahan pada konsep kemanfaatan
- 7) Karyawan penghubung merupakan bagian dari proses produksi jasa
- 8) Kualitas jasa tidak dapat diprbaiki pada saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara *real time*.

Pendidikan merupakan produk yang berupa jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud (*more intangible than tangible*)
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*)
- 3) Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standardized and uniform*)

Dan seperti yang dikemukakan oleh Dan Steinhoff “ *The raw material of services is people*”. Bahan baku untuk menghasilkan jasa ialah orang, yang memiliki ciri khas yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, pepatah mengatakan tidak ada manusia yang memiliki persamaan bahkan anak kembar sekalipun. Hal itulah yang menjadikan dasar bahwa pelayanan jasa pendidikan antara satu dengan yang lainnya berbeda.⁴⁹

⁴⁹TIM DOSEN ADMINISTRASI PENDIDIKAN UPI, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 335-336

Dengan melihat karakteristik tersebut, jasa pendidikan diterima setelah melakukan interaksi dengan penghubung yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini menjelaskan bahwa keberhasilan pendidikan sangat tergantung pada siapa, kapan dan dimana proses tersebut terlaksana.

b. Bentuk Layanan Jasa Pendidikan

Bentuk layanan yang ada dilembaga pendidikan ada dua diantaranya:

- 1) Layanan Pokok yaitu pemenuhan kebutuhan yang berhubungan dengan pelayanan peserta didik disekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah dibantu oleh para personel profesional sekolah yang dipekerjakan pada sistem sekolah adalah sebagai berikut: (1) personel pelayanan pengajaran terdiri dari orang-orang yang bertanggung jawab pokoknya ialah mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain. (2) personel pelayanan administrasi meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personel lain dalam operasi sekolah serta bagian-bagiannya, (3) pelayanan fasilitas sekolah meliputi tenaga-tenaga perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratotium bahasa, ahli-hali teknik yang terlibat mengajar atau fungsi melayani peserta didik. (4) personel pelayan siswa meliputi spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan,

nasehat medis dan pengobatan, *testing* dan penelitian, penempatan kerja dan tindak lanjut serta koordinasi kegiatan siswa.

- 2) Layananan Bantu, perubahan dinamika masyarakat seperti yang dialami saat ini, sekolah merupakan pemegang peranan penting, dengan memberikan pelayanan yang diharapkan dari sekolah antara lain: (a) Pelayanan perpustakaan salah satu pembelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa, sekolah mempunyai fungsi penting sebagai jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan. Perpustakaan memberi kontribusi penting bagi terbukanya bagi ilmu pengetahuan. (b) Pelayanan gedung dan halaman sekolah, hal ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan pemeliharaan yang terus menerus untuk menjamin kondisi gedung sekolah yang paling baik. Sehingga dapat menciptakan suasana belajar yang nyaman, melindungi barang-barang milik sekolah dan memajukan citra masyarakat yang sesuai. (c) Pelayanan kesehatan dan keamanan, tujuan penting pendidikan disekolah adalah kesehatan fisik dan mental, maka sekolah memperkenalkan program pendidikan jasmani dan kesehatan. Maka perhatian sekolah diarahkan pada terciptanya kesehatan yang lebih baik dan lingkungan fisik yang lebih membantu bagi proses belajar.⁵⁰

⁵⁰Oteng Sutisno, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Angkas. 1985) 65

c. Mutu Layanan Jasa Pendidikan

Pelayanan adalah inti dari transaksi dibidang jasa. Sebab layanan merupakan aktivitas yang ditawarkan oleh pihak penyelenggara jasa kepada konsumen atau penyelenggara jasa kepada konsumen atau pemakai jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan dalam menerima layanan menjadi kehendak pada setiap konsumen atau penerima layanan.

Tjiptono mendefinisikan kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi.⁵¹ Sehingga definisi kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi ekspektasi konsumen.

Kotler mengatakan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.⁵²

Sementara kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-

⁵¹Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama (Jogjakarta: Andi Offset, 2001), 34

⁵² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisa, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 83

nyata mereka teriama dengan pelayanan yang sesungguhnya terhadap atribut-atribut pelayanan lembaga pendidikan, jika jasa yang diterima melebihi harapan kosumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

d. Kriteria Layanan Jasa Pendidikan

Komponen-komponen yang dapat dijadikan kriteria kulaitas layanan pada jasa pendidikan adalah sebagai berikut:

1) Layanan Sekolah

Lembaga pendidikan sebagai organisasi yang memberikan layanan warga sekolah utamanya bagi siswa sebagai pelanggan utamanya. Layanan ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a) Layanan intrakuriuler, layanan ini dapat diberikan dengan cara ditingkatkannya pembelajaran yang kondusif seperti perbaikan strategi pembelajaran, kurikulum dan jadwal pembelajaran.
- b) Layanan ekstrakurikuler, bentuk layanan yang mendukung kegiatan intrakurikuler sehingga memberikan kemanfaatan serta peningkatan ilmu pengetahuan dan keterampilan siswa. Misalnya menciptakan keragaman kegiatan seperti seperti *club extra* (Bola, karate, dan pengembangan bahasa asing) kegiatan keagamaan dan kesenian.
- c) Layanan administrasi, merupakan layanan yang paling penting untuk meningkatkan dan memberi dampak iklim sekolah yang

profesional. Layanan ini terkait dengan upaya untuk menciptakan sistem administrasi yang profesional seperti layanan SPP, surat-menyurat, administrasi keuangan, administrasi kesiswaan serta administrasi untuk kebersihan.⁵³

2) Tenaga Pendidik dan Kependidikan

Sumber daya manusia adalah unsur yang paling urgen dalam organisasi sekolah. Unsur tersebut meliputi, guru, staff, dan siswa. Kualitas sumber daya manusia adalah penentu proses pendidikan yang berkualitas pula. Sumber daya yang berkualitas dan profesional berimplikasi pada upaya tercapainya tujuan lembaga pendidikan. Inilah yang menjadi alasan, berbagai cara untuk meningkatkan kualitas guru, staf dan siswa sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan.⁵⁴

3) Sarana dan Prasarana

Berkenaan dengan standarisasi kualitas sarana dan prasarana dalam pelaksanaan pendidikan adalah komponen yang tidak kurang penting. Sekalipun merupakan piranti pendukung namun esensinya sangat menunjang tercapai tidaknya mutu pendidikan yang efektif dan efisien. Sarana dan prasarana pendidikan mencakup juga alat-alat bantu dalam pembelajaran.

Umumnya berbentuk perangkat keras yang dibutuhkan untuk kelancaran pembelajaran. Misalnya, papan tulis, dan

⁵³Bukhari Alma Dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima* (Bandung:Alfabeta, 2009),227-228.

⁵⁴Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara,2013),171.

perlengkapannya, serta media pelajaran seperti OHP, Radio, TV, dan LCD.⁵⁵

4) Akuntabilitas

Merupakan bagian integral dari proses kegiatan sekolah baik secara internal maupun eksternal. Akuntabilitas merupakan pengukuran kinerja dan aktivitas-aktivitas untuk memenuhi standar mutu sehingga termasuk menilai akuntabilitas yaitu kemampuan sekolah untuk memfokuskan diri kepada kebutuhan pelanggan, kekuatan sekolah yang memfokuskan diri pada pelanggan akan memberikan layanan pendidikan yang prima.⁵⁶ Mogatroyd dan Morgan menyatakan faktor utama sekolah yang mempunyai kinerja tinggi adalah terdiri dari; Budaya atau iklim sekolah, Kebudayaan dan sistem sekolah, dan partisipasi orang tua siswa.

5) Perbaikan Mutu Secara Berkelanjutan

Komitmen dan upaya sekolah dalam melakukan perbaikan secara terus menerus terhadap mutu sekolah menjadi perhatian semua komponen sekolah. Karena sekolah adalah sebuah organisasi pendidikan yang dituntut untuk memperbaiki sumber daya secara berkesinambungan sehingga mutu pendidikan akan mengalami peningkatan secara berkelanjutan.⁵⁷

⁵⁵Tim Dosen Administrasi Pendidikan Upi, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2013), 335-336.

⁵⁶ Nurzazin, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan Teori Dan Aplikasi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 24.

⁵⁷ Mogatroyd And Morgan, *Total Quality Management And The School* Pheldephia: (University Press, 1993), 21.

Menurut Sallis mutu pendidikan berkaitan erat dengan peran manajer sekolah. Manajer sekolah mengkomunikasikan visi dan misi, mengembangkan budaya mutu, serta memperdayakan guru, staf, dan murid. Ia juga berpendapat sekolah yang mengembangkan budaya mutu memiliki fungsi utama yaitu:

- a) Memiliki visi dan misi terpadu bagi institusi
- b) Memiliki komitmen yang tinggi terhadap proses mutu
- c) Mengkomunikasikan pesan mutu
- d) Memastikan kebutuhan pelanggan menjadi pusat pijakan dan praktek institusi
- e) Berhati-hati dalam menanggapi persoalan institusi yang muncul
- f) Memimpin inovasi dalam institusi
- g) Memperdayakan perkembangan staf
- h) Memastikan struktur organisasi mampu mendefinisikan tanggung jawab dan pendelegasian tugas secara tepat.
- i) Memiliki komitmen untuk menghadapi tantangan baik bersifat organisasional dan budaya.
- j) Membangun tim yang efektif
- k) Mengembangkan mekanisme yang tepat untuk mengawasi dan mengevaluasi kesuksesan.⁵⁸

⁵⁸ Adward Sallis, *Total Quality Management In Education*, (Edisi Indonesia), Jogjakarta (Ircisod), 173.

5. Konsep Pencitraan pada Lembaga Pendidikan

a. Citra lembaga pendidikan

Istilah pencitraan awalnya muncul dan banyak digunakan pada dunia industri bergeser ke dunia pendidikan. Keberadaan globalisasi merupakan pemicu terjadinya peminjaman istilah pada tiap bidang. Sehingga istilah citra produk yang dihasilkan oleh industri digunakan pula pada sektor pendidikan. Akan tetapi yang membedakan adalah pada industri hasil produk adalah berupa barang sedangkan pada bidang pendidikan merupakan pelayanan jasa berupa output atau lulusan.

Kotler mendefinisikan citra adalah” *An image is the sum of beliefs, ideas and impressions that person has an object*”.⁵⁹.

Maksud dari pernyataan Kotler di atas memiliki arti ”sejumlah keyakinan ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap objek”.

Tidak jauh beda Huddleston menyatakan citra adalah: “*Image is a set of belief that persons associate with. An image is acquired through experience*”.⁶⁰

Maksud dari pernyataan Huddleston adalah seperangkat keyakinan yang diasosiasikan dengan orang. Sebuah gambar diperoleh melalui pengalaman.

Demikian pula Levy menyatakan citra adalah “ *image is an interpretation, a set of inference, and reactions, it is a symbol because it is not the object it self, but refers to it and stands for it. And addition to the physical reality of product, brand an*

⁵⁹Philip Kotler, *The Function Of School Administration* (New York: Nytnew Lettermarc, 2000),17.

⁶⁰Huddlestone, Jr. Thomas, *Marketing, The Aplycation Quistionairre*, (Collage And Uiversity:1976), 361

*organization, the image includes its meanings, the beliefs, attitudes, and feelings that have come to be attached to it.*⁶¹

Maksud dari pernyataan Levy adalah citra merupakan interpretasi sejumlah pengetahuan dan reaksi-reaksi, hal tersebut merupakan simbol karena hal tersebut bukan merupakan objek itu sendiri tetapi merujuk kepada objek tersebut. Selanjutnya bukti fisik produk, merek dari organisasi, citra termasuk arti kepercayaan sikap dan perasaan-perasaan terhadap sesuatu.

Dari beberapa definisi diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa citra adalah impresi, perasaan, atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang, atau mengenai lembaga. Citra ini tidak dapat dicetak seperti mencetak barang dipabrik, tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan, pemahaman, seseorang tentang sesuatu.

Citra ini akan diperhatikan oleh publik dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut lain. *Image* atau citra dibentuk berdasarkan impresi, pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu sehingga akhirnya membangun suatu sikap mental. Sikap mental ini nanti dipakai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Karena citra dianggap mewakili totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu. Lembaga pendidikan dan juga lembaga non profit lainnya mencari dana untuk menjalankan organisasi. Dana

⁶¹Levy . *Marketing Imagination* , (London:The Free Press, Collier Mcmillan, Publ, 1997) 170

ini diperoleh dari orang-orang yang berhubungan dengan organisasi. Oleh sebab itu agar dana lebih mudah mengalir, maka perlu dibentuk citra yang baik terhadap organisasi. Masalah citra ini pada seseorang bisa saja tidak tepat, karena yang dialami tidak sama dengan yang dialami orang lain. disinilah perlunya organisasi harus setiap saat memberi informasi yang diperlukan oleh publik.

Banyak cara dapat dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan, baik melalui daya tarik fisik sekolah ataupun melalui daya tarik akademik, *religius* dan lain sebagainya. Misalnya lembaga membenahi sekolah bagian yang menghadapi jalan raya, sehingga setiap unit orang yang lewat depan sekolah merasa tertarik dan sewaktu-waktu ingin masuk kesekolah serta, kerja sama dengan media massa, mereka diundang dan kepada mereka ditawarkan jika mereka memerlukan berita-berita mengenai pendidikan, dan mengadakan peringatan-peringatan hari besar keagamaan dengan mengundang masyarakat luar sekolah, dan even-even lainnya.

Bedasarkan uraian diatas maka sekolah harus menciptakan citra positif dihati masyarakat. Sehingga dengan demikian masyarakat dapat memberi keputusan untuk mendaftarkan putra dan putri mereka masuk kesekolah bersangkutan. Pemupukan citra ini tidak hanya dalam waktu singkat, sebab publik sifatnya sangat sensitif dan kritis. Citra

terhadap suatu lembaga pendidikan terbentuk berdasarkan banyak unsur yang terkumpul dalam bentuk komponen.

Komponen-komponen ini menurut Huddleston dalam Alma antara lain, *academic reputation* (reputasi akademik), *school appearance* (penampilan sekolah), *cost* (biaya), *personal attention* (perhatian pribadi), *location* (lokasi), *career placement* (penempatan karir), *social activities* (kegiatan sosial), *program study and size* (ukuran dan program studi).⁶²

Semua komponen yang akan menimbulkan daya tarik ini, yang nantinya akan membentuk citra terhadap lembaga pendidikan seharusnya mendapatkan perhatian khusus bagi manajemen sekolah.

b. Implikasi Strategi Pemasaran bagi Pencitraan Lembaga Pendidikan

Peran pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra yang baik bagi lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh sebab itu pemasaran harus berorientasi pada pelanggan yang dalam konteks sekolah disebut dengan siswa. Dini sekolah perlu mengetahui bagaimana calon siswa melihat sekolah atau madrasah yang akan dipilihnya.

Untuk memilih sekolah pada dasarnya calon siswa selalu dihadapkan pada pilihan tentang berbagai sekolah yang ada. Dari

⁶² Bukhari Alma Dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta, 2009), 129

berbagai pilihan tersebut siswa akan memilih dari berbagai pilihan yang tersedia.

Kotler, Bowen, dan Mangken's dalam Neny Yulianita indikator lembaga pendidikan yang bercitra baik adalah lembaga itu mampu menciptakan *Public Understanding* (pemahaman masyarakat), *Public Confidence* (adanya kepercayaan masyarakat bagi lembaga), *Public Support* (dukungan dari masyarakat), *Public Corporation* (adanya kerjasama bagi lembaga).⁶³

a. *Public Understanding* (pemahaman masyarakat)

Makin majunya perkembangan masyarakat diisyaratkan dengan makin majunya tuntutan masyarakat terhadap perkembangan lembaga pendidikan, sehingga tidak menutup kemungkinan bagi lembaga yang tidak dapat mengakomodasi tujuan masyarakat tersebut maka tidak mustahil akan berdampak pada pengucilan lembaga atau dengan kata lain lembaga tersebut akan mati bersamaan dengan memudarnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Tumbuh kembangnya kepercayaan masyarakat mengisyaratkan pula atas desakan kebutuhan lembaga untuk semakin berkembang guna menjawab tantangan serta kebutuhan masyarakat sehingga pada gilirannya masyarakat akan menentukan pilihan lembaga mana untuk diberikan kepercayaan mendidik masyarakat peserta didik. Desakan kebutuhan masing-masing baik

⁶³ Neny Yulianti, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung, 2005) 47

lembaga ataupun masyarakat tentu berbeda walaupun pada prinsip dasarnya memiliki kesamaan yakni mencerdaskan kehidupan anak bangsa yakni mendidik manusia seutuhnya dan cita-cita ini akan nampak hanya sebagai angan-angan jika antara masyarakat dan lembaga pendidikan tidak terjalin komunikasi dengan baik. Sehingga lazim dikatakan keduanya merupakan *simbiosis mutualisme*, yakni sebagai satu keharusan yang menyatukan visi dan misi diantaranya keduanya sehingga satu dengan yang lainnya tidak dapat melepaskan diri. Secara umum sekolah dengan masyarakat liki tujuan yang hendak dicapai yakni berupa peningkatan mutu pendidikan, sehingga pada gilirannya masyarakat akan merasakan dampak langsung dari kemajuan tersebut. Adapun tujuan yang lebih kongkrit hubungan sekolah dengan masyarakat antara lain: (1) guna meningkatkan kualitas pembelajaran dan perkembangan peserta didik, (2) berperan dalam memahami kebutuhan masyarakat yang sekaligus menjadi desakan yang dirasakan saat ini, (3) berguna dalam mengembagkan program-program sekolah kearah yang lebih maju dan lebih bumi agar dapat dirasakan langsung oleh masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan.⁶⁴

⁶⁴Neny Yuliati, *Dasar-Dasar Public Relation*....., 47

b. *Public Confidence* (adanya kepercayaan masyarakat bagi lembaga).

Lembaga pendidikan selalu mengadakan kontak hubungan yang disebut dengan *supra system*. Kontak hubungan ini dibutuhkan untuk menjaga agar sistem atau lembaga tidak mudah punah atau mati. Hanya sistem terbuka yang memiliki usaha terus menerus untuk menghalangi kemungkinan terjadinya kepunahan. Sekolah yang tidak mempunyai nama baik dimata masyarakat dan akhirnya mati adalah sekolah yang tidak mampu membuat hubungan baik dengan masyarakat pendukungnya. Sebaliknya sekolah yang mengadakan kontak hubungan masyarakatnya akan bertahan lama dan maju. Untuk mencapai akuntabilitas sekolah terhadap masyarakat, komunikasi perlu terjalin dengan sebaik mungkin, sebab dengan informasi yang diperoleh melalui komunikasi, masyarakat dan sekolah berusaha untuk satu sama lain. Melalui hal itu tercipta transparansi yang memberikan kepada sekolah kerangka akuntabilitas yang baik. Transparansi dan akuntabilitas pada gilirannya akan melahirkan rasa saling percaya. Rasa saling percaya akan timbul manakala masing-masing pihak bisa diprediksi oleh pihak lain. kedua belah pihak harus bersikap terbuka dan jujur. Sikap terbuka dan jujur inilah yang akan melahirkan rasa saling percaya. Siakap saling percaya akan membuat hubungan sekolah dengan masyarakat menjadi harmonis. Keharmonisan ini jika dipertahankan dalam waktu lama

akan membuahakan rasa saling memiliki *sense of belongin* masyarakat terhadap sekolah. jika masyarakat sudah merasa memiliki sekolah, maka masyarakatpun akan merasa ikut bertanggung jawab terhadap sekolah.⁶⁵

c. *Public Support* (dukungan dari masyarakat).

Peran masyarakat sangat penting, sebagai salah satu elemen pendukung terwujudnya pendidikan berbasis masyarakat sehingga, manfaat kehadiran pendidikan benar-benar dirasakan masyarakat. Salah satu bentuk peran masyarakat adalah melakukan pemberdayaan masyarakat dengan memperluas partisipasi masyarakat dalam pendidikan yang meliputi peranserta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pendidikan. Masyarakat tersebut dapat berperan sebagai sumber, pelaksana, pengguna hasil pendidikan. Oleh karena itu masyarakat berhak melaksanakan pendidikan yang berbasis masyarakat, dengan mengembagkan dan melaksanakan kurikulum dan evaluasi pendidikan, serta manajemen dan pendanaannya sesuai dengan standart pendidikan nasional. Dan pendidikan berbasis masyarakat dapat bersumber dari penyelenggara masyarakat, pemerintah daerah dan sumber lainnya. Demikian juga pendidikan yang berbasis masyarakat dapat memperoleh bantuan teknis, subsidi

⁶⁵Neny Yuliati, *Dasar-Dasar Public Relation*....., 48

dana, dan sumber dana lain secara adil dan merata dari pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Partisipasi masyarakat tersebut kemudian dibentuk dalam dewan pendidikan dan komite sekolah. Dewan pendidikan adalah lembaga pendidikan yang beranggotakan berbagai unsur masyarakat yang peduli terhadap pendidikan, sedangkan lembaga pendidikan adalah lembaga yang terdiri dari unsur orang tua, komunitas serta tokoh masyarakat yang peduli pendidikan. Dewan pendidikan berperan dalam peningkatan mutu layanan pendidikan, dengan memberikan pertimbangan, arahan dan dukungan tenaga sarana dan prasarana serta pengawasan pendidikan dalam tingkat nasional, provinsi dan kabupaten yang tidak mempunyai hubungan hirarkis. Sedangkan peningkatan mutu layanan ditingkat satuan pendidikan dan peran tersebut menjadi tanggung jawab komite sekolah.⁶⁶

d. *Public Corporation* (adanya kerjasama bagi lembaga).

Dengan rasa memiliki masyarakat terhadap sekolah, komunikasi sekolah dalam rangka kerja sama sekolah dengan masyarakat akan menjadi lebih lancar. Bentuk kerja sama dan partisipasi masyarakat dalam bidang pendidikan dapat bermacam-macam baik berbentuk materi maupun non material. Bentuk non material misalnya aktifnya anggota masyarakat dalam kelembagaan komite sekolah melalui pemberian saran dan ide-ide

⁶⁶Neny Yulianita, Dasar-Dasar Public Relation....., 49

tentang pengembangan sekolah sedangkan dalam bentuk materi berupa sumbangan masyarakat kepada sekolah. Kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam bidang pendidikan memerlukan kesadaran masyarakat akan arti penting peran mereka dalam peningkatan kualitas pendidikan. Untuk menghasilkan kerjasama dan partisipasi yang tinggi, pertama kali sekolah harus menyadarkan masyarakat akan peran mereka dalam dalam pembangunan pendidikan. Setelah kesadaran itu tercapai, sekolah harus melakukan komunikasi intensif dengan masyarakat agar kesadaran masyarakat berbuah dukungan.⁶⁷

Telah tersepakati bahwa personal-personal luar amat menentukan apa yang diputuskan, faktor personal meliputi kognisi, motif, dan sikap. Kognisi ialah kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki, motif juga mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, sikap juga tidak kalah penting menjadi faktor lainnya. Faktor diluar personal yang menentukan pilihan adalah kesan, impresi, atau konsep yang ada pada orang tersebut mengenai sekolah, objek atau lembaga lainnya.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Levy citra adalah *“image is an interpretation, a set of inference, ang reactions, it is a symbol because it is not the object it self, but referrr to it and stands for it. And addition to the physical reality of product, brand an organization, the image includes its meanings, the beliefs, attitudes, and feelings that have come to beatteched to it.”*⁶⁸

⁶⁷Neny Yulianita, *Dasar-Dasar Public Relation.....*, 48

⁶⁸Levy. *Marketing Imagination* , (London:The Free Press, Collier Mcmillan, Publ, 1997) 170

Maksud dari pernyataan tersebut adalah citra merupakan interpretasi sejumlah pengetahuan dan reaksi-reaksi, hal tersebut merupakan simbol karena hal tersebut bukan merupakan objek itu sendiri tetapi merujuk kepada objek tersebut. Selanjutnya bukti fisik produk, merek dari organisasi, citra termasuk arti kepercayaan sikap dan perasaan-perasaan terhadap sesuatu.

Jadi citra dibentuk berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu, sehingga akhirnya terbangun sikap mental yang nantinya akan dipakai sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan, maka citra dianggap sebagai totalitas pengetahuan seseorang terhadap sesuatu.

Pemasaran sebaiknya dilakukan berdasarkan perencanaan yang matang dan tujuan yang jelas, senada dengan pernyataan Drucker dalam Muhaimin yang memeberikan langkah-langkah untuk persaingan dengan menggunakan pemasaran yaitu:

- 1) Tujuan diidentifikasi secara jelas yang didalamnya meliputi, hasil, proses, dan juga strategi.
- 2) Menyusun rencana-rencana pemasaran dan usaha pemasaran untuk masing-masing kelompok sasaran meningkatkan komonikasi baik kedalam maupun keluar serta melakukan pelatihan.

3) Mendaftarkan kebutuhan logistik yang dibutuhkan.⁶⁹

Pernyataan diatas mengisyaratkan bahwa sekolah harus mampu menyusun program layanan pendidikan yang berorientasi kepada masyarakat sebagai pangsa pasar sekaligus berusaha mempengaruhi masyarakat yang menyesuaikan dengan kebutuhan sekolah. Oleh sebab itu, segala hal manajemen dalam memasarkan sekolah dianggap penting untuk memajukan sekolah.

Drucker dalam Muhaimin mengemukakan tiga kontrol dan evaluasi pada sekolah yang notabennya sebagai organisasi nirlaba adalah sebagai berikut;

- 1) Rencana kontrol tahunan, meliputi *monitoring* pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa *volume* penjualan tahunan dan keuntungan tercapai.
- 2) Kontrol probabilitas terdiri dari determinasi probabilitas yang aktual dari pemasaran yang dilakukan, seperti halnya kesesuaian layanan yang telah ada dengan kebutuhan dimasyarakat, segmen pasar, promosi dan lain sebagainya. dengan melakukan kontrol ini akan ditemukan titik kelemahan dalam melaksanakan pemasaran
- 3) Audit pemasaran, yang bertujuan untuk menganalisis tujuan pemasaran, strategi, sistem, yang diadaptasi secara optimal dan lingkungan tujuan pemasaran yang telah diramalkan.⁷⁰

⁶⁹Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasi Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan sekolah/Madrasah* (Jakarta:Kencana.2011), 109.

Lembaga pendidikan ditekankan menciptakan citra positif dimata masyarakat yang akhirnya membawa masyarakat itu tertarik mendidik anak- anaknya ke lembaga pendidikan tersebut.

6. Konsep Islam Tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Kualitas Layanan dan Pencitraan Lembaga Pendidikan

a. Konsep Islam Tentang Strategi Pemasaran

Ada beberapa etika pemasaran yang menjadi prinsip-prinsip syariah *marketing* dalam fungsi pemasaran pertama, harus memiliki kepribadian spiritual, seorang pelaku pemasaran dalam menjalankan bisnisnya harus dilandasi sikap taqwa dengan selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana sedang sibuk melayani konsumen hendaknya sadar penuh dalam *responsive* terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta kesadaran akan Allah hendaknya menjadi *driving force* dalam segala tindakan sesuai dengan firman Allah dalam Surat at-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kepada Allah dan hendaknya kamu bersama orang-orang yang benar.(Q.S At-taubah :119).⁷¹

Kedua, etika dalam melakukan fungsi pemasaran adalah menempati janji dan tidak curang sebagai mana firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:

⁷⁰ Muhaimin,... 110

⁷¹Rahmat Hidayat Dan Candra Wijaya , *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam* (Medan: LPPPI, 2017) 261

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أَحَلَّتْ لَكُمْ بَيْمَاتُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿٣٨٨﴾

Artinya; Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.⁷²

Sikap pembisnis yang selalu menempati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pedagang lainnya, janji yang dimaksudkan dalam hal ini adalah melakukan transaksi ketika menjanjikan barang yang dijual itu barang yang baik, kondisi juga tidak jauh beda dengan pemasaran lembaga pendidikan. Setiap sesuatu yang dijanjikan seperti fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler maupun lainnya harus benar-benar dilaksanakan, bukan sekedar disampaikan lewat lisan, brosur spanduk dan lainnya tetapi juga harus terwujud secara aplikatif. Hingga para pelaku pemasaran tidak akan menyampaikan sesuatu yang tidak pernah ada dalam lembaga pendidikan tersebut.

b. Konsep Islam tentang Kualitas Layanan

Prinsip mengutamakan kepuasan dan memenuhi kepuasan pelanggan, sebagaimana Allah SWT berfirma dalam surat Al-Syura ayat 181-182 yang berbunyi:

⁷²Rahmat Hidayat Dan Candra Wijaya , *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam* (Medan: LPPPI, 2017) 261

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٧١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ

الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٧٢﴾

Artinya: sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan. dan timbanglah dengan timbanga. yang lurus.

Ayat ini menjelaskan bahwa orang yang beriman diperintahkan untuk mencukupkan takaran dan menimbang dengan betul, hak orang lain jangan diambil serta jangan membuat kerusakan dimuka bumi artinya pelanggan akan puas dengan jika perusahaan sesuatu yang merugikan pelanggan. Salah satunya adalah dengan meningkatkan pelayanan prima atau produk yang melebihi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

Begitu juga dalam dunia pendidikan harus memahami bahwa setiap produk pendidikan mempunyai pelanggan. Setiap anggota dari pendidikan adalah *supplier* dan *costumer*. Lembaga pendidikan akan dinilai berkualitas jika mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan internal dan eksternal, maka dari itu lembaga pendidikan di tuntut untuk bisa memberikan pelayanan yang baik, manajemen yang transparan, terjalin komunikasi antar warga sekolah dan mampu mencetak peserta didik sesuai dengan konsep pendidikan islam unggul dalam pengetahuan dan berahlaqul karimah.

c. Konsep Islam Tentang Pencitraan Lembaga Pendidikan

Citra sekolah atau madrasah adalah implikasi positif dari peningkatan kualitas madrasah itu sendiri, ini berarti menuntut harus ada kinerja yang secara optimal terealisasi. Sejalan dengan ajaran ikhsan sebagaimana firman Allah dalam surat An- Nahl ayat 90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.⁷³

Dari ayat tersebut diperintahkan oleh Allah untuk berbuat ikhsan semata-mata mengharap keridhoannya. Citra sekolah yang merupakan implikasi dari peningkatan kualitas, kualitas merupakan realisasi dari ajaran islam, yaitu perilaku ikhsan berbuat baik kepada semua pihak. Termasuk melayani siswa dan masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan. Oleh karena itu layanilah siswa dan masyarakat sebaik mungkin, tak terkecuali, perbaikan kualitas harus dilakukan seoptimal mungkin karena itu akan melahirkan sebuah citra positif pada lembaga pendidikan. Pencitraan adalah sebuah kesan mendalam dari sebuah proses yang telah ditangkap dan dirasakan oleh panca indra manusia. Lembaga pendidikan yang dicitrakan sebagai

⁷³Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya, *Ayat-ayat Al-quran tentang Manajemen Pendidikan Islam* (Medan: LPPPI, 2017) 261

lembaga pendidikan yang memiliki kualitas pencitraan adalah memiliki budaya disiplin yang kuat, memiliki kurikulum yang relevan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi modern, memiliki komunitas yang selalu menciptakan cara-cara dan teknik belajar yang kreatif.

C. Kerangka Koseptual



IAIN JEMBER

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu paradigma penelitian alamiah yaitu berusaha untuk menemukan teori dengan cara mengeksplorasi data-data yang berasal dari dunia nyata, yaitu data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian yang dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso yang sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dikonseptualisasi menjadi sebuah teori teori tertentu.

Pendekatan kualitatif ini digunakan untuk mendeskripsikan dan mengungkap fenomena dan peristiwa secara murni yang terkait dengan fokus penelitian yaitu tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso serta berupaya menemukan unsur-unsur atau pengetahuan yang belum ada dalam teori yang berlaku terkait dengan fokus penelitian tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Yaitu suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses, mengolah pengertian dan pengalaman yang mendalam dari individu, kelompok atau situasi. Penelitian studi kasus memusatkan perhatian pada satu objek tertentu yang diangkat sebagai sebuah kasus untuk dikaji

secara mendalam. Penelitian model studi kasus lebih menekankan kedalaman pemahaman atas masalah yang diteliti.⁷⁴

Studi kasus dalam penelitian ini maksudnya, peneliti berusaha menemukan makna yang sebenarnya dari informasi terkait strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso. Karena studi kasus (*Case Study*) merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, kelompok, serta organisasi satu program kegiatan dan lain sebagainya dalam waktu tertentu.

Studi kasus menghasilkan data untuk selanjutnya dianalisis supaya menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data kualitatif diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, pada penelitian studi kasus setiap peristiwa tidak lepas dari kompleksitas dan keunikan didalamnya karena didalam satu peristiwa tersebut pasti terdapat permasalahan yang kompleks.

1. Lokasi Penelitian

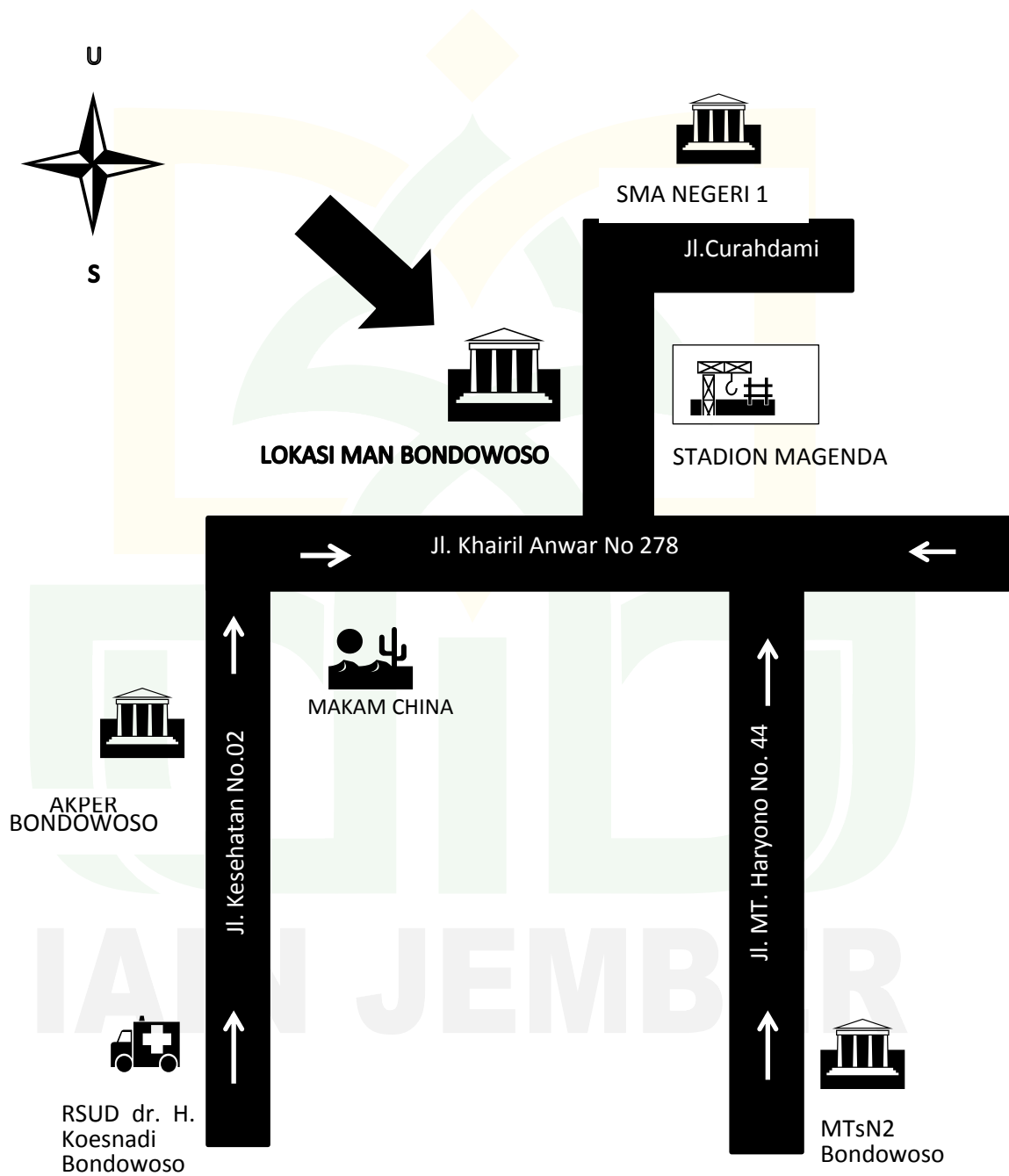
Penelitian ini mengambil lokasi di MAN Bondowoso tepatnya jalan Kharil Anwar No. 278 Badean Bondowoso Jawa Timur, Nomor Telp/Fax: (0332) 4231032, Kode Pos: 6214 letak lembaga ini cukup strategis berada disebelah barat kota Bondowoso kurang lebih 1 km berdekatan dengan Akademi Keperawatan Bondowoso dan berdampingan dengan SMA Negeri 1 Bondowoso.

⁷⁴Sugiyono, Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, R&D,(Bandung: Alfabeta,2013), 224.

Lokasi ini diambil atas beberapa pertimbangan di antara lain: secara umum pilihan dalam strategi pemasaran oleh kepala madrasah dan seluruh civitas madrasah tersebut didasari atas hasil studi pendahuluan yang mengindikasikan bahwa: (1) MAN Bondowoso mempunyai pola, model dan karakteristik yang bervariasi, khas dan menarik untuk diteliti. (2) kekhasan dan keunikan MAN Bondowoso dimana kultur budaya pesantren yang kuat seakan-akan belajar berada dilingkungan pesantren, padahal MAN Bondowoso merupakan lembaga pendidikan formal yang berada ditengah-tengah lingkungan masyarakat umum yang homogen dan beberapa sekolah umum. (3) MAN Bondowoso juga memiliki kualitas unggul, terbukti dalam kurun waktu satu tahun 2018 saja sudah mampu meraih 32 prestasi baik secara akademik maupun non akademik mulai dari tingkat lokal, maupun regional dan nasional. Keunggulan MAN Bondowoso ini tidak dimiliki oleh madrasah ataupun sekolah lainnya di Bondowoso. Adapun madrasah baik negeri atau swasta di daerah unggul pun tetap sekolah pilihan nomor dua di hati masyarakat.

IAIN JEMBER

DENAH MADRASAH ALIYAH NEGERI BONDOWOSO



2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini kehadiran peneliti sangat berarti dalam mengumpulkan data dari sumber yang telah ditetapkan dalam arti secara langsung hadir di lokasi penelitian secara terus menerus untuk menggali dan mendapatkan data sebanyak banyaknya, kemudian melalui analisa data dan pengecekan keabsahan data dihasilkan data yang valid dan bebas.

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif berkaitan erat dengan sifat unik dan realitas sosial dunia tingkah laku manusia itu sendiri dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan budayanya.

Kehadiran peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih mendalam tentang strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MAN Bondowoso. Dalam hal ini kehadiran peneliti diperlukan sebagai instrumen utama. Peneliti bertindak langsung sebagai perencana, pemberi tindakan, pengumpul data, menganalisis data, sekaligus menjadi pelapor penelitian. Sebagaimana yang disampaikan oleh Moleong bahwa peneliti berperan sebagai perencana pelaksana, pengumpul data, analisis, penafsir dan sekaligus pelapor.

3. Sumber Data dan Subyek Penelitian

Sumber data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu; manusia dan bukan manusia. Sumber data manusia berfungsi sebagai subyek atau informan kunci, sedangkan sumber data bukan manusia berupa dokumen yang relevan dengan fokus penelitian.

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah ketersediaan sumber data. Sem menarik apapun penelitian itu, apabila sumber datanya tidak tersedia dan sulit terjangkau, niscaya masalah itu tidak dapat diteliti.

Sumber data dalam penelitian kualitatif merupakan subyek yang memiliki kedudukan penting. Oleh sebab itu, peneliti akan memilih dan menetapkan sumber data sesuai pengalaman dan kekayaan yang mereka miliki.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang relevan dengan fokus penelitian antara lain data lisan sebagai hasil wawancara peneliti dengan informan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso.

Teknik penentuan informan dalam penelitian dilakukan secara *purposive* yaitu peneliti menentukan subyek penelitian atau informan dengan tujuan tertentu dan pertimbangan tertentu untuk mengarahkan pengumpulan data sesuai dengan kebutuhan melalui penyeleksian dan pemilihan informan yang benar-benar menguasai informasi dan permasalahan secara mendalam serta dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang valid.

Jadi ketika peneliti mengadakan wawancara dengan kepala madrasah maupun seluruh civitas madrasah yang berkaitan dengan strategi pemasaran pertama-tama difilter satu atau dua orang, akan tetapi jika

dengan orang pertama tadi data dirasa belum lengkap maka peneliti mencari informan lagi yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data atau informasi dari orang pertama tadi. Demikian seterusnya sampai memenuhi data yang dibutuhkan atau sampai mencapai data yang didapat berada pada titik kejenuhan.

Sumber data dalam penelitian ini adalah Bapak Ibrahim yang merupakan pimpinan Kepala Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, staf/administrator, guru, komite sekolah, siswa serta pihak-pihak yang bersentuhan langsung dengan Madrasah aliyah Negeri Bondowoso.

Tabel 1.1 Nama Informan

No	Status	Nama
1	Kepala Madrasah	Ibrahim M.Pd.I
2	Kepala Administrasi	Hj.Sri Maharani, S.Pd.I
3	Kepala HUMAS	Nur Isa, S.P.d
4	Waka Kesiswaan	Iwuk Masfufah, S.Pd
5	Waka Kurikulum	Hambali, S.Pd
6	Waka Sarana Prasarana	H. Sugi Hariyanto, S.Pd
7	Guru	Fauzi S.Ag
8	Siswa kelas XI Agama	Nurlaeli Siaminingsih
9	Alumni	Rofiqotus Sholihah
10	Komite Sekolah	Tutuk Indah Nurmahmudah S.Pd

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara

ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁷⁵ Sebagaimana pendapat Sugiyono bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data maka dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), *kuesioner* (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.⁷⁶

Dari penjelasan diatas yang dimaksud dengan metode penelitian adalah cara utama yang digunakan untuk menentukan, mengembangkan teknik dan alat-alat tertentu sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Adapun metode yang akan digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan.⁷⁷ Observasi juga merupakan suatu teknik untuk mengamati secara langsung maupun tidak langsung terhadap aktivitas yang sedang berlangsung dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif dan yang telah direncanakan melengkapinya dengan format atau blangko penggunaan instrumen.⁷⁸

Metode observasi *Non Partisipan* digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi atau data yang berhubungan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso. Peneliti menggunakan observasi

⁷⁵ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 224.

⁷⁶ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif*, ..., 2

⁷⁷ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, ..., 225.

⁷⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*,227

non partisipan ini karena peneliti tidak terlibat langsung di dalam Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.

Tabel 1.2. Data Observasi

No	Situasi Dan Kondisi Yang Diamati
1	Gambaran profil fisik MAN Bndowoso (gedung sekolah, kantor perpustakaan, tanah, musholla, laboratorium, koperasi dan lain-lain) Tingkat keamanan dan kenyamanan MAN Bondowoso (meliputi fasilitas penerangan, ventilasi udara, akses transportasi dan tingkat kebisingan)
2	Gambaran budaya yang mempengaruhi lingkungan internal seperti nilai kepribadian yang dikembangkan MAN Bondowoso.
3	Lingkungan eksternal MAN Bondowoso khususnya lingkungan geografis dan lingkungan budaya yang melingkupi MAN Bondowoso.

b. Wawancara

Esterberg dalam Sugiyono mendefinisikan interview sebagai berikut. *"a meeting of two persons to exchange information and idea throuhg and responses, resulting in communication and joint contraction of meaning about aparticular topic"*⁷⁹.

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehigga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara dalam penelitian kualitatif ini digunakan untuk menggali informasi secara mendalam dengan cara terlibat langsung dengan kehidupan informan dan bertanya jawab secara bebas tanpa

⁷⁹ Sugiyono, *PenelitianKuantitatif dan Kulaitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta,2013), 231

pedoman pertanyaan yang disiapkan sebelumnya sehingga suasana hidup dan dilakukan berkali-kali. Tetapi kadang peneliti juga memakai pedoman tertentu yang dijadikan acuan dan instrumen pertanyaan yang bersifat terbuka, bebas, jujur dan terstruktur atau disebut dengan wawancara semiterstruktur.⁸⁰ Adapun data wawancara sebagaimana di

bawah ini :

Tabel 1.3 Data Wawancara

No	Fokus	Keterangan
1	Strategi Pemasaran	1. <i>Overall Cost Leadership</i> (Biaya Rendah) 2. <i>Differentiation</i> (Keunikan) 3. <i>Focus</i> (Fokus)
2	<i>Service Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan)	1. <i>People</i> (SDM) 2. <i>Process</i> (Proses) 3. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)
3	Implikasi Strategi Pemasaran	1. <i>Public Understanding</i> (pemahaman masyarakat) 2. <i>Public Confidence</i> (kepercayaan masyarakat) 3. <i>Public Support</i> (dukungan masyarakat) 4. <i>Public Corporation</i> (kerjasama masyarakat)

Metode wawancara mendalam ini digunakan juga untuk melakukan studi pendahuluan saja, saat awal peneliti memasuki wilayah yang menjadi wewenang Madrasah untuk memperoleh informasi tentang strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN Bmdowoso.

⁸⁰ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif...*,232

c. Metode Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁸¹

Dokumen merupakan bahan catatan atau bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan fokus penelitian. Metode dokumentasi ini, digunakan untuk memperoleh data sebagaimana dibawah ini:

Tabel 1.4 Data Dokumentasi

No	Data Dokumentasi	Keterangan
1	Profil Madrasah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah berdirinya 2. Visi dan misi 3. Struktur organisasi 4. Kondisi pendidik dan tenaga kependidikan 5. Kondisi siswa 6. Sarana dan prasarana
2	Program Kerja Madrasah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program kerja HUMAS 2. Program kerja kurikulum 3. Program kerja kesiswaan
3	Catatan Rapat	Seluruh catatan rapat yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga

⁸¹ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif...*,240.

5. Analisis Data

Melakukan analisis berarti kajian untuk mengenali suatu struktur fenomena-fenomena yang berlaku dilapangan. Analisis data dilakukan dengan melakukan telaah terhadap fenomena atau peristiwa secara keseluruhan, maupun terhadap bagian yang berbentuk fenomena-fenomena tersebut serta hubungan keterkaitannya.

Data-data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menjelaskan penafsiran bentuk data, dilanjutkan dengan interpretasi, kemudian yang terakhir dengan mengangkat makna dari hasil penelitian yang dicapai sebagai kontribusi pikiran. Karena data kualitatif terdiri dari kata-kata bukan angka, sehingga perlu interpretasi untuk mengetahui makna yang sebenarnya data tersebut.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Interaktif Miles, Huberman dan Saldana. Miles, Huberman dan Saldana menjelaskan bahwa didalam analisis data kualitatif terdapat tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Aktivitas dalam analisis data yaitu: *Condensation Data*, *Display Data*, dan *Cloncosiun Drawing / Verivication Data*

Analisis penelitian ini dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a. Kondensasi data (*Data Condensation*)

Penelitian kualitatif terdiri dari Kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sebelumnya dalam analisis data sering mendengar istilah reduksi data, analisis data jenis reduksi inilah yang kemudian dikembangkan oleh Miles Huberman dan Saldana menjadi Kondensasi (pengembunan data).

*“Data condensation occurs continuously throughout the life of any qualitatively oriented project. Even before the data are actually collected, anticipatory data condensation is occurring as the researcher decides (often without full awareness) which conceptual framework, which cases, as data collection proceeds, further episodes of data condensation occur: writing summaries, coding, developing themes, generating categories, and writing analytic memos.”*⁸²

Maksud dari pernyataan di atas adalah kondensasi data secara berkesinambungan dalam kehidupan selama berorientasi pada beberapa proyek atau penelitian kualitatif, bahkan sebelum data sebelumnya dikumpulkan, antisipasi kondensasi data sebagai seorang peneliti tidak sadar sering menarik sebuah kesimpulan berupa kerangka kerja konseptual, kasus, pertanyaan penelitian dan pengumpulan data yang dianggap mendekati untuk dipilih. Sebagai hasil pengumpulan data, lebih lanjut kondensasi data terjadi: menulis ringkasan, pengkodean, mengembangkan kategori, menghasilkan kategori, dan penulisan memo analisis.

“Data condensation refers to the process of selecting, focusing, simplifying, abstracting, and or transforming the data that

⁸² Michael. A., Miles B. Mattheew. & Saldana Johnny. *Qualitative Data Analysis: A Method Sourcebook* (3rd ed.), (SAGE Publication: California, 2014), 31

*appear in the full corpus (body) of written-up field notes, and other empirical material.*⁸³

Maksud pernyataan tersebut adalah kondensasi data adalah proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen dan materi temuan empirik lainnya. Kondensasi data berarti mengubah data yang sebelumnya menguap menjadi lebih padat. Letak perbedaan antara reduksi data dengan kondensasi terletak pada penyederhanaan data. Reduksi cenderung memilah, kemudian memilih sedangkan kondensasi menyesuaikan seluruh data yang dijangkau tanpa harus memilah, mengurangi data.

Dengan demikian dapat disimpulkan dengan kondensasi analisis data dalam penelitian kualitatif tentu akan lebih mengakomodir data secara menyeluruh tanpa harus mengurangi temuan lapangan selama penelitian (proses penjangkauan data berlangsung).

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data dikondensasi maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.⁸⁴

⁸³ Michael. A., Miles B. Mattahew. & Saldana Johnny. *Qualitative Data Analyzis: A Method Sourcebook* (3rd ed.), (SAGE Publication: California, 2014), 31

⁸⁴ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif...*, 249

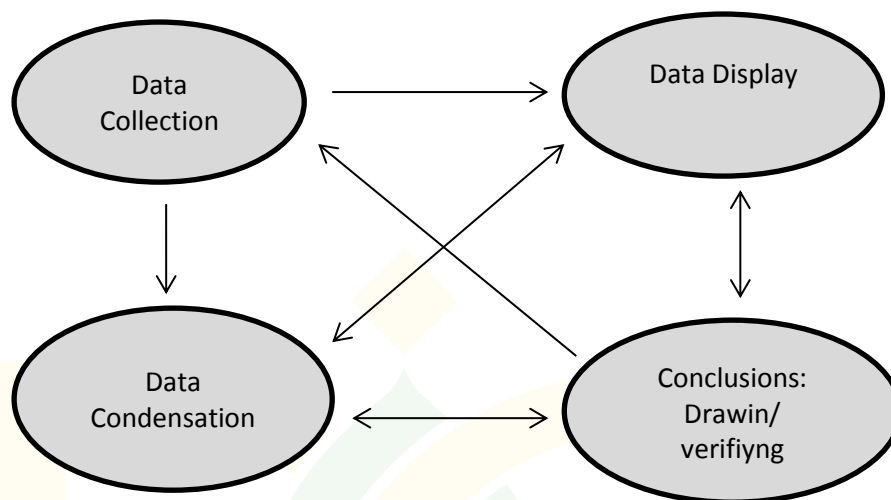
Penyajian data berbentuk teks naratif. Biasanya dalam penelitian kita mendapat data yang banyak data-data ini tidak mungkin dipaparkan secara keseluruhan, untuk itu dalam penyajian data penelitian, dapat dianalisis oleh peneliti untuk disusun secara sistematis, sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan atau menjawab masalah yang diteliti.

c. Kesimpulan (*Verivication*)

Mengambil kesimpulan merupakan analisis lanjutan dari konsidensi data, dan *display* data sehingga data dapat diverivikasi, dan peneliti masih ada kesempatan untuk menerima masukan. Pemverivikasi sementara masih dapat diuji kembali, peneliti dapat bertukar pikiran dengan teman sejawat atau dengan cara triangulasi sehingga kebenaran ilmiah dapat dicapai. Selanjutnya peneliti dapat berusaha dan mencoba mengambil kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh dituangkan menjadi laporan penelitian.⁸⁵

Model Miles, Huberman dan Saldana dalam analisis data dapat dikonseptualisaikan pada gambar dibawah ini:

⁸⁵ Sugiyono, *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 252



Gambar 1. Miles, Huberman & Saldana, Qualitative Data Analysis: Iterative Model

Melakukan analisis berarti kajian untuk mengenali suatu struktur fenomena-fenomena yang berlaku dilapangan. Analisis data dilakukan dengan melakukan telaah terhadap fenomena atau peristiwa secara keseluruhan, maupun terhadap bagian yang berbentuk fenomena-fenomena tersebut serta hubungan keterkaitannya.

Data-data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menjelaskan penafsiran bentuk data, dilanjutkan dengan interpretasi, kemudian yang terakhir dengan mengangkat makna dari hasil penelitian yang dicapai sebagai kontribusi pikiran. Karena data kualitatif terdiri dari kata-kata bukan angka, sehingga perlu interpretasi untuk mengetahui makna yang sebenarnya data tersebut.

Analisis data kasus dimaksudkan sebagai proses penganalisis temuan-temuan yang diperoleh dari tiap fokus. Secara teknis langkah-

langkah yang dilakukan dalam menganalisis kasus pada penelitian ini meliputi:

- a. Pada penelitian yang ditemukan dari fokus I disusun kategori dan tema dianalisis secara induktif konseptual dan dibuat penjelasan naratif yang tersusun menjadi proposisi tertentu yang selanjutnya dikembangkan menjadi temuan substantif II
- b. Pada temuan yang diperoleh pada fokus kedua disusun kategori dan tema, dianalisis secara induktif konseptual dan dibuat penjelasan naratif yang tersusun menjadi proposisi tertentu yang selanjutnya dikembangkan menjadi temuan substantif III
- c. Pada tahap akhir dilakukan analisis dan pembahasan dengan menggunakan pisau analisis teoritis. Analisis akhir ini dimaksudkan untuk menyusun konsepsi sistematis berdasarkan analisis data dan dan interpretasi teoritik yang bersifat naratif berupa proposi-proposisi kasus yang selanjutnya dijadikan bahan untuk mengembangkan temuan substantif secara umum sesuai dengan fokus penelitian.

6. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan agar memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Pengecekan keabsahan data yang akan dilakukan pada penelitian ini, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi data.

Triangulasi sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Yang artinya membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh dengan informasi yang sesuai dari sumber lain.⁸⁶

Triangulasi dengan sumber data, digunakan peneliti untuk meneliti tentang apa saja yang dilakukan oleh kepala Madrasah pada strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAN Bondowoso. Kemudian peneliti triangulasi para guru dan komite, setelah selesai peneliti mencari data kepada siswa yang ada di madrasah tersebut.

Triangulasi metode dilakukan untuk membandingkan hasil wawancara antara beberapa informan, kemudian peneliti juga membandingkan data hasil wawancara dengan hasil observasi. Selanjutnya membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi.

Data dari ke tiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut.

Dengan adanya keabsahan data ini, maka peneliti melakukan penyederhanaan data serta diadakan perbaikan dari segi bahasa maupun sistematikanya agar dalam pelaporan hasil penelitian tidak diragukan lagi keabsahannya.

⁸⁶ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, 275.

7. Tahap-tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti mulai awal hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian

Tahap-tahap penelitian yang dilalui oleh peneliti dalam proses penelitian adalah sebagai berikut:

a. Tahap pra lapangan

Dalam tahap penelitian pra lapangan terdapat enam tahap. Tahapan tersebut juga dilalui peneliti sendiri adapun enam tahapan tersebut adalah

1) Menyusun rencana penelitian

Pada tahapan ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan kerangka konsep dan seminar proposal.

2) Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih yaitu Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

3) Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu ke pihak kampus

4) Menjajaki dan menilai lapangan

Setelah diberikan izin, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek

penelitian, lingkungan sosial, adat istiadat, kebiasaan, agama dan pendidikannya. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti dalam mendapatkan data.

5) Memilih dan menentukan informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi yang dipilih, informan yang diambil dalam penelitian ini adalah Kepala Madrasah, Guru, Komite dan Siswa.

6) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai mulai dari rancangan penelitian hingga pemilihan informan, maka peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun kelapangan yaitu mulai dari menyiapkan buku catatan, kertas dan kebutuhan lainnya dalam penelitian.

b. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai melakukan kunjungan langsung ke lokasi penelitian.

c. Tahap Analisis Data

Tahap ini merupakan tahap akhir dari proses penelitian, pada tahap ini juga peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan hasil penelitian.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso berdiri pada tanggal 31 Mei 1980 berdasarkan SK Menteri Agama RI Nomor 17 Tahun 1978. Pada masa awal berdirinya, MAN Bondowoso belum memiliki gedung sendiri. Untuk kegiatan proses belajar mengajar pada waktu itu menempati gedung MTsN Bondowoso II hingga akhirnya pada tahun 1987 mampu membangun gedung sendiri di atas tanah seluas 7.180 M² yang terletak di jalan Khairil Anwar 278 Bondowoso.

Kelahiran MAN Bondowoso adalah semata-mata untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan keberadaan lembaga pendidikan tingkat menengah atas yang berbasis pada pendidikan keagamaan sesuai dengan kultur masyarakat Bondowoso yang agamis dan mayoritas beragama Islam. Kondisi lain yang mendorong lahirnya MAN Bondowoso ini adalah realitas peta geografis dan sosiokultural masyarakat Bondowoso sebagai masyarakat santri yang berada di daerah terpencil dengan taraf ekonomi yang rendah dikelilingi pegunungan menjadi realitas yang menyulitkan masyarakat Bondowoso melakukan kontak pendidikan dengan luar kota ketika itu. Sementara sebelumnya telah berdiri MTsN Bondowoso II dengan jumlah murid yang cukup besar dan memerlukan

lembaga pendidikan lanjutan tingkat atas yang berbasis pada pendidikan keislaman untuk menyalurkn para lulusannya.

Madrasah Aliyah Bondowoso yang baru berdiri ini dikelola bersama oleh seksi Pendidikan Agama Islam Departemen Agama Kabupaten Bondowoso bersama Madrasah Tsanawiyah Negeri Bondowoso II. Adapun yang bertindak sebagai kepala madrasah ini sebelum penegerian berturut-turut :

- a. Drs. Moh. Syahrowi, Kasi Pendais – Depag Kabupaten Bondowoso.
- b. Drs. M. Hilmi Bisri, Guru MTsN Bondowoso II.
- c. Pada tahun 1979, untuk maksud meningkatkan status Madrasah Aliyah Bondowoso yang masih swasta penuh ini, diusulkan menjadi Madrasah Aliyah Negeri Filial Jember di Bondowoso, karena tidak adanya Madrasah Aliyah Negeri di Bondowoso.

Pada tahun 1980, sebelum proses usulan Filial tersebut terealisasi, ternyata ada kebijaksanaan Departemen Agama untuk merelokasi Madrasah Negeri yang telah ada ke daerah lain yang dianggap mampu untuk mengembangkannya secara lebih baik. Selanjutnya setelah diadakan *study* kelayakan oleh Kabid. Binrua Islam Depag Propinsi Jawa Timur (Drs. H. Abdul Fatah), Madrasah Aliyah Bondowoso diproses untuk menjadi Madrasah Aliyah Negeri relokasi dari daerah lain.

Tahun 1981, secara resmi Madrasah Aliyah Bondowoso berubah status menjadi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, dengan adanya SK relokasi dari Madrasah Aliyah Negeri Rejosari Madiun. Pada tahun ini

pula Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso mengikutkan para siswanya untuk ujian negara pertama kalinya, dengan dasar Kurikulum MAN 1976.

Aawal beralih status madrasah ini belum ada satupun tenaga, baik tenaga guru maupun tenaga tata usaha yang statusnya sebagai pegawai negeri di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, selain Kepala Madrasah (Drs. Adi Mulyono) yang menerima penugasan dari Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Jawa Timur. Hal ini terjadi karena tidak satupun tenaga tetap dari Madrasah Aliyah Negeri Rejosari Madiun yang mutasi ke Bondowoso. Untuk sementara waktu, segenap tenaga yang berkecimpung di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso yang baru lahir tersebut tetap tenaga lama atau tenaga-tenaga pinjaman dari Madrasah atau sekolah lain yang ada di Bondowoso.

Berkat pertolongan Allah, dengan usaha keras dan keuletan segenap warga Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso serta kebijaksanaan Departemen Agama, maka dalam perkembangannya Madrasah ini semakin sempurna dengan kelengkapan tenaga-tenaganya, baik guru-guru tetap maupun tata usaha tetap, disamping kebutuhan sarana prasarana pendidikan yang lain.

Sejak berdirinya, Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso untuk seluruh kegiatannya menumpang/meminjam pergedungan pada Madrasah Tsanawiyah Negeri Bondowoso II. Barulah sejak tahun anggaran 1985/1986 Madrasah ini menerima DIP untuk pembebasan 5000 m² tanah dan pembangunan lokal belajar.

Tahun ajaran 1984/1985 Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso mendapatkan Filial yang terletak di Kabupaten Situbondo. Sehingga saat itu Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso merupakan Madrasah Aliyah induk yang membina Kelompok Kerja Madrasah (KKM) se wilayah Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Situbondo.⁸⁷

Secara berturut-turut berikut Kepala MAN Bondowoso sejak beralih status menjadi madrasah Negeri:

Tabel 4.1 Nama-nama Kepala MAN Bondowoso

NO.	NAMA/NIP	TAHUN
1.	Drs. ADI MULJONO 150 035 266	1981 – 1989
2.	SUATMADJI, B.A. 150 011 566	1989 – 1992
3.	Drs. MOH. THOHIR MUCHTAR 150 154 071	1992 – 1995
4.	Drs. NURSALIM MUSA 150 034 994	1995 – 2001
5.	Drs. H. IMAM BARMAWI BURHAN 1953082619791001	2001 – 2012
6.	IBRAHIM, S.Ag, M.Pd.I 19680621200031001	2013 – sekarang

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019.

Sebagai lembaga pendidikan SLTA berciri khas Islam, maka sesuai SK Bersama tiga menteri, MAN Bondowoso pada waktu itu membuka 3 program studi yaitu; 1) Program Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), 2)

⁸⁷ Sejarah berdirinya MAN Bondowoso, disarikan dari Dokumentasi MAN Bondowoso, 20 Mei 2019

Program Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) 3) Program Ilmu Agama. Selanjutnya berdasarkan kurikulum pendidikan tahun 1994, maka sejak tahun 1996, MAN Bondowoso membuka tiga program studi yaitu ; 1) Program IPA, 2) Program IPS, dan 3) Program Bahasa. Akan tetapi sejak tahun 2001, peminat program Bahasa berkurang dan tidak memenuhi batas minimal maka sementara MAN tidak memiliki program Bahasa. Sekalipun demikian MAN tetap membuka kesempatan pemilihan jurusan untuk program Bahasa tersebut.⁸⁸

2. Letak Geografi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso berlokasi di bagian barat kota Bondowoso. Tepatnya di jalan Khairil Anwar Nomor 278 (Selatan Stadion Magenda) Bondowoso, terletak di kelurahan Badean, Kecamatan Kota Bondowoso, Kabupaten Bondowoso Provinsi Jawa Timur.

Letak Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso mempunyai batas-batas sebagai berikut:

- a. Sebelah timur : Pemukiman Penduduk
- b. Sebelah utara : Stadion Magenda Bondowoso
- c. Sebelah barat : SMA Negeri 1 Bondowoso
- d. Sebelah selatan : RSUD Suebandi Bondowoso

3. Profil Madrasah Aliyah Negeri

- a. Nama Madrasah : MAN Bondowoso
- b. Nomor Telp/Fax : (0332) 421032

⁸⁸ Sejarah berdirinya MAN Bondowoso, disarikan dari Dokumentasi MAN Bondowoso, 16 Mei 2019

- c. Alamat : Jl. Khairil Anwar No. 278 Badean Bondowoso
- d. Kecamatan : Bondowoso
- e. Kabupaten / Kota : Bondowoso
- f. Propinsi : Jawa Timur
- g. Kode Pos : 68214
- h. Tahun Berdiri : 1980
- i. Program : IPA – IPS – Keagamaan
- j. Waktu Belajar : 06.30 – 14.30⁸⁹

4. Visi Misi dan Tujuan Madrasah :

a. Visi

1) Unggul Dalam Prestasi

- a) Prestasi akademik tinggi terutama dalam prestasi UNBK.
- b) Prestasi non akademik memuaskan.
- c) Seluruh warga Madrasah memiliki etos kerja yang tinggi.
- d) Memiliki daya saing dalam memasuki madrasah dan perguruan tinggi yang favorit.
- e) Prestasi olimpiade matematika, IPA, KIR pada tingkat local Nasional.

2) Siap berkompetisi

- a) Mampu bersaing di setiap kompetisi akademik.
- b) Mampu bersanding dan bertanding dengan lembaga setingkat.
- c) Terjalannya hubungan silaturahmi dengan lembaga terkait.

⁸⁹ Sejarah berdirinya MAN Bondowoso, disarikan dari Dokumentasi MAN Bondowoso, 16 Mei 2019

- d) Memiliki daya saing dalam memasuki lapangan pekerjaan.
 - e) Memiliki daya saing dalam prestasi seni dan olahraga.
- 3) Berjiwa Islami
- a) Meningkatnya penghayatan dan pengamalan ajara Islam.
 - b) Menjadikan ajaran-ajaran dan nilai-nilai islam sebagai pandangan hidup, sikap hidup dan keterampilan hidup dalam kehidupan sehari-hari.
 - c) Berakhlak mulia terhadap orang tua, guru, dan masyarakat.
 - d) Memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan.
 - e) Memiliki kemandirian, kemampuan beradaptasi dan survive di lingkungannya.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan, pembelajaran dan pelatihan secara efektif dan kreatif.
- 2) Membangun budaya disiplin, kompetitif dan kebersamaan secara berimbang.
- 3) Menerapkan prinsip dan nilai-nilai Islam di dalam dan di luar Madrasah.
- 4) Mengembangkan potensi dan kreatifitas siswa dalam bidang olah raga dan seni.
- 5) Mengoptimalkan kompetensi warga Madrasah dalam memberikan pelayanan kepada siswa dan masyarakat.⁹⁰

⁹⁰ Visi dan Misi MAN Bondowoso, disarikan dari Dokumentasi Sejarah, 23 Mei 2019).

c. Tujuan

1) Tahap I (tahun 2018-2020) Madrasah berusaha untuk mencapai tujuan :

a) Terlibatnya seluruh komponen Madrasah secara aktif dalam pengelolaan madrasah.

b) Komputerisasi administrasi pendidikan dan tercapainya administrasi Madrasah yang setandart.

c) Pemberdayaan komite Madrasah untuk pengembangan madrasah.

d) Terciptanya lingkungan Madrasah yang bersih, sehat, indah, rindang dan aman.

e) Meningkatkan pengamalan S3Q (Salam, Silaturahmi, Sholat Jama'ah, Qur'an) pada seluruh warga Madrasah.

f) Meningkatkan pengalaman shalat berjamaah dhuhur di madrasah.

2) Tahap II (tahun 2018-2020) Madrasah berusaha untuk mencapai tujuan :

a) Terciptanya kultur yang Islami dalam segala kegiatannya.

b) Menghasilkan mutu lulusan yang berdaya saing tinggi.

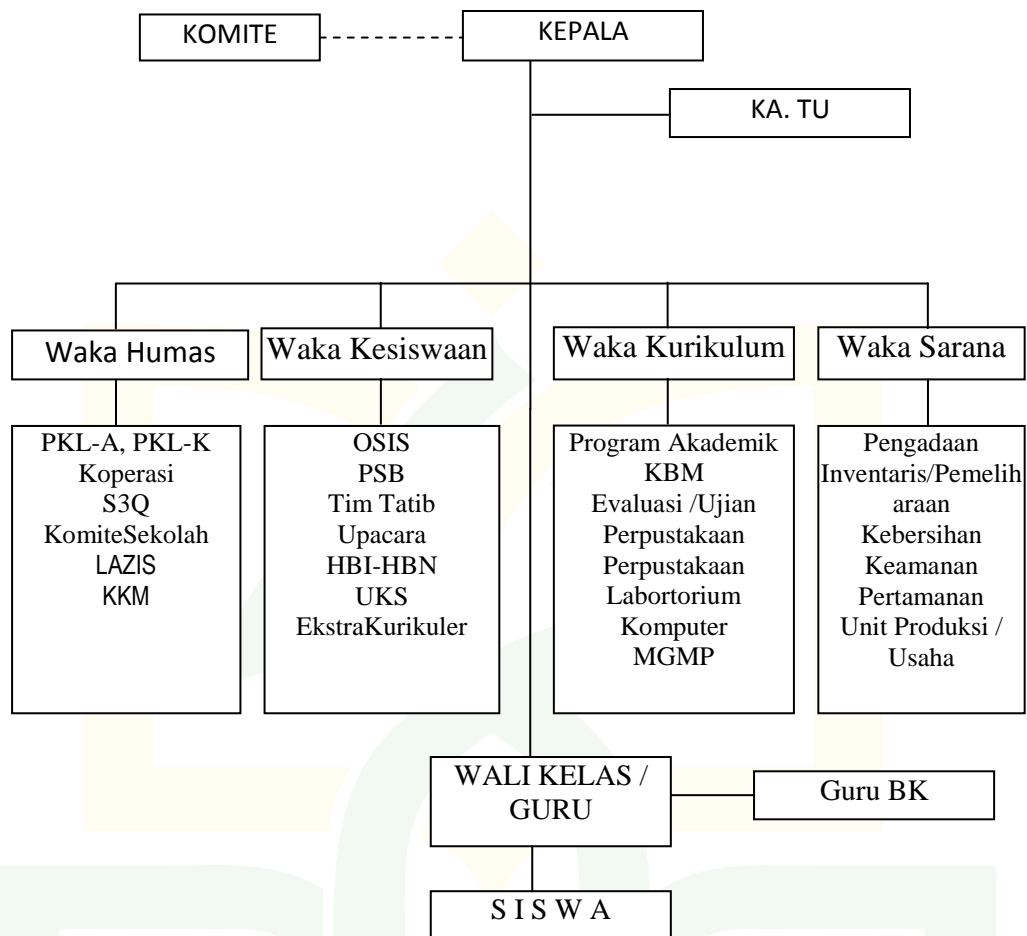
c) Mewujudkan tim olimpiade matematika, IPA, dan KIR yang mampu bersaing di tingkat nasional.

- d) Meningkatkan jumlah sarana/prasarana serta pemberdayaannya yang mendukung peningkatan prestasi akademik dan non akademik.
- e) Meningkatkan jumlah peserta didik yang menguasai bahasa Arab dan Inggris secara aktif.
- f) Mewujudkan Madrasah sebagai lembaga pendidikan yang diperhitungkan oleh masyarakat kota /kabupaten khususnya dan Jawa Timur pada umumnya.
- g) Mewujudkan Madrasah sebagai madrasah rujukan.
- h) Diraihnya kejuaraan tingkat regional, dan nasional.
- i) Terbangunnya kepercayaan masyarakat terhadap Madrasah.⁹¹

5. Struktur Organisasi

Untuk mencapai tujuan bersama, yakni tujuan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, maka didapati adanya susunan hubungan personalia dalam kaitannya dengan tugas dan tanggung jawab serta kewajiban-kewajiban dan hak-hak sesuai dengan kedudukannya, dalam stuktur organisasi sebagai berikut:

⁹¹ Tujuan MAN Bondowoso, disarikan dari Dokumentasi Sejarah, 23 Mei 2019



- Kepala Madrasah : Ibrahim, S.Ag.,M.PdI
- Kepala Tata Usaha : Hj. Sri Maharani, S.Pd.I
- Waka. Kurikulum : Nur Isa S.Pd
- Waka. Kesiswaan : Iwuk Masfufah , S.Pd
- Waka. Humas : Hambali , S.Pd
- Waka. SarPras : H. Sugi Hariyanto S.Pd

1. Koordinator / Pembina Kegiatan:

- a. Perpustakaan : Mahmudi, S.Ag.
- b. Laboratorium Biologi : Rudi Hermawan, S.Pd.
- c. Laboratorium Kimia : Tutuk Indah Nurmahmudah S.Pd.
- d. Laboratorium Fisika : Yeti Widyawati S.Pd.
- e. Laboratorium Bahasa : Drs. Warai Efendi.
- f. Lemdiklat Komputer : Dra. Endang Suharmiyati.
- g. Jurnalistik, Publikasi : Drs. Nurhadi Idris MHI.
- h. Pramuka dan PMR : Triboyo Utomo S.Pd.
- i. Tilawatil Qur'an : Drs. Fausi, Najmil Laili S.Ag.
- j. Matrikulasi S3Q : Ibrahim M.Pd.I
- k. Karya Ilmiah Remaja : Matkur S.Pd.I M.Si.
- l. Olah Raga : Iwan Setiawan S.Pd.
- m. Lemdiklat Tata Busana : Drs. Tomi Djauhari S.Pd.
- n. Ta'mir Musholla : Fauzi S.Pd.I
- o. *Security* : Agus Nadi, Reza.
- p. Kebersihan dan Taman : Abdus Syukur.
- q. Koperasi : Titin Sulistyowati S.Pd.⁹²

2. Tanah yang dimiliki :

Luas Tanah Seluruhnya : 17460 M²

Tanah Menurut Sumber (m²)

⁹² Struktur Organisasi MAN Bondowoso, disarikan dari Dokumentasi Sejarah, 8 Juni 2019

Tabel 4.2 Tanah MAN Bondowoso

Sumber Tanah	Status Kepemilikan		Sudah di gunakan (m ²)	Belum di gunakan (m ²)
	Sudah sertifikat	Dalam proses sertifikat		
Pemerintah	17460 M2		15.000	2.460
.Wakaf/ Sumbangan	-	-	-	-
Pinjam/Sewa	-	-	-	-

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019.

3. Kondisi Pendidik dan Tenaga Kependidikan MAN Bondowoso

Pendidik dan tenaga kependidikan MAN Bondowoso berjumlah 74 orang, dengan presentase 90% berkualifikasi. Berikut rekapitulasi pendidik dan tenaga kependidikan di MAN Bondowoso.

Tabel 4.3 Pendidik dan Tenaga Pendidik MAN Bondowoso.

No	Status	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1.	Guru PNS Kemenag	17	21	38
2.	Guru DPK Diknas	2	-	2
3	Guru Honorer	11	5	16
4	PNS Kemenag	2	2	4
5	Pegawai Honorer	13	1	14
	Jumlah	25	29	74

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019

4. Kondisi Siswa

- a. Untuk tahun ajaran 2018-2019 siswa yang masuk ke MAN Bondowoso sebanyak 37 siswa di setiap 11 kelas yang ada. Jadi tercatat secara keseluruhan baik dari jalur prestasi atau reguler sebanyak 407 siswa baru. Setiap tahunnya mulai tahun 2014 sampai sekarang mengalami

peningkatan jumlah peserta didik baru .Berikut rekapitulasi siswa baru lima tahun terakhir hingga 2019 di MAN Bondowoso.

Tabel 4.4 Jumlah Peserta didik MAN Bondowoso tahun 2014-2019

Tahun Pelajaran	Tamatan (%)	Rata-rata NEM	Siswa yang Melanjutkan (%)			
	Jumlah	Target	Jumlah	Target	Jumlah	Target
2014-2015	100	100	6, 5	6, 2	63	65
2015-2016	100	100	7, 4	7, 0	75	78
20016-2017	100	100	7, 5	7, 0	75	79
2017-2018	100	100	7, 8	7, 5	75	80
2018-2019	100	100	7, 9	7, 7	78	80
2019-2020	100	100	8, 1	7, 9	80	85

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019

b. Jumlah siswa (5 Tahun Terakhir)

No.	Tahun pelajaran	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII	Jumlah
1	2008-2009	347	345	343	1035
2	2009-2016	370	350	345	1065
3	2010-2017	389	376	374	1139
4	2011-2018	391	386	379	1156
5	2018-2019	407	388	387	1182

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019.

5. Sarana Prasarana

Untuk menunjang proses belajar mengajar serta meningkatkan prestasi akademik, maka diperlukan fasilitas yang menunjang untuk

mencapai hal tersebut. Fasilitas yang dimiliki Madrasah Aliyah adalah sebagai berikut : (Sumber Data: Dokumentasi, Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, 15 Agustus 2019).

Tabel. 4.5 Sarana MAN Bondowoso

No.	Jenis Bangunan	Jml	Luas (m ²)	Permanen		
				Baik	Rusak Berat	Rusak Ringan
1.	Ruang Kelas	29	792	25	-	2
2.	Ruang kamad	1	32	1	-	-
4	Ruang Waka	1	48	1	-	-
5	Ruang Guru	2	72	2	-	-
6.	Ruang Tata Usaha	1	64	1	-	-
7	Perpustakaan	2	100	2	-	-
10	Lab. Komputer	2	40	1	-	-
11	Lab. Fisika	1	151	1	-	-
12	Lab. Kimia	1	-	-	-	-
13	Lab. Biologi	2	72	1	-	-
14	Lab. Bahasa	2	128	1	-	-
15	Ruang Keterampilan	1	72	1	-	-
16	Ruang BP/BK	1	32	1	-	-
17	Ruang UKS	2	70	2	-	-
18	Ruang Aula	1	135	1	-	-
19	Masjid/Mushalla	2	442	2	-	-
20.	Kantin	4		4	-	-

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019

B. Paparan Data dan Analisis

Paparan data dan analisis penelitian tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa dan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso dengan menggunakan metode observasi,

wawancara, dan dokumentasi dan deskripsi data lainnya terkait dengan Strategi Pemasaran.

Peneliti selaku perencana dan pengumpul data dalam pemaparan data dan menganalisis akan berusaha menggambarkan keadaan sebenarnya yang terjadi di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso sesuai dengan fokus penelitian yaitu ; Pertama, strategi pemasaran apa saja yang digunakan madrasah dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso. Kedua; Bauran pemasaran jasa pendidikan di madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, dan Ketiga, Implikasi dari strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.

1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso.

Dewasa ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya, tetapi juga perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan memerlukan pemasaran untuk memenangkan persaingan di antara lembaga pendidikan lainnya. Jika pemasaran jasa pendidikan terus menerus dilakukan, secara mutlak lembaga pendidikan akan dikenal dan dipahami oleh masyarakat. Sehingga lebih mudah untuk mendapatkan input peserta didik baru. Pemasaran jasa pendidikan juga penting untuk menunjukkan eksistensi madrasah agar tidak ditinggalkan oleh pengguna jasa pendidikan. Di antara cara agar lembaga pendidikan tidak ditinggalkan oleh pengguna jasa

pendidikan adalah menawarkan produk sesuai ekspektasi masyarakat yang dilakukan melalui strategi pemasaran jasa pendidikan.

Dalam upaya peningkatan kualitas layanan dan citra lembaga, maka MAN Bondowoso melakukan beberapa strategi pemasaran diantaranya:

a. Overall Cost Leadership Strategy (Strategi Biaya Rendah Terpimpin)

Strategi ini menekankan pada efisiensi seluruh biaya pendidikan sehingga lebih menarik konsumen dari pada pesaing yang menawarkan biaya tinggi. Strategi mengifisiensikan seluruh biaya pendidikan ini fokusnya pada pemanfaatan fasilitas yang sudah ada, sehingga tidak menarik biaya yang tinggi pada *consumer*.

Jadi dalam strategi ini kualitas produk yang sama dengan pesaing, organisasi atau lembaga dapat memberikan harga yang lebih murah. Berikut wawancara peneliti dengan Triana selaku panitia PPDB sekaligus guru bidang studi Quran dan Hadist yang menyatakan:

“Di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, besaran biaya yang dikeluarkan oleh siswa tiap bulannya sebesar Rp.75.000,00. Harga yang dikeluarkan menurut peneliti masuk katagori murah dengan melihat banyak manfaat yang didapat oleh siswa dan orang tua siswa. Dalam melakukan pembayaran, seperti pembayaran uang seragam dapat dicicil, hal ini tentunya meringankan beban orang tua dalam membiayai putra-putrinya ada juga bantuan bagi siswa tidak mampu. Dukungan dari orang tua siswa yang lain biasanya juga menjadi hal yang dapat meringankan beban keluarga wali siswa yang tidak mampu. Biasanya ada beberapa wali siswa yang memberi infaq lebih

dan disalurkan untuk memenuhi kekurangan bagi siswa yang tidak mampu”.⁹³

Kemudian Tomi Jauhari selaku guru bidang studi seni budaya menambahkan

“Pemerintah tentu juga tidak lepas tangan menunjang dan mendukung proses, pelaksanaan pendidikan dimadrasah ini, bentuk dukungan dari pemerintah yaitu pada aspek pendanaan, seperti DIPA, BOS yang digunakan sebagai pembiayaan yang ada dimadrasah. Pemenuhan sarana prasarana, perawatan sarana dan prasarana, gaji guru dan lain sebagainya”.⁹⁴

Dari pernyataan kedua narasumber diatas peneliti dapat menyimpulkan strategi penentuan harga jasa pendidikan perlulah mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti adanya pengurangan biaya bagi siswa yang tidak mampu, dukungan dari anggota masyarakat, bantuan dari pemerinah, serta fasilitas yang memudahkan orang tua dalam melakukan pembayaran jasa.Selain itu strategi penentuan harga jasa pendidikan sangatlah penting, karena lembaga bergantung pada uang pembayaran bulanan dan uang jasa lainnya yang di keluarkan oleh konsumen atau pelanggan, selebihnya melalui bantuan-bantuan yang didapat madrasah dari pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan madrasah.

Yang menjadi sorotan pada aspek keuangan madrasah adalah banagimana sekolah memenejemen infaq mingguan siswa dan guru. Pasalnya infaq yang terkumpul bernilai jutaan tiap minggunya. Kalkulasi secara total dilakukan setiap satu bulan sekali, baik dari

⁹³ Triana, wawancara, Bondowoso, 12 November 2019

⁹⁴ Tomi, wawancara, Bondowoso, 12 November 2019

guru ataupun siswa. Infaq siswa disalurkan pada pembangunan, pembangunan atau pengadaan fasilitas madrasah. Sedangkan infaq guru disalurkan untuk membantu siswa yang tidak mampu, kebutuhan ekstrakurikuler dan pemberian *reward* pada siswa yang berprestasi. Ini merupakan kelebihan madrasah yang otonom dalam menggali sumber dana untuk kebutuhan pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat.

Sangat relevan dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso yaitu Ibahim adalah sebagai berikut:

“Madrasah tidak menggratiskan biaya bulanan siswa, sekolah juga tidak membiarkan berhenti sekolah dengan alasan tidak mampu atau tidak ada biaya untuk membayar infaq bulanan. Madrasah tidak ingin siswa-siswi menggantungkan sekolah dan bermalas-malasan untuk belajar, siswa yang benar-benar terkategori tidak mampu akan di biayai oleh infaq madrasah dengan tujuan agar siswa tersebut tetap berkontribusi berfikir bahwa sekolah itu penting dengan sekolah bersungguh-sungguh. Infaq tersebut diperoleh dari infaq siswa dan infaq guru. Infaq siswa sebesar Rp 75.000.00 perbulan dan infaqguru sebesar 25% dari gaji perbulan, tidak hanya didapat dari infaq siswa dan infaq guru, dana lain diperoleh dari DIPA dan BOS yang sifatnya tidak tetap, ada juga bantuan dari sponsor dan donatur namun tidak mengikat dan tidak memberikan syarat berapaun yang diberikan akan dikelola oleh madrasah”⁹⁵

Fauzi selaku koodinator musolla sekaligus guru bidang studi Aqidah Ahlaq meambahkan:

“Terkait soal baiya yang harus dikeluarkan oleh siswa yang baru daftar, pertama biaya administrasi sebesar 75.000.00, kemudian mereka lolos dari seleksi, jumlah biaya yang hrus dikeluarkan pada verivikasi pendaftaran ialah sebesar

⁹⁵ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 12 November 2019

2.000.000.00, itupun dapat dicicil bagi siswa yang tidak mampu”.⁹⁶

b. *Differentiation Strategy* (Strategi Diferensiasi)

Strategi penciptaan program dan layanan yang berbeda dan memiliki keunggulan tersendiri atau disebut juga dengan strategi differensiasi. Strategi differensiasi diartikan sebagai strategi yang memberikan penawaran berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh kompetitor. Strategi differensiasi mengisyaratkan lembaga pendidikan mempunyai jasa atau fasilitas yang berkualitas ataupun fungsi yang membedakan lembaga itu dengan pesaing. Strategi ini dilakukan dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Sebagai contoh persepsi mengenai keunggulan program, inovasi pendidikan, layanan prima, dan *brand image* yang lebih unggul.

Keputusan paling mendasar dari sebuah lembaga pendidikan dalam memasarkan sebuah produk adalah dengan merancang produk yang akan ditawarkan. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan dan keinginan.

Produk meliputi fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan madrasah. madrasah harus melakukan spesifikasi baik pada fasilitas maupun pelayanan yang diberikan pada pelanggan. Madrasah tidak

⁹⁶ Fuazi, wawancara, Bondowoso, 14 November 2019

hanya memberikan gambaran mengenai aspek layanan melainkan sekolah melihat kebutuhan dan keinginan dari setiap pelanggan dengan mengoptimalkan program, fasilitas dan layanan.

Pada bagian ini MAN Bondowoso terlebih dahulu melakukan identifikasi dan menganalisis lingkungan agar terciptanya ide dan program yang selaras dengan visi dan misi madrasah dan dapat diterima dikalangan masyarakat, dan memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Madrasah ini melihat latar belakang masyarakat Bondowoso yang yang kental sekali dengan kultur budaya religius. Dengan demikian madrasah melakukan pendekatan kultural ditengah masyarakat sejalan dengan bapak kepala madrasah yaitu Bapak Ibrahim dalam wawancara yang peneliti lakukan sebagai berikut:

“Latar belakang kagamaan yang kental, merupakan satu kelompok masyarakat yang mayoritas NU, madrasah membaca latar belakang lingkungan masyarakat sebagai langkah strategis pertama untuk menyusun dan merancang program madrasah yang akan ditawarkan kepada masyarakat, madrasah mengidentifikasi pasar melalui pendekatan lingkungan sekitar”.⁹⁷

Oleh sebab itu madrasah melakukan kajian kritis tentang latar belakang masyarakat Bondowoso yang nantinya dijadikan patokan sebagai *design* program madrasah dan ditawarkan kepada masyarakat luas.

Lebih lanjut guru Bahasa Inggris yaitu Jamal Bafadhal menyatakan:

⁹⁷ Ibrahim. Wawancara, Bondowoso, 14 November 2019

”MAN Bondowoso ini madrasah hebat dan bermartabat, mengapa saya katakan demikian? Ada banyak program-program yang ditawarkan kepada masyarakat khususnya siswa baik program akademik maupun non akademik, saya mengkategorikan beberapa program dimadrasah ini menjadi tiga. Pertama program inti atau peminatan yang terdiri dari program AGAMA, IPA, dan IPS. Kedua program nyata unggul yang terdiri dari program IDB (Infaq, Disiplin, dan Bersih), Program PKLA (Praktek Kerja Lapangan Keagamaan) dan PKLK (Praktek Kerja Lapangan Komputer), *Single sex class*, S3Q (Sholat, Salam, Silaturrohmi dan Quran). Ketiga program tambahan yang terdiri dari ekstra kurikuler, program plesterisai atau bedah rumah, dan program pemenuhan alat transportasi”⁹⁸.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ada banyak program yang ditawarkan madrasah kepada pelanggannya yang tentu dapat mengantarkan madrasah memiliki kualitas layanan dan citra positif dimata masyarakat luas. Berikut beberapa program madrasah yang ditawarkan kepada pelanggannya yang menjadi ciri khas dan keunikan dari madrasah ini;

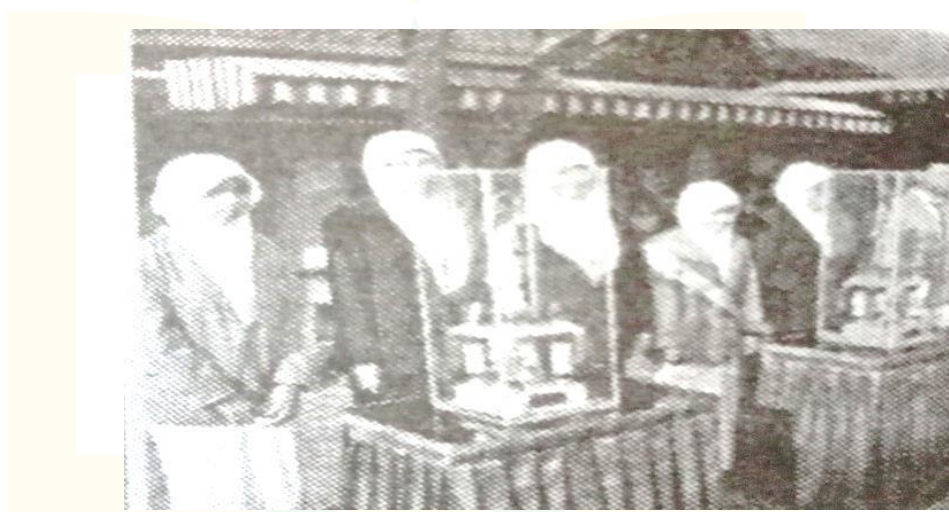
1) Program IDB (Infaq, Disiplin, dan Bersih)

Ada suatu kebiasaan yang baik bagi siswa dan siswi MAN Bondowoso. Yaitu kebiasaan berinfak, berdisiplin, serta selalu memperhatikan lingkungan semua itu terangkum dalam IDB (Infaq Disiplin dan Bersih) tujuan dari program ini adalah melatih siswa dan siswi MAN Bondowoso untuk menjadi calon pemimpin umat yang sederhana, rapi, sopan, memiliki keberanian, kejujuran, bertanggung jawab serta selalu ikhlas. Kegiatan IDB ini sangat diminati oleh siswa dan siswi MAN Bondowoso karena dalam

⁹⁸ Jamal Bafadhal, Wawancara, Bondowoso, 14 november 2019

program IDB ini, apabila ada kelas yang bisa merealisasikan tiga kriteria yang ada pada program IDB serta mendapat nilai tertinggi pada masing-masing kriteria, kelas tersebut berhak mendapat piala bergilir yang akan berada pada kelas tersebut selama satu bulan.

Gambar 4.1 Penyerahan piala bergilir pada program IDB⁹⁹



Sebagaimana yang disampaikan WAKA SARPRAS yaitu

Sugik sebagai berikut:

“Program ini merupakan program yang harus dijalani oleh seluruh warga madrasah baik guru maupun siswa. Siswa dan guru dibiasakan untuk memberi dalam keadaan apapun agar tumbuh rasa bersyukur dan memiliki dalam diri siswa dilatih disiplin dalam segala hal, tidak menyepelekan sesuatu dan rasa percaya diri pada pribadi siswa. Siswa juga dibiasakan hidup bersih, tidak hanya bersih dari sampah-sampah yang mengotori lingkungan kelas ataupun madrasah, namun lebih kepada kebersihan hati, yang diperoleh dari giat dan ikhlasnya membaca Al-quran dan bersedekah.”¹⁰⁰

Program ini sudah menjadi budaya dimadrasah ini, sehingga dalam kesehariannya siswa tidak merasa terbebani dan

⁹⁹ Dokumentasi Penyerahan Piala Bergilir Program IDB, Bondowoso 14 November 2019

¹⁰⁰ Sugik, Wawancara, Bondowoso, 14 November 2019

senang dengan adanya program ini. Di sisi lain tanggapan wali murid dan masyarakat sangat baik dengan program madrasah tersebut, seperti yang disampaikan Aminah wali murid alumni tahun 2017 adalah senagai berikut;

“Budaya bersedekah, memngaji, sholat tepat waktu di madrasah ...Alhamdulillah sudah mudah diterapkan oleh anak saya, kami orang tua siswa sengan dan bersyukur dengan perkembangan anak saya, harapan saya, MAN Bondowoso terus mengembangkan program keagamaan untuk menunjang masa depan dan membentuk pribadi kaum muda menjadi generasi harapan bangsa dan agama”.¹⁰¹

Seiring berjalannya waktu, program IDB yang diterapkan oleh seluruh siswa dari tiap kelas yang dipandu oleh wali kelas di madrasah ini, ada semacam penghargaan yang diberikan oleh madrasah itu sendiri kepada siswa dan wali kelas yaitu diberikan piala bergilir sebagai penghargaan dari penerapan IDB paling baik.

Seperti yang di jelaskan oleh guru Aqidah Ahlaq yaitu Fauzi adalah sebagai berikut:

“ seperti contoh dari segi infaq, siswa yang sudah berinfaq dari tiap kelas masing-masing akan diumumkan seminggu sekali pada saat upacara bendera. Dan tiap tiga bulan sekali diberikannya piala bergilir sebagai bentuk apresiasi dari madrasah, begitupun dari segi disiplin dan kebersihan kelas, hal ini tentu menjadi kebiasaan dan pemicu semangat dari siswa untuk melakukan kebaikan terus menerus”.¹⁰²

¹⁰¹ Aminah, wawancara, Bondowoso, 15 November 2019

¹⁰² Fauzi, Wawancara, Bondowoso, 15 November, 2019

2) Program PKLA (Praktek Kerja Lapangan Keagamaan)

Program PKLA Praktek Kerja Lapangan Keagamaan adalah kegiatan yang pelaksanaannya dilakukan oleh tiap-tiap kelas X sampai XII tanpa terkecuali, ini adalah kegiatan yang dalam bentuk kerja sama masing-masing kelas dengantakmir masjid atau musholla, pengurus pesantren, madrasah-madrasah dan elemen masyarakat lainnya, kegiatan ini bertujuan memberikan pendidikan kepemimpinan dan kemampuan berkomonikasi, berinteraksi, serta bersosialisasi dengan masyarakat sekitar sebagai bekal kelak mereka kembali kemasyarakat.

Fauzi selaku guru bidan studi Aqidah Ahlaq menjelaskan:

“Program ini merupakan program tahunan yang rutin dilakukan ketika memperingati hari maulid Nabi Muhammad SAW oleh madrasah dengan mengirim setiap kelas pada tiap daerah di bondowoso. Seluruh siswa ditiap kelas diwajibkan terlibat dalam kegiatan PKLA tersebut, siswa bekerja sama dengan masyarakat desa yang telah ditunjuk dan membentuk kepanitiaan untuk menjalakan program tersebut. Hal ini ditujukan untuk membangun mental siswa sebagai bekal hidup dimasyarakat, program ini juga sebagai salah satu program siar Islam yang dilakukan oleh madrasah. secara langsung juga sebagai wadah pengenalan dan promosi dari MAN Bondowoso”¹⁰³

Kepala Madrasah yaitu Ibrahim menyatakan sebagai berikut:

“Kami mempunyai program keagamaan bersama masyarakat yang jarang sekali dimiliki oleh madrasah lain. kami disini mempunyai PKLA (Praktek Kerja Lapangan Keagamaan).Komitmen ke-Islaman yang lain dapat dirasakan oleh masyarakat secara langsung di MAN

¹⁰³ Fauzi , wawancara, Bondowoso, 15 November, 2019

Bondowoso, kegiatan ini dirancang secara khusus untuk mengadakan peringatan Maulid Nabi dengan kepanitiaian gabungan antara siswa kelas tertentu dengan masyarakat atau ta'mir masjid. Setiap kelas wajib menggelar acara ini yang dikoordinir oleh wali kelas masing – masing. Saat ini MAN Bondowoso memiliki 32 kelas. Berarti madrasah ini mengadakan peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW bersama masyarakat sebanyak 32 kali di 32 tempat. Kegiatan ini menyebar di seluruh Bondowoso bahkan di luar kabupaten. Selain untuk merayakan hari lahirnya Rosulullah SAW, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada siswa untuk bersosialisasi dan mengadakan kegiatan bersama-sama dengan masyarakat”.¹⁰⁴

Hal ini juga dibenarkan oleh wakil kepala bagian humas

MAN Bondowoso yaitu Hambali yang mengatakan bahwasanya:

“PLKLA merupakan kegiatan bersama masyarakat yang sekaligus merupakan penyambung tali silaturahmi madrasah dengan desa setempat dengan adanya kegiatan PKL-A di Madrasah Aliyah ini merupakan suatu kegiatan yang satu-satunya di adakan di lembaga ini lebih-lebih bisa dilaksanakan di luar Madrasah, tujuannya agar murid-murid nantinya ketika sudah lulus dari MAN terbiasa menyampaikan materi keagamaan kepada masyarakat karena sebelumnya sudah mempunyai pengalaman sendiri untuk berani tampil, dan mempererat hubungan dengan masyarakat lebih baik lagi serta cara bergaul dengan sopan. Program ini mendapatkan antusias yang tinggi di masyarakat tak jarang diantara mereka yang sudah ditempati tahun lalu masih ingin ditempati lagi, karena mereka sangat merasa diuntungkan dengan program ini. Dalam kesempatan itu pula kita akan lebih mengenalkan eksistensi madrasah yang tak jarang masyarakat tidak begitu mengenal MAN Bondowoso baik dari lokasinya, program studi yang dimilikinya, sarana prasarana yang ada atau sistem pengajaran dan program-program unggulan yang dijalaninya. Dengan PKL A ini masyarakat akan mengenal lebih dekat, karena apada acara tersebut di sajikan video profil MAN Bondowoso secara lengkap”.¹⁰⁵

¹⁰⁴ Ibrahim, Wawancara, Bondowoso, 16 November 2019

¹⁰⁵ Hambali, wawancara, Bondowoso, 16 November 2019

Gambar 4.2 Kegiatan PKL-A di Desa Tamanan¹⁰⁶

Peneliti menyimpulkan dengan adanya berbagai program PKL A yang sifatnya terjun langsung ditengah masyarakat, madrasah mengharapkan siswa-siswi mampu mengamalkan ilmu yang sudah dipelajari dimadrasah sebelumnya, dan juga tumbuh dan berkembangnya mental siswa di tengah masyarakat sehingga tidak gagap dan kaget ketika berada di tengah masyarakat yang akan datang serta program ini menjadi instrumen pengenalan MAN Bondowoso kepada masyarakat.

3) S3Q (Salat, Salam, Silaturahmi dan Quran)

S3Q merupakan kultur MAN Bondowoso yang sudah mendarah daging dan menjadi nuansa islami didalam madrasah. sehingga menjadi kewajiban dan tanggung jawab bagi semua elemen warga madrasah untuk melestarikan kultur ini, kultur yang

¹⁰⁶ Dokumentasi Program PKL-A, Bondowoso, 16 November 2019

memiliki sejuta makna ini adalah sholat berjamaah, salam, silaturrohmi dan Al-quran.

Berikut penjelasan Ibrahim selaku Kepala Madrasah:

“Tujuan program salat, salam, silaturrohim dan Quran (S3Q). Salat, pelaksanaan salat dimadrasah adalah satu hal yang wajib dilaksanakan mengingat anak-anak pulang dari madrasah pukul 14:45 sedangkan rumahnya banyak diluar kota, maka sekolah harus memfasilitasi dengan shalat dzuhur berjamaah. Hal ini untuk menghindari anak-anak tidak sholat dzuhur. Sedangkan sholat dhuhur berjamaah ini adalah peluang untuk melaksanakan sunnah Rosul. Tapi ada konsekuensi yang harus kami penuhi yaitu sarana yang berupa mushallah, maka harus menyediakan mushalla yang dapat menampung sebanyak 2000 siswa dan 79 guru dan karyawan karena itu menjadi tuntutan, maka sarana itu harus ada. Alhamdulillah kami sudah memiliki dua mushallah dan dua serambi yang mampu menampung lebih dari 2000 jamaah. Walaupun itu pasti menghabiskan dana yang cukup banyak hampir 2 milyar kami keluarkan untuk memenuhi kebutuhan shalat itu. Saat ini kami sangat bangga dengan memiliki musholla dan serambi semegah ini dan kami berkewajiban untuk memakmurkannya. *Salam*, kita diberi amanah wali murid dengan menitipkan anak-anaknya di madrasah dan itu adalah para pencari ilmu yang sangat dimulyakan oleh Allah, kalau Allah saja memulyakan mereka, mengapa kita juga tidak memulyakannya? Dengan menyambut kedatangan mereka dipintu gerbang dan bermushafahah, rasanya itu salah satu bentuk dari penghormatan kita kepada orang yang dimulyakan Allah SWT. Karena itulah program salam itu dilaksanakan.¹⁰⁷

Hadhari menambahkan dari pernyataan Kepala Madrasah yaitu sebagai berikut:

Silaturrohmi, menyambung persaudaraan itu sangat dianjurkan oleh Islam, banyak hadis yang menjelaskan masalah silaturrohim ini, maka kita wajib melaksanakannya, dengan saling berkunjung baik yang sudah terjadwal

¹⁰⁷ Ibrahim, Wawancara, Bondowoso 16 November 2019

maupun yang tidak terjadwal, dengan tujuan agar kita tetap dalam satu kesatuan pandangan sesuai dengan visi misi yang kita jalankan. Dengan pertemuan-pertemuan seperti tanggal 17, pertemuan keluarga tiap bulan dan pertemuan-pertemuan lainnya ini tentu akan menjalin keakraban diantara kita, dengan keakraban itu kita lebih mudah menyampaikan program-program madrasah.¹⁰⁸

Lukman Menambahkan pula yaitu sebagai berikut:

“*Al-Quran*, program ini sudah lama kami inginkan bagaimana kita agar dapat memasyarakatkan *Al-Quran* di madrasah ini, karena sudah tak asing lagi bagaimana fadilah membaca *Al-Quran*. Madrasah dengan ribuan mushof layak disandingkan kepada MAN Bondowoso. Hal ini karena sebelum kegiatan pembelajaran dimulai seluruh warga MAN Bondowoso baik guru, karyawan, maupun siswa membaca *al-Qur'an* selama 15 menit. Setiap kelas sudah terdapat mushof sesuai dengan jumlah siswa di kelas tersebut. Jadi bisa dikatakan mushof di MAN Bondowoso berjumlah ribuan”.¹⁰⁹

Penjelasan Kepala Madrasah diperkuat oleh Triana selaku guru bidang studi Quran dan Hadist sebagai berikut:

“S yang pertama adalah sholat berjamaah lebih dari 987 siswa dan 61 guru dan karyawan sholat dzuhur berjamaah dan juga program keagamaan lainnya yang dilaksanakan secara berkamariah yaitu sholat dhuha yang dilaksanakan seminggu sekali di mushollah dan Arudhah. S yang kedua adalah salam. Salam ialah suatu hal yang biasa dilakukan mengucapkan salam maupun bersalaman dilakukan bermaksud mendoakan bagi siapa saja yang kita temui. Hal inilah yang melatar belakangi guru-guru MAN Bondowoso setiap paginya menyambut siswa siswinya untuk bersalaman dengan harapan mereka mendapatkan keselamatan dan ilmu barokah. S yang ketiga ialah silaturahmi untuk kultur yang satu ini MAN Bondowoso mempunyai program khusus yaitu nyantri yang dilaksanakan oleh semua guru dan staf MAN Bondowoso di pondok-pondok dan staudy banding kesekolah-sekolah yang turut serta menghidupkan kultur islami. Dan yang

¹⁰⁸ Hadlari, wawancara, Bondowoso, 16 November 2019

¹⁰⁹ Lukman Hidayat, wawancara, Bondowoso, 16 November 2019

terakhir adalah Al-quran dibaca semua warga madrasah setiap hari selama 35 menit sebelum pelajaran dimulai, sehingga tidak heran jika tersedia al-quran di setiap ruangandi MAN Bondowoso.”¹¹⁰

Dari informasi diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa S3Q merupakan program yang dilaksanakan rutin di MAN Bondowoso. Bahkan ada diantaranya dilaksanakan sebelum kegiatan pembelajaran.

Salam: Kegiatan salam dan bersalaman sudah menjadi tradisi yang kental di MAN Bondowoso, Sebelum kegiatan dimulai atau jam masuk, para guru telah berjejer baik di gerbang putra maupun di gerbang putri untuk menyambut kedatangan siswa. Seluruh siswa baik yang mengendarai kendaraan bermotor maupun yang berjalan kaki bersalaman dengan guru yang telah berjejer di pintu gerbang. Kegiatan ini rutin dilaksanakan untuk menyapa siswa sambil bersalaman sebelum masuk madrasah.

Kemudian sholat seluruh warga madrasah baik dari unsur guru, karyawan, maupun siswa secara bersama-sama melaksanakan sholat dhuha dan dhuhur secara berjamaah di setiap hari Musholla Ar-Roudloh yang mampu menampung 2000 jamaah ini. Bahkan para guru dan karyawan setiap malam jumaat kliwon rutin sholat hajat dan bertasbih untuk mendoakan para siswa. Hal ini dilaksanakan sebagai salah satu kewajiban guru di MAN

¹¹⁰ Triana, wawancara, Bondowoso, 16 November 2019

Bondowoso untuk mendoakan murid-muridnya dalam menggapai kesuksesan di dunia maupun di akhirat.

Selanjutnya ialah silaturahmi kegiatan silaturahmi rutin dilaksanakan setiap bulan oleh unsur guru dan karyawan MAN Bondowoso. Acara yang dikemas dengan pertemuan keluarga dilaksanakan dari rumah ke rumah dengan kegiatan istighosah mendoakan siswa, kultum dan ramah tamah. Melalui kegiatan pertemuan keluarga diharapkan mampu menciptakan hubungan kekeluargaan antarguru dan karyawan. Dan yang terakhir adalah membaca Al al-Qur'an madrasah dengan ribuan mushof layak disandingkan kepada MAN Bondowoso. Hal ini karena sebelum kegiatan pembelajaran dimulai seluruh warga MAN Bondowoso baik guru, karyawan, maupun siswa membaca al-Qur'an selama 15 menit. Setiap kelas sudah terdapat mushof sesuai dengan jumlah siswa di kelas tersebut. Jadi bisa dikatakan mushof di MAN Bondowoso berjumlah ribuan.

4) *Single Sex Clss System*

Single sex system merupakan sistem pengelompokan kelas berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan secara menyendiri atau pengelompokan sendiri. Bagi man bondowoso sendiri penerapan single sex class bukan sebatas penerapan pemisahan antara kelas putra dengan kelas putri. Tetapi lebih dari itu, juga dilakukan beberap pemisahan fasilitas madrasah untuk

siswa putar dan putri seperti gerbang pintu masuk, parkir sepeda, perpustakaan, musholla, ruang guru, hingga kegiatan ekstrakurikuler dan beberapa fasilitas yang lain, hal ini dilakukan sesuai dengan visi MAN Bondowoso yaitu berjiwa Islami.

Hal ini dikuatkan oleh pernyataan Ibrahim selaku pengelola madrasah sebagai berikut:

“MAN Bondowoso sejak dulu telah berupaya menjaga hubungan antar siswa putra dan siswa putri. Mengadopsi kultur yang ada di pesantren area putra dan area putri dibedakan. Bahkan seluruh kegiatan keorganisasian, layanan, dan kegiatan ekstraantar asiswa putra dan siswa putri sudah berbeda. mushalla, ruang guru, UKS, pintu gerbang, Tempat Parkir, perpustakaan, sudah dibedaka nantara putra dan putri. Berbeda dengan sekolah / beberapa madrasah lain, di MAN Bondowoso sudah dibedakan OSIS putra dan OSIS putri, pramuka putra dan pramuka putri, remus (remaja musholla) putra dan remus putri, ubudiyah putradan ubudiyah putri, redaksi putra dan reda ksiputri, PMR putra dan PMR putri, teatre putradan teatre putri. Hal ini bertujuan untuk menjaga pergaulan antara siswa putra dan siswa putri.”¹¹¹

Untuk mengetahui sejauh mana *implikasi single sex class system* bagi motivasi belajar siswa, peneliti melakukan observasi langsung kepada para siswa dan siswi dan hampir semua siswa siswi dapat lebih meningkatkan prestasi mereka dengan diterapkannya *single sex class system*. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Nurhadi Idris selaku guru bidang studi Bahasa Arab adalah sebagai berikut:

“bahwa penerapan *single sex class system* yang dilakukan di man Bondowoso bukan semata-mata pertimbangan syar’i (Agama), tetapi uji secara ilmiah di Negara-negara

¹¹¹ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 16 November 2019

barat telah juga telah membuktikan hal positif, yaitu meningkatnya prestasi siswi secara signifikan jika dibandingkan dengan kelas campuran antara laki-laki dan perempuan, artinya adaptasi siswa lebih meningkat. Dibagian lain *single sex class system* diyakini bisa memberikan perhatian dan keleluasaan yang memadai bagi perempuan untuk berekspresi dan pada gilirannya secara signifikan meningkatkan prestasi mereka. Tingginya dukungan siswi pada *single sex class system* dikarenakannya mereka menganggap bahwa, dengan dipisah keadilan gender dapat diwujudkan”.¹¹²

Hal tersebut terlihat dari Nurlaeli Siaminingsih siswi kelas XI dari program Agama sekaligus OSIM Madrasah yang mengungkapkan bahwa:

“saya lebih senang dipisah, karena biasanya kalau dicampur biasanya yang disuruh mengerjakan kedepan itu cowok saja, padahal kita yang cewek juga ingin, tapi kalau dipisah kan perhatiannya guru kekita saja, dan kalau saya atau temen saya yang mau menjawab pertanyaan tidak malu, karena biasanya malu pada anak cowok meskipun bisa menjawab, jadi ditahan saja”.¹¹³

5) Ektrakurikuler Madrasah

Wujud dalam mendukung potensi, minat dan bakat siswa, Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso memiliki berbagai macam ektrakurikuler baik ektrakurikuler yang mengarah pada keterampilan, olahraga maupun kognitif, ektrakurikuler yang mengarah pada keterampilan seperti kaligrafi, teater, banjari atau hadrah, qiriah, panacak silat, dan PBB. Pada ektrakurikuler yang mengarah pada olahraga seperti futsal, sepak bola, bulu tangkis, tenis meja. Sedangkan

¹¹² Nurhadi, wawancara, Bondowoso, 19 November 2019

¹¹³ Nurlaeli Siaminingsih, Bondowoso, 19 November 2019

ekstrakurikuler pada aspek kognitif seperti PMR, KSM ASM, *Public Speaking*, *English Club* dan pramuka.

No	Keolahragaan	Keterampilan	Kognitif
1	Sepak Bola	Kaligrafi	KSM
2	Futsal	Teater	OSM
3	Pencak Silat	Banjari	PMR
4	Bulu Tangkis	Hadrah	Publik Speaking
5	Basket	Qiroat	Pramuka
6	Tenis Meja		English Club

Tabel Ekstrakurikler Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

6) Program Plesterisasi atau Bedah Rumah

Pada program ini Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, memfasilitasi siswa yang tidak mampu, baik tidak mampu dalam membayar pembiayaan untuk kepentingan madrasah maupun tidak mampu atau kurang memiliki kelayakan dalam tempat tinggal.

Berikut penjelasan kepala HUMAS yaitu Hambali:

“MAN Bondowoso memiliki program bedah rumah. Program bedah rumah dikhususkan untuk rumah siswa yang tidak layak untuk beribadah dan belajar. Rumah-rumah tersebut tersebar di seluruh Kab. Bondowoso dan di luar kabupaten Bondowoso. Rata-rata setiap tahun rumah siswa yang dibedah ada 15 rumah. Program ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada siswa untuk beribadah dan belajar. Dana untuk bedah rumah diperoleh dari ZIS Bapak/Ibu guru dan karyawan MAN Bondowoso.”¹¹⁴

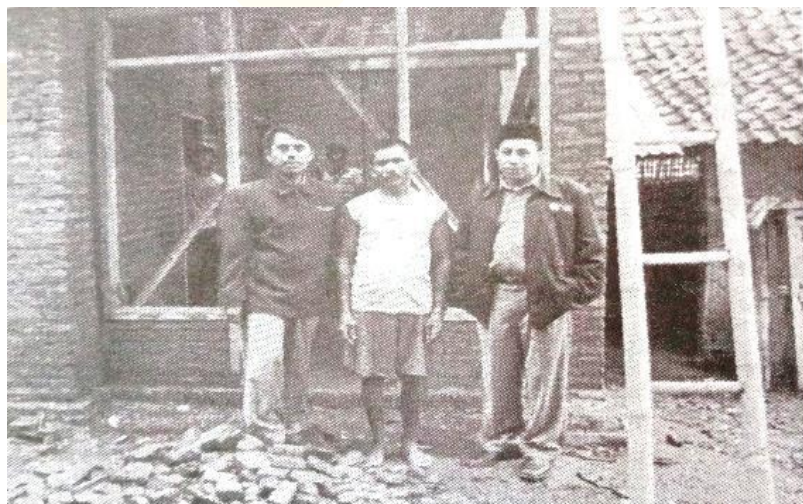
Muzayyin selaku *staff* tata usaha menambahkan:

“Program plesterisasi rumah merupakan program madrasah yang memiliki tujuan meringankan dan mengurangi beban

¹¹⁴ Hambali. Wawancara. Bomdowoso, 19 November 2019

orang tua siswa. Harapan dari madrasah agar tempat beribadah dan belajar dirumah menjadi kondusif dan nyaman, jika tercipta lingkungan yang kondusif, nyaman maka akan menimbulkan semangat beribadah dan belajar yang istiqomah.

Gambar 4.3 Bedah Rumah padawali murid didesa Wringin¹¹⁵



Hal ini juga diakui dapat berimplikasi positif pada masyarakat, terutama yang tempat tinggal mereka diplesterisasi seperti yang diungkapkan salah satu orang tua siswa yaitu Sunoto adalah sebagai berikut:

“Program bantuan bedah rumah ini sangat membantu kami dek, jadi senang semua, tetangga ada juga yangberharap tempat tempat tinggal mereka direnovasi oleh madrasah, harapan selanjutnya dari kami adalah man bondowoso terus mengembangkan program bantuan kepada siswa dan siswinya”.¹¹⁶

Jadi, penulis menyimpulkan bahwasanya program bantuan yang sifatnya dapat membantu orang tua siswa selaku pelanggan jasa Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso sangat bermanfaat bagi

¹¹⁵ Dokumentasi Bedah Rumah Didesa Wringin 19 November

¹¹⁶ Sunoto, wawancara, Bondowoso, 19 November 2019

pemasaran madrasah, dan dengan mudah MAN Bondowoso dipercaya sebagai sekolah yang berkualitas secara akademik dan pelayanan bagi setiap pelangganya, dengan demikian citra baik madrasah tetap melekat pada masyarakat umumnya.

7) Program Pemenuhan Alat Transportasi Sekolah

Program ini merupakan program yang memudahkan akses siswa kemadrasah. Rumah siswa yang sangat jauh dan tidak dapat dilalui oleh alat transportasi maka MAN Bondowoso memfasilitasi kendaraan berupa sepeda motor. Dalam hal ini, orang tua siswa dan siswa mengajukan bantuan dengan alasan yang jelas dan dapat dipertanggung jawabkan selanjutnya orang tua siswa dan pihak sekolah mengadakan perjanjian peminjaman transportasi.

Masa peminjaman alat transportasi ini selama satu semester dengan persyaratan perpanjang dari orang tua siswa.

Sebagaimana yang dijelaskan waka humas MAN Bondowoso yaitu Hambali sebagai berikut:

“Kami membantu masalah transportasi siswa yang tempat tinggalnya didesa, kami menawarkan alat transportasi yang bisa di pakai siswa selama bersekolah dimadrasah ini, seperti peminjaman sepeda motor yang telah ditandatangani atas peminjaman kendaraan tersebut”.¹¹⁷

Berdasarkan keterangan diatas peneliti menyimpulkan bahwa MAN Bondowoso selalu memberikan pelayanan yang berkualitas melebihi harapan kosumen, dari sekian banyak layanan

¹¹⁷ Hambali, wawancara, Bondowoso, 19 November 2019

berkualitas mulai dari program inti, program nyata, hingga program tambahan. Program yang ada juga sangat dinilai memberikan efek positif yaitu membawa kemajuan tidak hanya bagi siswa, tetapi bagi kesejahteraan orang tua siswa pula. Dengan kualitas pelayanan yang dimiliki MAN Bondowoso akan melahirkan persepsi yang sangat baik, tentu ini akan dapat meningkatkan citra lembaga MAN Bondowoso itu sendiri.

a. Focus Strategy (Fokus Strategi)

Strategi fokus adalah strategi menggarap suatu target khusus. Strategi fokus biasanya dilakukan untuk fasilitas ataupun jasa yang memang mempunyai karakteristik dan kepentingan khusus. Beberapa fasilitas seperti halnya hanya fokus ditargetkan untuk kelas atas sehingga semua fasilitasnya memberikan benefit dan fungsi sesuai dengan aturan yang ada. Fasilitas yang fokus pada target untuk kelas atas biasanya selalu mensyaratkan kriteria-kriteria yang disesuaikan dengan aturan. Untuk menarik lebih banyak pelanggan suatu penawaran jasa dapat ditambahkan atau diperbesar, dalam menghadapi persaingan yang begitu kompetitif, madrasah pada saat ini perlu menciptakan hal baru, baik dari segi pemasaran, pengaturan penyampaian jasa, pembiayaan dan lain sebagainya sehingga dapat memberikan lebih kepada konsumen.

Sebagaimana yang dilakukan oleh MAN Bondowoso, guru bidang studi Aqidah Ahlaq yaitu Fauzi menjelaskan:

“kami berkomitmen menghadirkan satu program khusus yaitu program kelas tahfidz Quranyang diberlakukan pada siswa yang masuk jurusan agama, hadirnya program ini karena beberapa faktor. *Pertama* pendidikan agama Islam merupakan usaha berupa bimbingan dan asuhan bagi anak didik agar dapat memahami dan mengamalkan serta menjadikannya sebagai pandangan hidup (*way of life*) selain itu, Tahfidz atau menghafalkan al-Qur’an adalah suatu perbuatan yang sangat mulia dan terpuji. Sebab, orang yang menghafalkan al-Qur’an merupakan salah satu hamba yang *ahlullah* di muka bumi,. *Kedua*, program ini sebagai ciri khas MAN Bondowoso mampu memperthankan eksistensi madrasah sebagai satu-satunya Madrasah Aliyah negeri di Bondowoso memiliki standar yang berbeda dengan sekolah / madrasah yang lainnya. Ketika beberapa Sekolah merintis Sekolah Berstandar Internasional (RSBI) atau Sekolah Berstandar Internasional (SBI), MAN Bondowoso justru mengembangkan Madrasah Standar Dunia Akhirat (SDA) artinya madrasah ini yang dikembangkan bukan hanya kegiatan duniawi saja tapi sangat dipentingkan adalah kegiatan ukhrowinya, bahkan program keagamaan merupakan program unggulan yang sangat diminati dan diperebutkan oleh siswa. Pada rogram kelas Tahfiz Quran ini MAN Bondowoso menerapkan tiga tahun menghafal dari kelas X sampai kelas XI. saat ini terdapat 6 kelas tahfidz tiga putra dan tiga putri. Siswa yang berada di kelas tahfidz ini diharapkan mampu menghafal al-Qur’an sebanyak 6 Juz setelah lulus dari Madrasah, walaupun pada kenyataanya banyak siswa yang telah hafal melebihi target di atas. Bahkan saat ini ada beberapa siswa yang telah menghafal lebih dari 20 Juz. Pada tahun 2018 kemarin salah satu siswa di kelas tahfidz menjadi juara III dalam ajang Aksioma tingkat provinsi. Penyeleksian kelas tahfidz dimulai di kelas X. Siswa yang ingin masuk di kelas tahfidz harus melalui tahapan seleksi terlebih dahulu karena keterbatasan kuota”.¹¹⁸

¹¹⁸ Fauzi , wawancara, Bondowoso, 19 November 2019

Najmil Laeli selaku guru bidang studi Bahasa Arab sekaligus koordinator tilawatil Quran menambahkan:

“Program tahfizd Quran merupakan program ditawarkan pada siswa yang masuk pada jurusan keagamaan di MAN Bondowoso program ini berjalan selama kurang lebih dari tiga tahun akan tetapi banyak peminatnya dari kalangan madrasah. program kelas tahfizd ini tersedia ketika siswa mengambil jurusan pada saat penjurusan ketika kelas XI. Dari beberapa kelas keagamaan yang tersedia, diambil dua kelas yang nantinya akan difokuskan untuk pengembangan tahfizd Al-quran. Penyeleksian kelompok belajar tahfizd siswa-siswi di tes tingkat kemampuan dalam menghafal Al-Quran, tajwidnya dan hal-hal yang berkaitan dengan membaca dan menghafal al-quran, setelah dinyatakan lulus oleh penguji siswa dan siswi dapat mengikuti kelas tahfizd. Pada pelaksanaannya siswa dan siswi yang memasuki kelas tahfizd ini dibimbing untuk menghafal setidaknya 3jus dalam satu semester, didampingi dengan pengajar yang berkompeten diharapkan siswa dan siswi dapat menghafal al-quran dengan baik dan benar. Madrasah ini menerapkan tiga tahun menghafal dari kelas X sampai kelas XI. Setiap semester di targetkan untuk menghafal 2 Juz, meskipun ditargetkan hanya dua jus setiap semester, saat ini ada diantara mereka yang sudah duduk di kelas XII hampir hafal 30 Jus yaitu Diana Nurul Izzah Siswi Kelas XII Tahfidz Putri, bahkan sudah memenangkan kejuaraan tingkat nasional, upaya madrasah memotifasi siswa-siswi untuk menghafal lebih semangat, yakni dengan menerapkan sistem *reward* dan *punishment* artinya bagi siswa-siswi yang sudah hafal dengan target 2 jus selama satu semester maka akan di dibebaskan dari tanggungan biaya sekolah, namun sebaliknya apabila selama satu semester tidak menghafal 2 jus maka akan di kenai hukuman yaitu di pindahkan di kelas reguler.”¹¹⁹

Berdasarkan penjelasan diatas Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso memang sangat mengencarkan program-program yang berbasis keagamaan. Seperti kelas Tahfidz Quran yang

¹¹⁹ Najmil Leli, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

kehadirannya berasaskan beberapa faktor yaitu pendidikan agama islam sangat penting sebagai *way of life* dan menjadikan program tersebut sebagai ciri khas MAN Bondowoso yang memiliki predikat standart dunia akhirat.

Dengan adanya program tahfizd, orang tua siswa memiliki opsi untuk pengembangan anaknya, terutama pengembangan dalambidang agama. Tentunya hal ini sangat berguna bagi siswa dimasa yang akan datang melihat banyaknya perguruan tinggi dan lapangan pekerjaan yang membuka jalur prestasi melalui hafalan Al-quran.

Mendesign dan mendistribusikan program merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Karena menjadi penentu siapa yang akan mendapatkan manfaat dari program yang didistribusikan. Lokasi dan skedul dari suatu program pendidikan dapat menentukan kesuksesan suatu lembaga.

Oleh karena itu setelah program atau produk dibentuk dengan harga yang cocok, menetapkan target, dan sasaran pemasaran, maka selanjutnya adalah pendistribusian jasa, yang didalam membutuhkan media dan fasilitas. Pendistribusian jasa MAN Bondowoso seperti sekolah lain pada umumnya, menggunakan media promosi seperti dimedia *online*, promosi menggunakan *banner*, dan brosur. Tetapi hal ini dirasa sangat kurang efektif oleh madrasah. karena target pasar yang dituju

kurang memahami dengan media online. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Kepala MAN Bondowoso yaitu Ibrahim sebagai berikut:

“Persepsi kami, kami melakukan promosi jasa pendidikan menggunakan website, atau media sosial lainnya kurang efektif dikalangan masyarakat Bondowoso, kami melakukan promosi madrasah dengan mengikuti lomba-lomba dan aktif dikegiatan kemasyarakatan”¹²⁰

Target utama dari aktivitas promosi madrasah adalah masyarakat Bondowoso yang menginginkan putra putrinya memiliki pemahaman tinggi tentang agama Islam. Hal ini dikarenakan madrasah memiliki konsep yang nyaris sama dengan pondok pesantren.

Berangkat dari itu, MAN Bondowoso memiliki pangsa pasar tersendiri khususnya di wilayah Bondowoso. Baik di daerah perkotaan maupun daerah pedesaan. Bentuk promosi madrasah juga dilakukan oleh para alumni yang merekomendasikan madrasah tersebut kepada orang lain. Promosi ini tentunya sangat membantu madrasah mengenalkan profil dari madrasah itu sendiri.

Penyampaian informasi madrasah kepada wali murid biasanya dengan cara mengundang wali murid ke madrasah dan mendiskusikan berbagai persoalan dengan wali murid. Penggunaan media *online* seperti *facebook*, *instagram* dan dan

¹²⁰ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

media *online* lainnya juga digunakan sebagai instrumen publikasi madrasah. Berikut hasil wawancara dengan waka kesiswaan yaitu Iwuk Masfufah yang mengungkapkan:

“Bentuk promosi yang dilakukan MAN Bondowoso menggunakan beberapa media yang terdiri dari media *online* seperti *Facebook* yang digunakan sebagai publikasi kegiatan sekolah daftar siswa yang diterima di perguruan tinggi, *Youtube* digunakan untuk pengenalan profil madrasah, *Wibesite* Madrasah digunakan sebagai media pengenalan, penyampaian, dan sistem keluhan madrasah. media ini juga digunakan sebagai penerimaan siswa baru jalur *online website* madrasah ini yaitu: www.manbo.sch.id . kemudian media berikutnya ialah media *offline* seperti Brosur PPDB yang digunakan saat penerimaan siswa baru berisi tentang pengenalan dan profil madrasah, tanggal waktu pendaftaran dan lain sebagainya, kemudian kami melakukan kegiatan madrasah yang dengan inilah MAN Bondowoso inten melakukan kegiatan promosi, seperti PKLA bersama masyarakat desa. Pada kegiatan ini dilakukan publikasi madrasah dengan menayangkan *video* profil madrasah. secara tidak langsung masyarakat mengenal dan menilai MAN Bondowoso. Tidak hanya lewat kegiatan keagamaan, tetapi juga program bedah rumah bagi warga MAN Bondowoso yang kurang memiliki kelayakan tempat tinggal dan tempat beribadah. Dari hal tersebut secara tidak langsung masyarakat memberikan nilai positif bagi madrasah. masih banyak lagi kegiatan promosi madrasah seperti pawai Muharram, PKLK yang biasa dilakukan kerjasama dengan DINAS setempat”¹²¹

Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso ada banyak media dan fasilitas yang dapat digunakan sebagai alat pendistribusian produk madrasah. selain dilengkapi sarana dan prasaran yang memadai, madrasah juga selalu berinisiatif memperluas lahan madrasah yang digunakan untuk menambah

¹²¹ Iwuk Masfufah, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

kapasitas daya tampung peserta didik, bahkan MAN Bondowoso berinisiatif membuka cabang madrasah didua tempat yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar MAN Bondowoso itu sendiri.”

Sebagaimana yang diungkapkan Maharani selaku kepala tata usaha sebagai berikut:

“Pendistribusian jasa Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso juga melibatkan para alumni mereka ikut merekomendasikan madrasah kemasyarakat luas, khususnya anak yang baru lulus di tingkat pendidikan menengah, serta menjadi donator dan promotor untuk kepentingan madrasah. ini dirasa sangat efektif ketika madrasah menyampaikan jasa kepada calon pelanggan pendidikan. Siswa juga turut aktif dikegiatan-kegiatan masyarakat semakin mendukung madrasah dalam pendistribusian jasa, terlebih sebagai bentuk promosi madrasah.”¹²²

Lebih lanjut Tres selaku anggota panitia PPDB mengutarakan alur publikasi jasa pendidikan di MAN Bondowoso sebagai berikut

:“Lembaga pendidikan membutuhkan komonikasi yang efektif dengan pasar sasaran. Madrasah harus menyampaikan informasi kepada konsumen tentang tujuan, aktivitas, visi dan misi madrasah. untuk memotivasi mereka tertarik dengan program madrasah. setiap lembaga pendidikan harus teratur dalam melakukan komonikasi diri melalui program, siswa, alumni, dan komonikasi formal lainnya. ini efektif untuk memelihara citra lembaga, membangun dukungan, loyalitas alumni dan masyarakat, menyediakan informasi mengenai program-program madrasah yang ditawarkan. Pada umumnya setiap lembaga dalam melakukan promosi menggunakan iklan atau *advertising*, publikasi pemasaran dan manajemen humas.

¹²² Maharani, wawancara, Bondowoso, 20 Novemver 2019

Merupakan tindakan efektif ketika melakukan promosi lembaga. Fungsi humas di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso adalah mengidentifikasi publik yang relevan dengan madrasah, mengukur citra dan perilaku publik terhadap madrasah, mengembangkan strategi humas, dan mengevaluasi serta melakukan tindakan yang bersinergi antara madrasah dan masyarakat luas.”¹²³

Gambar 4.4 Brosur PPDB MAN Bondowoso¹²⁴

MAN BONDOWOSO
The Islamic Senior High School Of Bondowoso

MENERIMA PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU TP. 2019-2020

VISI MAN BONDOWOSO
"UNGGUL DALAM PRESTASI, SIAP BERKOMPETISI, BERJIWA ISLAMI"

PILIHAN PROGRAM PEMINATAN
• KEAGAMAAN • IPA • IPS

Jalur Prestasi MULAI TANGGAL 15 - 18 APRIL 2019
PUKUL : 07.30 - 13.00 WIB

- KETENTUAN
 1. Hatal Al Qur'an
 - 5 - 9 Jus mendapatkan Bea Siswa 1 Tahun
 - 10 - 14 Jus mendapatkan Bea Siswa 2 Tahun
 - 15 - 30 Jus mendapatkan Bea Siswa 3 Tahun
 2. Prestasi Akademik dan Non Akademik Perorangan Tingkat Kabupaten s/d Tingkat Nasional mendapatkan Bea Siswa sesuai Ketentuan
 3. Verifikasi Tanggal 20 April 2019 Jam Dinas dengan membawa Persyaratan Verifikasi!

Jalur On line TANGGAL 26 APRIL 2019 (SAMPAI PAGU TERPENUHI) PAGU PUTERI : 218 SISWI
PAGU PUTERA : 182 SISWA

- ONLINE DI ALAMAT:
 - ALAMAT PUTERA: <http://pddp.putera.manbondowoso.sch.id>
 - ALAMAT PUTERI: <http://pddp.puteri.manbondowoso.sch.id>
- VERIFIKASI: 27-29 APRIL 2019
- TES INTERVIEW/BACA TULIS AL-QUR'AN TANGGAL 30 APRIL 2019
- PENGUMUMAN HASIL TES DAN DAFTAR ULANG TANGGAL 1 MEI 2019
- PLACEMENT TES TANGGAL 3 MEI 2019 (termasuk Jalur prestasi)

Syarat Pendaftaran CONTACT PERSON : 1. TRIANA S-348 : 091234000379
2. Nawardi, S.Pd : 085257328228
3. Anwar Zainun, S.Pd.I : 085220948999

1. Menunjukkan Sertifikat/Plagam/Surat Keterangan Asli dan foto copy ((Jalur prestasi))
2. Menunjukkan Raporl Asli dan foto copy raporl smg/mts semester 1 - 5
3. Menyerahkan Foto Copy Akte Kelahiran, print out NISN, KAPUN (Kartu peserta Ujian nasional) dan foto copynya
4. menyerahkan foto copy kartu Keluarga, foto copy Ktd orang tua,
5. menyerahkan foto copy Ijazah SD/MI

Dari penjelasan diatas penulis menyimpulkan pemanfaatan bulikasi seperti brosur, surat kabar, katalog, baleho, *advertising* atau iklan dan publikasi lainnya untuk kebutuhan pemasaran berimplikasi tinggi bagi madrasah. Masyarakat diberikan gambaran besar tentang madrasah yang

¹²³ Tres, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

¹²⁴ Dokumentasi Brosur PPBB 2019/2020, Bondowoso 20 November

akan menjadi pilihan jenjang pendidikan selanjutnya. Periklanan merupakan bentuk promosi *nonpersonal* yaitu dengan menayangkan profil madrasah di stasiun televisi atau surat kabar dan jenis periklanan lainnya. Untuk MAN Bondowoso sendiri melakukan promosi dengan menggunakan brosur seperti sekolah lainnya. Akan tetapi tidak hanya sampai disini, bentuk promosi sekolah lebih dominan pada bagaimana madrasah dan siswanya terjun langsung ditengah masyarakat.

2. Service Marketing Mix Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga Di Madrasah Aliyah Negeri

Program kinerja bauran pemasaran jasa merupakan salah satu alat pemasaran jasa yang utama untuk mencapai tujuan organisasi. Program tersebut merupakan fungsi yang memiliki kontak besar dengan lingkungan eksternal. Bauran pemasaran jasa memainkan peranan yang sangat penting sebagai bagian dari strategi dan kebijakan organisasi untuk mewujudkan kepuasan yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan kesetiaan. Dengan demikian maka, kinerja bauran jasa berhubungan erat dengan pelanggan yang menggunakan produk pendidikan yang ditawarkan.

a. People

1) (SDM) Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Aspek manajemen adalah aspek yang paling urgen dalam lembaga apapun. Termasuk madrasah yang didalamnya sebagai pengelola adalah kepala madrasah. peran kepala madrasah sangat strategis, dan masa depan lembaga bergantung pada kemampuan

manajemen kepala madrasah. kemampuan kepala madrasah berbanding lurus dengan prospek madrasah tersebut. Selain itu perlu juga didukung oleh struktural yang tepat agar dapat memberikan efek positif bagi kinerja madrasah dalam memberikan pelayanan.

Kepala Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso membentuk struktural pedidik dan tenaga kependidikan dengan sangat cermat mendelegasikan pegawai senior dan yang berpengalaman di tiap waka-waka yang ada. Serta mendelegasikan guru yang sesuai dengan kemampuan dan bidang yang diampunya.

Pendelegasian tugas pendidik dan kependidikan di madrasah ini sudah sangat baik. Guru dan tenaga administrasi tidak merangkap jabatan. Guru dan tenaga administrasi telah berstatus minimal dan telah lulus program strata 1 (S1) di bidang yang diampunya. Jadi pembagian tugas mengajar dan tugas-tugas administratif sesuai dengan program keahlian masing-masing guru. Kualitas layanan pendidikan di MAN Bondowoso ditunjang dengan mutu sumber daya manusia seluruh tenaga pendidik adalah lulusan sarjana bahkan magister. Proses perekrutan pendidik dan tenaga kependidikan di MAN Bondowoso mengacu pada perekrutan dan penyeleksian yang sudah diatur jelas oleh pemerintah. Sebagaimana yang dipaparkan Kepala Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso yaitu Bapak Ibrahim:

“Konsep perekrutan tenaga pendidik dan kependidikan tidak ubahnya seperti perekrutan siswa pada umumnya, prinsipnya ingin memperoleh yang terbaik. Polanya sesuai SOP dengan berasaskan transparansi dengan mengikuti prosedur yang sesuai standarnya”.¹²⁵

Secara rinci Jamal Bafadhal selaku guru tetap MAN Bondowoso dan pengampu bidang studi Bahasa Inggris menyatakan:

“Proses penyeleksian, calon pendidik dan tenaga kependidikan pada tahap pertama diberikan tes secara akademik pada bidang yang akan diajar. Selanjutnya setelah dinyatakan lulus dalam tes tersebut, calon pendidik dan tenaga kependidikan diberi tes bidang keagamaan, seperti bagaimana cara membaca al-quran yang baik dan benar, seta melakukan serangkaian tes keagamaan lainnya. Dinyatakan lulus pada tes keduanya. Pendidik dan tenaga kependidikan memiliki jam wajib mengajar selama 24 X minimal mengajar didalam kelas. Seiring berjalannya waktu, pendidik dan tenaga kependidikan di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso berstatus minimal S1sesuai dengan bidang mata pelajaran yang diampu, pendidik dan tenaga kependidikan dimadrasah ini juga sudah mencapai 95% bersertifikasi guru”.¹²⁶

Dari penjelasan kedua informan tersebut yaitu Ibrahim dan Jamal jelas bahwa perekrutan tenaga pendidik dan kependidikan mengikuti *Standar Operational Procedure* (SOP) yang telah diatur oleh pemerintah yang mengedepankan transparasi, dengan beberapa langkah prekrutan langkah pertama diadakan tes akademik dan tes bidang keagamaan seperti membaca Al-quran yang baik dan benar kepada seluruh calon tenaga pendidik dan kependidikan. Langkah keduadinyatakan lulus pada tes keduanya. Pendidik dan tenaga

¹²⁵ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

¹²⁶ Jamal Bafadhal, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

kependidikan dideliasikan memiliki jam wajib mengajar selama 24 X minimal mengajar didalam kelas. Upaya pengembangan yang dilakukan kepala madrasah sebagai peningkatan kompetensi dan kualitas guru di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso terus dilakukan. Madrasah mengadakan minimal 2 kali program peningkatan kompetensi guru dalam satu tahun. Seperti pelatihan teknologi pendidikan, media ajar, sisitem penilaian, kurikulum dan lain sebagainya.

Sejalan pula dengan ungkapan Nur Isa selaku WAKA Kurikulum sekaligus guru bidang studi matematika menyatakan:

“Biasanya kami melakukan kegiatan-kegiatan yang berkenaan dengan peningkatan kompetensi guru, seperti pelatihan penilaian, kurikulum, pengembangan media ajar dan lain sebagainya. kami melakukan kerja sama dengan balai diklat, dan terkadang juga bekerja sama dengan perguruan tinggi. Kepala madrasah selalu memberi motivasi agar kinerja guru madrasah tetap stabil dan memberikan efek baik kepada madrasah, kepala madrasah melakukan monitoring dari kinerja tiap guru dan tenaga administrasi madrasah. Ada kegiatan rapat tiap minggu untuk mengevaluasi dari kinerja guru. Rapat dilakukan sebanyak dua kali selama seminggu yaitu dihari jumat dan sabtu, untuk hari jumat biasanya rapat antar guru atau rapat koordinasi, sedangkan rapat pada hari sabtu biasanya rapat antara pimpinan sekolah”¹²⁷.

¹²⁷ Nur Isa, Wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

Gambar 4.5 Kegiatan Peningkatan Profesionalitas Guru ¹²⁸

Penjelasan informan tersebut peneliti menyimpulkan kepala madrasah rutin memberikan pelatihan-pelatihan sebagai optimalisasi kompetensi guru, mulai dari pelatihan kurikulum, pelatihan penilaian serta memonitoring dari tiap pekerjaannya. ini merupakan salah satu pengembangan sumberdaya manusia yang ada di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, dengan kegiatan ini diharapkan agar dapat tercapainya visi misi madrasah.

Namun ada hal lain yang dilakukan kepala madrasah beserta guru dan karyawan dalam meningkatkan profesionalitas dan kompetensi mereka yang mungkin jarang atau tidak bisa dilakukan oleh sekolah atau madrasah lainnya, yaitu seluruh civitas madrasah mulai dari *cleaning service* sampai ke kepala sekolah melakukan kegiatan nyantri di beberapa pesantren unggul seperti pondok pesantren Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo Situbondo, pondok pesantren Sidogiri, pesantren Tahfidzil Quran Mataram Nusa

¹²⁸ Dokumentasi Workshop penyusunan soal Bondowoso 20 November

Tenggara Barat (NTB), dan beberapa lembaga pendidikan unggul lainnya seperti UIN Maliki Malang dan MAN 1 Jember tujuan dari kegiatan ini adalah tak lain untuk menggali ilmu demi memperkaya pengetahuan sumber daya manusia yang ada di MAN Bondowoso.

Lebih jauh seorang guru Bahasa Inggris yaitu Warai Efendi memaparkan bahwa:

Seluruh warga MAN Bondowoso melakukan kegiatan nyantri di beberapa pesantren unggulan seperti pondok pesantren salafiyah syafi'iyah sukorejo asempagus situbondo, sebagaimana layaknya santri para Bapak Ibu guru dan karyawan MAN Bondowoso mengikuti semua kegiatan dipesantren dengan seksama, diawali dengan sejarah ke makam KHR. Syamsul Arifin, KHR. As'ad Syamsu Arifin dan keluarga dilanjutkan dengan sholat magrib berjamaah. Lepas sholat magrib berjamaah dilanjutkan silaturrohim dan ngaji dikediaman pengasuh pondok pesantren KHR. As'ad Afifuddin dan beberapa kiayi yang lain. selepas sholat isya' berjamaah rombongan guru melakukan *visiting* ke beberapa fasilitas pesantren, disana kami semua rombongan diberi kesempatan seluas-luasnya menggali ilmu agama. Dan dibawah bimbingan bapak kepala MAN Bondowoso, rombongan MAN turut serta mengikuti kegiatan belajarmengajar ilmu agama dipesantren tersebut. Tentu dengan kegiatan ini rombongan guru dan karyawan MAN Bondowoso tidak pulang dengan tangan hampa, melainkan membawa ilmu berharga dari sebuah pesantren salafiyah, dengan harapan ilmu yang didapat ini akan menjadi pengokoh pondasi kultur islami di madrasah ini”¹²⁹.

IAIN JEMBER

¹²⁹ Warai Efendi, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

Gambar 4.6 Kegiatan nyantri KS dan karyawan MAN Bondowoso¹³⁰



Menjadi pedoman dari setiap guru yang ada di MAN Bondowoso ini yakni guru tidak hanya memberikan pembelajaran di kelas, akan tetapi fungsi dan peran guru adalah mengajar, melatih, membimbing dan mendoakan dengan mengedepankan ketauladanan dari kepala sekolah, guru dan karyawan setiap program di madrasah berjalan sangat efektif. selain itu tingkat kedisiplinan guru di madrasah ini sangat baik. Dari setiap harinya guru yang datang di madrasah harus melakukan *chek lock* sebagai tanda presensi kehadiran.

Sebagaimana yang dijelaskan Nurhadi Idris selaku koordinator jurnalistik sekaligus guru Bahasa Arab:

“Anak itu lebih mudah meniru dari pada menurut itu yang selalu diucapkan KHJ Imam Barmawi Burhan dalam setiap mengadakan pembinaan guru-guru dan karyawan. Bahkan untuk memberlakukan satu program saja yaitu Salam, bapak kepala madrasah harus memberi contoh dulu selama 2 tahun

¹³⁰Dokumentasi kegiatan nyantri KS dan karyawan, Bondowoso 20 November 2019

berdiri didepan pintu gerbang menyambut kehadiran siswa dengan musafahah. Baru setelah itu diikuti oleh guru-guru yang lain sampai sekarang. Kegiatan itu sekaligus mengajarkan kedisiplinan bahwa sepatutnya guru harus lebih dulu datang kemadrasah daripada siswanya. Kedisiplinan ini tidak hanya diberlakukan kepada siswa, tetapi juga berlaku kepada guru dan karywan, masuk pukul 06:130 dan pukul pada 14:45 dengan menggunakan chek in dan chek out dengan sidik jari bagi guru yang memiliki komitmen tinggi untuk melakukan setiap kegiatan yang dilaksanakan. Dalam satu bulan guru harus masuk kemadrasah sebanyak 85%, jika kurang dari itu maka ada teguran dan sanksi dari madrasah. ¹³¹

Berdasarkan informasi yang didapat dari kepala madrasah dan para guru MAN Bondowoso, kemudian peneliti melihat data tentang kualifikasi tenaga pendidik dan memang benar sekali kualifikasi pendidik dan tenaga kependidikan yang ada di MAN Bondowoso adalah orang-orang pilihan yang terbaik karena telah mengikuti tahapan seleksi yang sesuai standar operasional pemerintah. Maka sumber daya yang baik inilah yang akan menjalankan roda lembaga MAN Bondowoso dan mengantarkan peserta didik menjadi output yang baik pula.

2) Siswa

Kemudian mekanisme penerimaan siswa baru Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso yakni melalui dua jalur, yang pertama melalui jalur prestasi yang kedua adalah melalui jalur reguler, pada jalur reguler sendiri melalui dua jalur yaitu *online* dan *offline* bisa langsung mendapatkan bangku sekolah, untuk rentan durasi

¹³¹ Nurhadi Idris, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

pendaftaran reguler biasanya dilaksanakan selama 12 jam setelah kouta terpenuhi langsung ditutup oleh pihak madrasah.

Ketika siswa sudah mendaftar dan dinyatakan diterima kemudian dilakukan *placement test* dan *interview* untuk mengetahui dan membagi siswa sesuai dengan kelas masing-masing, *placement test* biasanya digunakan untuk mengetahui prestasi akademik siswa, apakah siswa itu lebih cocok masuk pada jurusan IPA, IPS atau keagamaan. Sedangkan *interview* digunakan untuk mengetahui masing-masing minat siswa, artinya setelah diketahui bakat dan minat dari masing-masing siswa, maka siswa diarahkan pada jurusan yang dianggap mampu khususnya kelas tahfidz.

Mekanisme pembagian seragam siswa yaitu ketika siswa melakukan administrasi SPP sebesar 75% , siswa mendapatkan seragam sekolah yang terdiri dari baju putih, celana abu-abu satu set baju biru bintur seragam pramuka dan kaos olahraga. Ketika 75% administrasi dilakukan terkecuali siswa tidak mampu maka dapat mengajukan keringanan, pembayaran juga dapat dilakukan dengan mencicil oleh siswa dan tetap mendapatkan seragam sekolah.

Pada tahun ajaran 2019/2020 sebanyak 37 siswa disetiap 11 kelas yang ada. jadi secara keseluruhan tercatat sebanyak 407 siswa baru baik dari jalur prestasi maupun reguler, Ibu Titik selaku guru bidang studi sosiologi mengatakan:

“Untuk tahun ini Alhamdulillah penerimaan siswa baru mengalami peningkatan yang signifikan padahal pendaftaran dibuka dalam waktu sehari saja dan melalui online, proses selanjutnya setelah siswa diterima maka siswa tersebut harus melunasi administrasi tentunya dengan syarat dan ketentuan yang ada di madrasah ini.”¹³²

Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Bapak Muzayyin panitia PPDB sebagai berikut:

“MAN Bondowoso yang terdiri dari 32 rombongan belajar saat ini dibagi menjadi tiga jurusan yaitu Agama, IPA, dan IPS. Jurusan terbanyak dari masing-masing kelas tersebut adalah Jurusan Agama. Jurusan Agama saat ini terdiri dari 18 rombongan belajar. Dari rombongan belajar tersebut masing-masing jenjang memiliki dua kelas tahfidz yaitu tahfidz putra dan tahfidz putri. Saat ini kelas tahfidz di MAN Bondowoso terdiri dari 6 rombongan belajar.”¹³³

Sosialisasi peraturan sekolah bagi setiap siswa dan wali siswa adalah ketika dilaksanakan kegiatan ta'aruf kepada wali siswa dan kegiatan orientasi madrasah di awal masuk ke padasiswa yang dikordinir oleh anggota OSIM dan para guru Madrasah, tim yang telah ditunjuk mengenalkan lingkungan dan budaya madrasah.

Selama siswa menuntut ilmu di MAN Bondowoso, ada beberapa peraturan yang tidak boleh dilanggar oleh setiap siswa. Kategori penilaian peraturan pelanggaran yang diterapkan menggunakan sistem pengskoran, akan tetapi rencana tindak lanjut kedepan adalah menggunakan sistem klasifikasi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh guru BP sebagai berikut:

¹³² Titik, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

¹³³ Muzayyin, wawancara, Bondowoso, 20 November 2019

“Penanganan mengenai pelanggaran peraturan yang dilakukan oleh siswa, kami gunakan sistem klasifikasi menurut tingkat kesalahannya, misalkan, telat masuk madrasah siswa tersebut diberi sanksi mengaji surat yasin tiga kali sebelum masuk kelas, kemudian jika siswa melanggar peraturan yang sangat bertentangan dengan agam islam seperti ketahuan chat yang tidak wajar dengan lawan jenis yang bukan mahromnya, maka sanksi yang diterima siswa tersebut ia harus rela dititipkan ke lembaga lain selama satu bulan. Nah yang paling kami tidak inginkan adalah harus mengembalikan siswa kami kepada orang tuanya hal demikian dilakukan apabila salah satu siswa melakukan kesalahan fatal misalkan bagi siswa putri ia diketahui berbadan dud, atau bagi siswa mereka minum minuman keras, kesalahan demikianlah yang tidak adateransi dari kami.”¹³⁴

Selain terdapat aturan-aturan yang harus dipatuhi siswa, Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso juga terdapat reward bagi siswa yang berprestasi, yakni ketika berprestasi secara individu maupun non akademik dibebaskan biaya infaq selama 1 tahun, hafal Al-quran 5 jus dibebaskan biaya infaq selama 1 tahun, hafal Al-quran 10 jus dibebaskan biaya infaq selama 2 tahun dan jika lebih dari itu dibebaskan biaya infaq selama mengenyam pendidikan di MAN Bondowoso.

Sesuai perntataan Tutuk Indah Nurmahmudah selaku guru kimia sebagai berikut:

“Ada program beasiswa dari man bondowoso itu sendiri yaitu pembebasan biaya infaq selama 1 tahun. Hafal al-quran 5 jus dibebaskan biaya infaq selama 1 tahun, hafal alquran 10 jus dibebaskan uang infaq selama 2 tahun dan jika lebih dari yang ditargetkan sekolah maka siswa tersebut

¹³⁴ Endang, wawancara, Bpndowoso, 21 November 2019

dibebaskan uang infaq selama ia bersekolah dimadrasah ini.”¹³⁵

Pada prosesnya, ketika siswa telah selesai menempuh pembelajaran dan menjelang Ujian Nasional terdapat pembekalan oleh madrasah pada setiap jurusan, baik pada program IPA, IPS maupun Agama, hasilnya ketika mengikuti UNBK berimplikasi cukup besar yakni siswa dapat memperoleh nilai yang memuaskan, dan 80% siswa-siswi diterima di PTN bagi yang melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

b. *Process* (proses)

Proses merupakan suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Elemen proses ini mempunyai suatu upaya perusahaan atau lembaga dalam menjalankan aktivitasnya untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa proses merupakan suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen, dimana proses ini sangat berkaitan dengan sumber daya manusia yang akan menyampaikan suatu jasa kepada konsumen. Untuk perusahaan jasa kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika dilihat dari sudut pandang pelanggan, maka

¹³⁵ Tutuk Nurmahmudah, Bondowoso, 21 November 2019

kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya.

Sebagaimana proses dalam bauran pemasaran pendidikan di MAN Bondowoso bahwa seluruh kegiatan yang ada di MAN Bondowoso berpangkal dari visi dan misi madrasah itu sendiri. Madrasah berupaya keras membangun dan membentuk karakter keislaman, sebagai perwujudan dari keduanya antara visi dan misi madrasah yaitu tertanamnya ahlaqul karimah pada diri siswa. Ada empat hal yang yang diharapkan mdrasah yaitu menjadikan output madrasah memiliki kemantapan aqidah, khusuk dalam beribadah, dan luwes dalam wawasan dan pergaulan. Beberapa program yang ditawarkan madrasah berupa program madrasah pada umumnya seperti program peminatan yaitu AGAMA, IPA dan IPS. Namun ketika dianalisis secara krusial program keagamaan yang ada di MAN Bondowoso merupakan program yang berbeda dengan sekolah lain dan tidak dapat dimiliki serta sulit ditiru oleh sekolah-sekolah lain. Dengan adanya program keagamaan di madrasah ini semakin mendukung tertanamnya karakter keislaman pada diri siswa. Sebagaimana yang di katakan Ibrahim selaku Kepala Madrasah yaitu:

Seluruh kegiatan yang ada di madrasah ini berpangkal dari visi dan misi madrasah ini. Madrasah semaksimal mungkin berupaya membangun dan membentuk karakter keislaman, sebagai wujud dari misi dan misi tersebut yaitu karakter keislaman dalam bentuk ahlaqul karimah. Setiap lulusan dimadrasah ini kami mengharapkan empat hal melekat dalam

diri mereka yaitu, mantap aqidahnya, khusuk ibadahnya, luwas wawasannya, dan luwas pergaulannya”.¹³⁶

Dari keempat hal tersebut yang diharapkan melekat pada diri output MAN Bondowoso, terealisasi melalui beberapa program nyata unggulan yang berbasis keislaman seperti aplikasi dari program IDB, dan S3Q.

Mengadaptasi dari ungkapan kepala sekolah bahwa perlulah di madrasah ini menyiapkan perangkat-perangkat sebagai pendukung untuk mensukseskan cita-cita madrasah yang terwujud dalam visi misi madrasah. Mulai dari perencanaan program, sarana prasarana, orang-orang yang terlibat didalamnya, komunikasi penyampaian program hingga pada penentuan harga jasa.

Program nyata unggulan yang merupakan salah satu bentuk proses penanaman aqidah dan ahlak siswa, seperti IDB dan S3Q. Siswa secara tidak langsung dibiasakan untuk berdisiplin, berbagi dengan yang tidak mampu. Mutmainnah selaku guru bidang studi fisika menyatakan sebagaimana yang tersaji dalam hasil wawancara berikut:

“siswa diharapkan untuk tidak berprestasi di bidang akademik saja, tetapi memiliki jiwa-jiwa islami yang ditempa melalui program IDB dan S3Q yang merupakan proses penanaman karakter islam”¹³⁷

Dari struktur kurikulum, kurikulum merupakan pola dan susunan mata pelajaran yang baru ditempuh oleh peserta dalam

¹³⁶ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

¹³⁷ Mutmainnah, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

kegiatan pembelajaran . MAN Bondowoso menerapkan kurikulum K13 sesuai dengan anjuran kementerian agama Bondowoso. Selain itu menerapkan sesuai dengan visi keislaman yang kuat dengan berjiwa islam sebagai kekhasan madrasah. Pengembangan kurikulum yang dilakukan oleh kepala madrasah memiliki pola, model dan karakteristik yang bervariasi, khas, dan cukup menarik mengadaptasi nuansa pesantren dalam membingkai kurikulum sehingga kurikulum berbasis pesantren. Langkah pertama strategi sosialisasi kurikulum, MAN Bondowoso ialah mengonsep dan mengenalkan kepada siswa pada saat penerimaan siswa baru dan kepada wali murid pada saat taaruf. Langkah kedua dengan program PKLA dimana sosialisasi mengenai kurikulum dan program unggulan madrasah dikenalkan pada acara tertentu yang dapat mendatangkan masyarakat dalam jumlah besar. Sosialisasi tersebut dilaksanakan pada saat maulid Nabi besar Muhammad SAW dengan langkah ini sebagian masyarakat akan mengetahui bagaimana kurikulum madrasah dan program-program unggulan madrasah.

Iwan selaku koordinator olahraga menyatakan:

“Sejumlah fasilitas yang diberikan oleh madrasah dalam pengembangan kurikulum seperti sarana yang sangat memadai dan mengadakan workshop disetiap awal pembelajaran. Selain mengikuti workshop yang diadakan oleh balai diklat, madrasah berinisiatif dalam mengadakan pelatihan-pelatihan untuk pengembangan diri terkait dengan pembenahan kurikulum disetiap awal pembelajaran.”¹³⁸

¹³⁸ Iwan, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

Bentuk lain dari pada proses pendidikan yang ada di MAN Bondowoso adalah adanya beberapa ekstrakurikuler yang tersedia. Adanya program ekstrakurikuler ini tentu sangat mendukung pada keterampilan dan kompetensi siswa. Pola ekstrakurikuler di madrasah aliyah negeri bondowoso terarah pada tiga aspek yaitu keterampilan, olahraga dan kognitif. Ekstrakurikuler pada aspek keterampilan terdiri dari kaligrafi, taeter, banjari, qiroah, pencasilat, dan PBB. Kemudian ekstrakurikuler dari aspek olahraga yang meliputi futsal, sepak bola, bulu tangkis dan tenis meja. Sedangkan ekstrakurikuler dari aspek kognitif tersusun dari PMR, KSM, OSM, *Public Speaking*, *English Club*, dan Pramuka. Sebagaimana teradaptasi dari ungkapan Bapak Iwan Stiawan selaku koordinator olahraga yang menyatakan bahwa

“Saya selaku pembina ekstrakurikuler pada bidang olahraga sangat bangga dan mendukung dari sekian banyaknya olahraga yang ada di MAN Bondowoso ini, banyak sudah siswa ataupun alumni yang mendapatkan penghargaan dapat melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih tinggi melalui bakat dan keterampilan yang mereka dapat dari ekstrakurikuler yang mereka jalani selama di MAN Bondowoso ini.¹³⁹

Pada proses kegiatan madrasah tidak lepas dari yang namanya hambatan, beberapa hambatan yang dialui oleh madrasah salah satunya adalah kekompakan yang kurang, hal ini wajar karena di dalamnya terdapat sumber daya manusia yang berbeda karakter. Hambatan lainnya dapat segera ditasi dengan analisis SWOT (*Strength*,

¹³⁹ Iwan Setiawan, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

Weakness, Opportunity, Treath). Sehingga dengan mudah segala anacaman dan hambatan dapat diminimalisir.

Evaluasi mengenai kurikulum madrasah terdapat dua cara, yaitu secara tertulis dan secara *action* evaluasi diri madrasah yang dilaksanakan pada hari sabtu akhir pekan yang dilaksanakan layaknya rapat madrasah untuk mengukur tingkat keunggulan dan kelemahan madrasah agar kedepannya lebih baik lagi.

c. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana jasa disampaikan kepada konsumen dan merupakan tempat dimana perusahaan atau lembaga pendidikan dapat berinteraksi dengan konsumen dan didalamnya terdapat komponen-komponen berwujud yang akan memfasilitasi kinerja atau proses komunikasi dari suatu jasa.

Rudi Hermawan selaku guru bidang studi biologi menjelaskan beberapa sarana yang merupakan bentuk dari *physical evidence* dari MAN Bondowoso adalah sebagai berikut:

“Sarana dan prasarana pendidikan yang ada di MAN Bondowoso sudah sangat lengkap, berawal dari satu blok ruang kelas yang berada dibagian timur, sejak kepemimpinan bapak Drs. K.H.Imam Barmawi Burhan tahun 2000 yang lalu perkembangan pembangunan sarana dan prasarana di MAN Bondowoso sangat Spektakuler sampai beliau purna tugas sekarang ini, MAN Bondowoso memperluas pembangunannya diatas tanah kurang lebih 2.5 hektar dengan segala fasilitas yang ada mulai dari musholla Al Roudoh merupakan” *Icon*” utama bangunan yang ada di MAN Bondowoso yang bisa menampung lebih dari 1500 jama’ah, ruang kelas dengan 33 ruang, lab. Bahasa, lab. Biologi, lab. Fisika dll. Bangunan lain yang merupakan ciri utama MAN Bondowoso adalah pintu gerbang, ada 3 pintu gerbang utama yang ada di MAN

Bondowoso. Disebelah timur adalah pintu gerbang bernuansa Arab, di sebelah barat bernuansa Eropa, di utara bernuansa Jawa (Indonesia), inilah simbol dari MAN Bondowoso berhati Mekah (Arab), berfikiran Eropa tetapi tetap Indonesia.”¹⁴⁰

Gambar 4.7 Tiga pintu gerbag utama MAN Bondowoso¹⁴¹



Sarana dan prasaran merupakan penampilan fisik madrasah tangible. MAN Bondowoso dalam memenuhi sarana dan prasarana sangatlah baik. Bila dilihat dari kondisi dan jumlah sarana dan prasarana yang ada, dirasa sangat mendukung program dan proses pembelajaran dimadrasah. Seperti tersedianya ruang kelas yang memadai beserta perangkat sarana didalamnya yang sangat menunjang kegiatan pembelajaran didalam kelas.

Design kelas disesuaikan dengan tuntutan dari visi misi dan kultur madrasah sehingga dibuat sedemikian rupa untuk berjalannya proses pembelajaran yang baik dan nyaman. Dalam memulai proses pembelajaran dikelas dimulai dengan membaca al-quran, maka dietiap

¹⁴⁰ Rudi Hermawan, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

¹⁴¹ Dokumentasi tiga pintu besar MAN Bondowoso, Bondowoso 21 November 2019

kelas disediakan sarana berupa mushaf sebanyak siswa dalam satu kelas beserta satu guru kelas.

Selain dari design kelas, sarana ibadah juga terdesign dengan sangat rapi dan istimewa dibangunlah musholla arroudhoh dengan beberapa tahap, awalnya musholla arrodhoh dibangun dengan luas sesuai keadaan jumlah siswa 20 kelas, maka dibangun dengan kapasitas 700 siswa. Namun sekarang keadaan siswa bertambah menjadi 33 kelas maka musholla dibangun dengan kapsitas 1500 siswa, Titin selaku guru bidang studi sejarah Nasional menyatakan sebagai berikut:

“Kapasitas musholla ini sangat luas untuk sarana beribadah kepala madrasah, guru, petugas tata usaha, pegawai lainnya dan 1500 siswa MAN Bondowoso”¹⁴²

Gambar 4.8 Banat Rudhoh MAN Bondowoso¹⁴³



¹⁴² Titin, wawancara, Bondowoso, 21 November 2019

¹⁴³ Dokumentasi, Banat Rudhoh MAN Bondowoso, Bondowoso, 21 November 2019

Hal tersebut diperkuat dengan pemaparan Hartik selaku guru

Bahasa Indonesia sebagai berikut:

“Tidak hanya pemenuhan sarana ibadah, design yang membuat daya tarik siswa belajar di MAN Bondowoso, melainkan madrasah yang memenuhi sarana untuk kemajuan dan teknologi dengan disiapkan proyektor LCD Laboratorium komputer yang mulanya hanya tersedia 3 unit komputer, sekarang bertambah 3 ruang dengan satu ruangnya tersedia 22 unit komputer untuk memenuhi kebutuhan siswa”.¹⁴⁴

Dari ulasan narasumber tersebut peneliti menyimpulkan guna terpenuhinya sarana ibadah seluruh warga madrasah, maka dibangunlah musholla ar-raodhoh dengan beberapa tahap, pada awalnya dibangun dengan

luas sesuai keadaan jumlah siswa 20 kelas, maka musholla dibangun dengan kapasitas 700 siswa. Namun dengan meningkatnya animo siswa yang jumlahnya 33 kelas, maka dibangun musholla dengan kapasitas 1500 siswa. Tidak hanya pemenuhan sarana ibadah, terlebih untuk menunjang kegiatan belajar siswa, tersedia laboratorium IPA yang cukup memadai, juga pada tiap kelas tersedia LCD Proyektor alat peraga dan lain sebagainya.

Mengingat pentingnya sarana prasarana madrasah yang merupakan salah satu sumberdaya yang utama dalam menunjang proses pembelajaran, untuk itu penting dilakukan peningkatan, pendayagunaan serta pengelolaan agar tujuan dapat dicapai. Dari pengelolaan dibutuhkan tim/teknisi mulai dari pengadaan, penciptaan,

¹⁴⁴ Hartik, wawancara, Bondowoso, 22, November 2019

penyimpanan, pendistribusian, pemeliharaan dan perawatan. Dari seluruh perangkat elektroonik yang menjadi sarana pemenuhan sekolah dengan masing-masing ada yang bertanggung jawab.

Secara rinci sarana MAN Bondowoso tertera pada tabel berikut ini:

No.	Jenis Bangunan	Jumlah	Luas (m2)
1.	Ruang Kelas	33	792
2.	Ruang kamad	8	246
3	Ruang Waka	2	48
4	Ruang Guru	2	72
5	Ruang Tata Usaha	1	64
6	Perpustakaan	2	100
7	LCD	33	-
8	Al-Qur'an	660	-
9	Komputer	66	-
10	Lab.Fisika	1	151
11	Lab.Kimia	1	171
12	Lab. Biologi	2	191
13	Lab. Bahasa	2	128
14	Ruang Keterampilan	1	72
15	Ruang BP/BK	1	32
16	Ruang UKS	2	70
17	Ruang Aula	1	135
18	Masjid/Mushalla	3	456
19	Kantin	4	214

Sumber Data: Dokumentasi Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso 15 Agustus 2019

Berdasarkan hasil wawancara dan tabel diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa dimenisi sarana dan prasarana di Madrasah

Aliyah Negeri Bondowoso sangat membantu perkembangan siswa, secara mutlak ini akan menimbulkan kepercayaan dan kepuasan tersendiri baik dari siswa maupun orang tua siswa.

3. Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga Di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

Sedangkan keberhasilan pencitraan sebuah lembaga pendidikan bermuara pada bagaimana strategi pemasaran jasa yang diterapkan dari lembaga pendidikan itu sendiri.

Strategi pemasaran jasa pendidikan yang ada di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso sangat berimplikasi bagi madrasah. berikut ulasan kepala madrasah terkait beberapa implikasi strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso.

Sebagaimana yang diungkapkan Ibrahim selaku kepala madrasah bahwa:

“loyalitas masyarakat semakin tinggi, kegiatan apa saja di madrasah selalu di dukung oleh wali murid, terjalin *teamwork* antara madrasah dengan wali murid, selain dari itu, animo peserta didik baru meningkat. Sebenarnya jika kami masih mau melayani, masih ada saja yang mau daftar dimadrasah ini, tapi karena kouta kelas sudah memadai, yang menyebabkan demikian karena madrasah disini biyanya relatif murah dibandingkan sekolah lain namun prestasi dari outputnya tidak berbeda”.¹⁴⁵

¹⁴⁵ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

Penjelasan dari Ibrahim kepala Madrasah dikuatkan oleh Bapak Gita Amin selaku guru Bahasa Inggris yang mengungkapkan sabagai berikut:

“Kalau soal implikasi dari strategi pemasaran yang kami terapkan, baik berupa program-program unik, beban biaya yang relatif murah, maupun dari sarana dan prasarana yang memadai, kepercayaan masyarakat kepada kita itu semakin kuat sehingga jika kita lihat penerimaan siswa baru tiap tahunnya selalu meningkat”.¹⁴⁶

Dari keterangan diatas juga membuktikan betapa meningkatnya animo masyarakat untuk menggunakan layanan jasa pendidikan MAN Bondowoso. Kepercayaan masyarakat yang begitu besar kepada madrasah mengindikasikan berhasilnya pemasaran madrasah melalui program-program unik, beban biaya yang relatif murah maupun sarana prasarana yang dilakukan oleh MAN Bondowoso.

Selain berimplikasi pada keprcayaan masyarakat, strategi pemasaran juga berimplikasi pada terbentuknya kerjasama antara madrasah dan wali murid. Berikut merupakan hasil wawancara dengan waka humas yaitu Hambali yang menjelaskan:

“Dalam bentuk kerjasama dengan wali siswa di MAN Bondowoso ada paguyuban kelas, terus juga ada komite. Biasanya jika ada informasi dari madrasah kita membuat edaran dari paguyuban, jika ada keluhan wali siswa biasanya langsung ke wali kelas atau langsung ke waka HUMAS”.¹⁴⁷

Tutuk Indah Nurmahmudah selaku guru bidang studi kimia menambahkan dari pernyataan waka humas sebagai berikut:

¹⁴⁶ Gita Amin, Wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

¹⁴⁷ Hambali, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

“Untuk menyambung tali asih yang lebih kental madrasah selalu mengadakan silaturahmi dengan orang tua siswa terutama siswa kelas X pada awal tahun pelajaran, penyampaian informasi madrasah di laksanakan pada setiap akhir semester, penyampaian informasi madrasah dilaksanakan pada akhir semester, penyampaian informasi orang tua disesuaikan dengan kondisi waktu yang dibutuhkan, kunjungan sosial bagi orang tua siswa yang mendapat musibah insidental serta melakukan kunjungan kekelompok belajar dirumah.”¹⁴⁸

Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa bentuk hubungan kerjasama antara sekolah dengan wali siswa MAN Bondowoso tertata sangat rapi baik dari strukturalnya maupun alurnya. Sehingga apabila ada *problem* atau keluhan yang dihadapi baik oleh madrasah maupun wali siswa sudah sangat jelas bagaimana dan kemana *problem* tersebut akan direspon.

Selain itu, bentuk lain kepercayaan dan dukungan masyarakat maupun instansi vital yang turut serta demi kemajuan madrasah tergambar dari ulasan Muzayyin selaku panitia PPDB sebagai berikut:

“Kegiatan hubungan madrasah dengan masyarakat luas dilaksanakan pada waktu tertentu yang dianggap sangat efektif biasanya penyampaian informasi siswa baru sekitar bulan juni sebelum hari besar efektif dan bakti sosial bagi keluarga tidak mampu yang dilaksanakan pada waktu hari-hari besar Agama dan Nasional. Kegiatan hubungan dengan instansi lain. Banyak hal yang dilakukan yang berhubungan dengan pihak luar dan dianggap sangat penting dalam kemajuan madrasah. diantaranya hubungan madrasah dengan DIKNAS berupa laporan kegiatan madrasah tiap bulan, hubungan madrasah dengan pusat Jakarta dalam hal beasiswa, dana sarana prasaran, hubungan dengan DEPAG berupa laporan kegiatan madrasah yang berkenaan dengan kegiatan keagamaan, hubungan dengan pemuda atau alumni angkatan terdahulu dalam rangka pembinaan dan hubungan dengan diknas kesehatan di puskesmas dan R.S.U Koesnadi Bondowoso”.¹⁴⁹

¹⁴⁸ Tutuk Nurmahmudah, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

¹⁴⁹ Muzayyin, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

Bentuk kepuasan masyarakat atau wali siswa dalam pelayanan yang diberikan MAN Bondowoso ialah berupa loyalitas. Loyalitas ini banyak diapresiasi kepada madrasah. Apresiasi tersebut berupa partisipasi yang tinggi dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh MAN Bondowoso. Loyalitas juga diwujudkan dengan menggunakannya lagi jasa pendidikan MAN Bondowoso.

Seperti penjelasan Jamal Bafadhal seorang guru Bahasa Inggris ialah sebagai berikut:

“Totalitas dari bentuk loyalitas masyarakat berupa kepercayaan jika sudah menyekolahkan anaknya, misalnya anak yang pertama disini, maka anak yang kedua atau saudaranya juga disekolahkan disini, tapi standar untuk seleksinya tetap dan tidak ada prioritas apakah ada kakak atau adek yang bersekolah di madrasah ini”¹⁵⁰.

Fauzi selaku guru Aqidah Ahlaq menjelaskan lebih lanjut tentang loyalitas masyarakat sebagai berikut:

“Bahwa wali siswa yang puas dengan layanan pendidikan yang ada di MAN Bondowoso, maka akan menyekolahkan lagi anaknya ke MAN Bondowoso dengan tetap melalui tahapan dan seleksi sesuai SOP.”¹⁵¹

Sedangkan bentuk komitmen masyarakat pada MAN Bondowoso ialah berupa terlaksananya setiap kegiatan dengan dukungan penuh dengan partisipasi tinggi. Berikut tanggapan Triboyo selaku guru bidang studi Ekonomi terkait komitmen masyarakat ada MAN Bondowoso.

“Komitmen yang diberikan oleh warga masyarakat ialah setiap even pasti jalan karena didukung karena didukung sepenuhnya oleh masyarakat sekitar. Sedangkan komitmen wali siswa, mereka turut menguatkan atau membimbing putra-putri mereka untuk giat dan

¹⁵⁰ Jamal Bafadhal, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

¹⁵¹ Fuzi, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

senang dari setiap program yang diberlakukan pada anak mereka”.¹⁵²

Lembaga pendidikan membutuhkan dukungan dari masyarakat serta masyarakatpun membutuhkan lembaga pendidikan sebagai tempat mendidik putra-putri mereka. Oleh sebab itu antara lembaga pendidikan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sebagai pencetak generasi muda penerus bangsa. Komitmen dukungan masyarakat berupa dukungan moril dan dukungan materil sangat dibutuhkan untuk terlaksananya kegiatan atau program yang ada di madrasah. Sedangkan bentuk komitmen wali siswa pada madrasah berupa turut serta memberi semangat dan pengutan kepada putra-putri mereka untuk giat dan semangat mengikuti dari setiap program yang diberikan madrasah kepada mereka. Sehingga anantara wali siswa dan guru terjalin kerja sama yang harmonis dalam membimbing dan mendidik anaknya.

Implikasi lain dari strategi pemasaran jasa pendidikan, yang dirasakan MAN Bondowoso dalam bentuk kerjasama ialah berupa kerjasama dengan pemerintah sebagaimana yang diutarakan oleh Mahmudi selaku anggota panitia PPDB sekaligus guru Bahasa Arab sebagai berikut:

“Bentuk operasional Komite Sekolah sebagai mediator dimadrasah ini, dapat dilihat dari perjalanan madrasah dalam membangun dan mengembangkan proses pendidikannya, “ tiada hari tanpa perubahan yang lebih baik” demikian ungkapan yang layak diucapkan untuk menggambarkan perjalanan madrasah pada saat ini, perubahan-perubahan itu hampir dari segala aspek, baik aspek akademik, aspek non akademik maupun kultur kelembagaan. Dalam rangka pengembangan lingkungan madrasah sehat dan bersih seluruh personil madrasah mengadakan kerja sama sinergis dengan puskesmas sekitar, kerjasama dengan pemerintah

¹⁵² Triboyo, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

kelurahan, pemerintah kecamatan, serta dinas kesehatan kabupaten bondowoso, bentuk kerja sama meliputi pengadaan obat-obatan, pelatihan kader UKS dan pemeriksaan kesehatan, serta infra struktur kelembagaan UKS Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso, ini semua kemudian mengantarkan Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso meraih predikat terakreditasi A (Unggulan) pada akreditasi madrasah yang dilakukan Badan Akreditasi Nasional (BAN)¹⁵³

Dengan demikian citra MAN Bondowoso semakin bagus dengan beberapa faktor diantaranya, iklim atau budaya madrasah, program madrasah, dukungan orang tua serta partisipasi masyarakat. Budaya mutu madrasah khususnya pada bidang akademik menjadi alternatif pertimbangan bagi calon pengguna jasa dalam memilih lembaga pendidikan. Tidak hanya itu mutu kegiatan ekstrakurikuler menjadi tambahan nilai bagi suatu lembaga pendidikan.

Seperti ulasan Lukman Hakim selaku anggota Komite madrasah yang menyatakan:

“Memang yang pertama akan terbentuknya atau meningkatnya citra suatu lembaga pendidikan itu dari prestasi yang kita capai baik dari prestasi akademik maupun non akademik. Kemudian dari itu akan ada rekasi masyarakat dari apa yang kita lakukan serta apa yang kita dapat, kemudian mereka saling memberi informasi. Itulah citra positif yang di peroleh oleh kami”¹⁵⁴

Dari pernyataan diatas menjelaskan bahwa penilaian masyarakat bagi suatu lembaga meliputi karena faktor prestasi yang diraih oleh lembaga tersebut baik dibidang akademik maupun non akademik. Kemudian masyarakat akan saling memberi informasi satu sama lain tentang lembaga tersebut. Oleh sebab itu semakin banyak masyarakat yang

¹⁵³ Mahmudi, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

¹⁵⁴ Lukman Hakim, wawancara, Bondowoso, 22 November 2019

mengenal MAN Bondowoso maka akan semakin meningkat citra positif lembaga MAN Bondowoso dan akan semakin diterima oleh masyarakat.

Walaupun demikian, tidak mudah bagi MAN Bondowoso mempertahankan kepercayaan masyarakat yang begitu tinggi. Banyak hal yang harus benar-benar dijaga oleh segenap civitas madrasah yaitu memelihara kualitas layanan baik layanan akademik maupun non akademik.

Sebagaimana yang di jelaskan Ibrahim selaku kepala madrasah yang menyatakan bahwa:

“Kita harus menjaga kepercayaan mereka itu dengan tetap memberikan layanan yang berkualitas, itu konsekuensi dari kita mempertahankan kualitas layanan demi memperoleh kepuasan pengguna dari jasa pendidikan kita” .¹⁵⁵

Dapat disimpulkan dari keterangan diatas bahwa citra positif madrasah adalah representasi bagaimana madrasah itu menjaga kualitas layanan pendidikan baik akademik maupun non akademik.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Jasa dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso

MAN Bondowoso memiliki beberapa strategi pemasaran yang dianggap mampu meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga MAN Bondowoso sendiri diantara strategi tersebut adalah strategi biaya rendah terpimpin, pada strategi ini MAN Bondowoso menetapkan harga jasa pendidikan relatif murah dibandingkan sekolah lain namun manfaat yang didapat oleh pelanggan pendidikan sangat banyak, besaran biaya yang harus

¹⁵⁵ Ibrahim, wawancara, Bondowoso, 23 November 2019

dikeluarkan oleh pelanggan pendidikan adalah Rp75.000 perbulan sedangkan biaya awal masuk hanya sebesar Rp150.000, kemudian registrasi calon siswa yang dinyatakan lulus besaran biaya yang harus dikeluarkan adalah Rp2.000.000.00. Kepala madrasah Aliyah Negeri Bondowoso mempertimbangkan beberapa aspek penting dalam strategi penentuan harga jasa pendidikan, meliputi pengurangan biaya bagi siswa yang tidak mampu, memberlakukan cicilan bagi siswa tidak mampu, bantuan dari masyarakat, bantuan dari pemerintah, dan fasilitas yang memudahkan orang tua siswa dalam melakukan pembayaran.

Strategi differnsiasi, strategi ini menekankan pada penciptaan program unik dan unggul dibanding sekolah lain, pada stratetgi ini MAN Bondowoso menciptakan beberapa program yang menjadi corak khas kelembagaannya, program tersebut diantaranya *Pertama* program inti atau peminatan yang terdiri dari prgram AGAMA, IPA, dan IPS. *Kedua* program nyata unggulan yang terdiri dari program IDB Program IDB (Infaq, Disiplin, dan Bersih), Program PKLA (Praktek Kerja Lapangan Keagamaan) dan PKLK (Praktek Kerja Lapangan Komputer), *Single sex class*, S3Q (Sholat, Salam, Silaturrohmi dan Quran). *Ketiga* program tambahan yang terdiri dari ekstra kurikuler, program plesterisai atau bedah rumah, dan program pemenuhan alat transportasi. Pangkal dari penciptaan seluruh program yang ada di MAN Bondowoso dari visi yaitu “ Unggul Dalam Prestasi, Siap berkompetisi, Berjiwa Islami.

Strategi fokus. Pada strategi ini, MAN Bondowoso berkomitmen menghadirkan satu program khusus yaitu program kelas tahfidz Quranyang diberlakukan pada siswa yang masuk jurusan agama, hadirnya program ini karena beberapa faktor.

Pertama pendidikan agama Islam merupakan usaha berupa bimbingan dan asuhan bagi anak didik agar dapat memahami dan mengamalkan serta menjadikannya sebagai pandangan hidup (*way of life*) selain itu, Tahfidz atau menghafalkan al-Qur'an adalah suatu perbuatan yang sangat mulia dan terpuji. Sebab, orang yang menghafalkan al-Qur'an merupakan salah satu hamba yang *ahlullah* di muka bumi,.

Kedua, program ini sebagai ciri khas MAN Bondowoso mampu memperthankan eksistensi madrasah sebagai satu-satunya Madrasah Aliyah negeri di Bondowoso memiliki standar yang berbeda dengan sekolah / madrasah yang lainnya. Ketika beberapa Sekolah merintis Sekolah Berstandar Internasional (RSBI) atau Sekolah Berstandar Internasional (SBI), MAN Bondowoso justru mengembangkan Madrasah Standar Dunia Akhirat (SDA) artinya madrasah ini yang dikembangkan bukan hanya kegiatan duniawi saja tapi sangat dipentingkan adalah kegiatan ukhrowinya, bahkan program keagamaan merupakan program unggulan yang sangat diminati dan diperebutkan oleh siswa.

Pada rogram kelas Tahfiz Quran iniMAN Bondowoso menerapkan tiga tahun menghafal dari kelas X sampai kelas XI. saat ini terdapat 6 kelas tahfidz tiga putra dan tiga putri. Siswa yang berada di kelas tahfidz ini

diharapkan mampu menghafal al-Qur'an sebanyak 6 Juz setelah lulus dari madrasah, walaupun pada kenyataannya banyak siswa yang telah hafal melebihi target di atas.

Bahkan saat ini ada beberapa siswa yang telah menghafal lebih dari 20 Juz. Pada tahun 2018 kemarin salah satu siswa di kelas tahfidz menjadi juara III dalam ajang Aksioma tingkat provinsi. Penyeleksian kelas tahfidz dimulai di kelas X. Siswa yang ingin masuk di kelas tahfidz harus melalui tahapan seleksi terlebih dahulu karena keterbatasan kuota.

2. Service Marketing Mix Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.

Bauran pemasaran jasa pendidikan yang ada di MAN Bondowoso, terdiri dari *People, Process, dan Physical Evidence*.

People atau SDM. SDM mempunyai peranan yang begitu penting bagi kelangsungan proses kegiatan kegiatan dan juga pelayanan jasa pendidikan di MAN Bondowoso. Hal ini begitu disadari, sehingga lahirlah berbagai sistem yang diterapkan demi kemajuan sumber daya itu sendiri. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai aktivitas yang dilakukan di MAN Bondowoso seperti pelatihan bagi tenaga pengajar dan administrasi diantaranya seperti diklat, up-grading, nyantri di beberapa pondok pesantren dan campus unggul lainnya, out bond, dan workshop.

Perekrutannya pun melalui beberapa tahap yang dilalui oleh calon guru. Pertama rekrutment, di MAN Bondowoso. Pengajar tidak diwajibkan hanya berasal dari kalangan kependidikan, akan tetapi juga harus lulusan

non pendidikan hal ini terkait dengan visi madrasah yang menginginkan siswa memiliki berbagai wacana keilmuan yang luas yang bersumber dari tenaga pengajar. Kedua staffing atau pendelegasian, penempatan jabatan ditentukan oleh kepala madrasah. Ketiga pelatihan kinerja. Keempat evaluasi kinerja dilakukan setiap seperti diadakan progres report bagi para guru dan administrasi. Kelima restaffing, yaitu menganalisis pendelegasian kembali setelah evaluasi.

Physical Evidance atau bukti fisik yang ditampilkan dari MAN Bondowoso tentunya sangat berbeda dengan bukti fisik yang dimiliki sekolah pada umumnya. Hal ini dikarenakan MAN Bondowoso sekolah yang memiliki kultur islami yang kuat sehingga dari segi bangunannya pun menggambarkan kultur islami yang begitu kuat yaitu ada 3 pintu gerbang utama yang merupakan ciri utama MAN Bondowoso.

Disebelah timur adalah pintu gerbang bernuansa Arab, di sebelah barat bernuansa Eropa, di utara bernuansa Jawa (Indonesia), inilah simbol dari MAN Bondowoso berhati Mekah (Arab), berfikiran Eropa tetapi tetap Indonesia.

Sarana dan prasarana pendidikan yang ada di MAN Bondowoso sudah sangat lengkap, berawal dari satu blok ruang kelas yang berada dibagian timur, sejak kepemimpinan Bapak Drs. K.H.Imam Barmawi Burhan tahun 2000 yang lalu perkembangan pembangunan sarana dan prasarana di MAN Bondowoso sangat spektakuler sampai beliau purna tugas sekarang ini, MAN Bondowoso memperluas pembangunannya diatas

tanah kurang lebih 2.5 hektar dengan segala fasilitas yang ada mulai dari musholla Al Roudoh merupakan "Icon" utama bangunan yang ada di MAN Bondowoso yang bisa menampung lebih dari 1500 jama'ah, ruang kelas dengan 33 ruang, lab. Bahasa, lab. Biologi, lab. Fisika.

Pada aspek proses MAN Bondowoso mengikuti standar yang telah ditetapkan KEMENDIKBUD. Hal ini dapat dilihat dari muatan mata pelajaran maupun kegiatan yang dilakukan MAN Bondowoso. Akan tetapi dalam hal penyajian MAN Bondowoso memiliki ciri khas tersendiri. Kegiatan pembelajaran dilaksanakan secara terintegrasi yaitu pembelajaran yang berbasis empiris hafalan, nilai-nilai dan pemahaman. Pembelajaran yang dilakukan MAN Bondowoso tidak hanya memenuhi standart KEMENDIKBUD, tetapi lebih dari itu, MAN Bondowoso membawa pembelajaran siswa dengan lebih dalam dan menyentuh ranah keislaman baik secara penanaman nilai maupun secara praktek. Ini sangat sesuai dengan profil MAN Bondowoso yang menjadi madrasah berstandart dunia dan akhirat.

Dari aspek penanganan masalah atau keluhan dari siswa maupun orang tua siswa ditampung dengan baik dan didiskusikan secara formal dan kekeluargaan.

Bentuk lain daripada proses pendidikan yang ada di MAN Bondowoso adalah adanya beberapa ekstrakurikuler yang tersedia. Adanya program ekstrakurikuler ini tentu sangat mendukung pada keterampilan dan kompetensi siswa. Pola ekstrakurikuler di Madrasah Aliyah Negeri

Bondowoso terarah pada tiga aspek yaitu keterampilan, olahraga dan kognitif. Ekstrakurikuler pada aspek keterampilan terdiri dari kaligrafi, taeter, banjari, qiroah, pencasilat, dan PBB.

Kemudian ekstrakurikuler dari aspek olahraga yang meliputi futsal, sepak bola, bulu tangkis dan tenis meja. Sedangkan ekstrakurikuler dari aspek kognitif tersusun dari PMR, KSM, OSM, *Public Speaking*, *English Club*, dan Pramuka.

3. Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso.

Meningkatnya animo peserta didik baru dapat dilihat dari begitu banyaknya orang tua siswa yang mendaftarkan anaknya sekolah ke MAN Bondowoso. Dari tahun ketahun begitu meningkat, namun calon peserta didik baru tidak diterima seluruhnya karena menggunakan sistem qouta. Terciptanya loyalitas pelanggan, pelanggan yang puas dengan pelayanan jasa yang diberikan, maka akan kembali melakukan pembelian ulang.

Selain berimplikasi pada peningkatan peserta didik baru, strategi pemasaran juga berimplikasi pada terbentuknya kerjasama antara madrasah dan wali murid. Kegiatan hubungan madrasah dengan masyarakat luas dilaksanakan pada waktu tertentu yang dianggap sangat efektif biasanya penyampaian informasi siswa baru sekitar bulan juni sebelum hari besar efektif dan bakti sosial bagi keluarga tidak mampu yang dilaksanakan pada waktu hari-hari besar Agama dan Nasional.

Kegiatan hubungan dengan instansi lain. Banyak hal yang dilakukan yang berhubungan dengan pihak luar dan dianggap sangat penting dalam kemajuan madrasah. diantaranya hubungan madrasah dengan DIKNAS berupa laporan kegiatan madrasah tiap bulan, hubungan madrasah dengan pusat Jakarta dalam hal beasiswa, dana sarana prasarana, hubungan dengan DEPAG berupa laporan kegiatan madrasah yang berkenaan dengan kegiatan keagamaan, hubungan dengan pemuda atau alumni angkatan terdahulu dalam rangka pembinaan dan hubungan dengan diknas kesehatan di puskesmas dan R.S.U Koesnadi Bondowoso.

Hal lain yang dirasakan MAN Bondowoso yang merupakan implikasi dari strategi pemasaran ialah berupa dukungan dari masyarakat yang setiap program dan kegiatan yang MAN Bondowoso yang dilaksanakan selalu mendapat dukungan dari masyarakat. hal ini dapat dilihat dari program unggulan madrasah seperti program PKLA yang dilaksanakan bersama masyarakat untuk memeriahkan hari kelahiran Nabi Muhammad SAW.

Dengan demikian, intinya dengan adanya penerapan pemasaran melalui strategi *Competitive Advantage* dan *Service Marketing Mix* atau bauran pemasan maka akan menciptakan kualitas pelayanan dalam segmen dan langkah pemasarannya, sehingga proses baik dari segi pembelajaran maupun program pendukung yang disediakan oleh mdrasah sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan menimbulkan kepuasan. Dan kepuasan dari pelangganlah yang akan meningkatkan citra lembaga pada madrasah.

BAB V

PEMBAHASAN

Perbaikan kualitas lembaga pendidikan menuntut keaktifan peran serta seluruh warga madrasah maupun melibatkan masyarakat luas sebagai pemakai pendidikan. Tanpa adanya keterlibatan masyarakat tak menutup kemungkinan lembaga pendidikan akan berjalan sepihak dan sulit untuk berkembang. Perbaikan kualitas tersebut akan melahirkan sebuah citra positif pada lembaga pendidikan. Pencitraan menurut kamus besar adalah kesan mendalam dari sebuah proses yang dapat ditangkap dan dirasakan oleh panca indra. Indikator dari lembaga pendidikan yang dicitrakan sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kualitas pencitraan adalah sebagai berikut: (1) memiliki budaya disiplin yang kuat, (2) memiliki kurikulum yang relevan dengan ilmu pengetahuan serta modern, (3) memiliki komonitas yang senantiasa menciptakan cara-cara belajar yang kreatif, (4) berorientasi pada *hard knowledge* dan *soft knowledge* yang seimbang, (5) pengembangan kompetensi siswa secara holistik.

Madrasah dapat meningkatkan citranya ditengah masyarakat dengan memakai konsep manajerial pemasaran modern, serta mengembangkan kualitasnya sehingga tetap eksis ditengah kompetitif lembaga pendidikan. Begitupun dengan MAN Bondowoso yang diteliti peneliti juga melakukan perbaikan kualitas yang dapat meningkatkan citra ditengah masyarakat melalui konsep pemasaran modern yang didalamnya memuat strategi kompetitif, dan bauran pemasaran jasa. Oleh sebab itu bab ini akan membahas temuan yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya. Baik dari segi strategi pemasaran yang

digunakan, bauran pemasaran jasa yang ada, dan implikasi dari strategi pemasaran yang diterapkan di MAN Bondowoso.

A. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga

Sekolah merupakan institusi pendidikan yang bergerak pada bidang jasa pendidikan. Selain itu, antar sekolahpun semakin kompetitif. Maka, hal ini menuntut penyelenggara pendidikan untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh pengguna jasa pendidikan. Lahirnya sekolah bertaraf Internasional yang menawarkan keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang sangat terjangkau menambah maraknya kompetisi pendidikan.

Porter menyatakan terdapat dua konsep strategi pemasaran yang perlu dipertimbangkan untuk memenangkan persaingan dari tiap kompetitor. *Pertama, Distinctive Competence* yaitu tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pada pesaing. *Kedua, Competitive Advantage* yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya, melalui strategi *Overall Cost strategy* (strategi biaya menyeluruh), *Differentiation strategy* (strategi differensiasi), dan *Focus strategy* (strategi fokus), yang merupakan pilihan strategi untuk merebut peluang pasar.¹⁵⁶

Overall Cost Leadership Strategy ialah strategi biaya rendah terpimpin, pada strategi ini MAN Bondowoso menetapkan harga jasa pendidikan relatif

¹⁵⁶Michael E.Porter, *COMPETITIF STRATEGY:Techniques For Analyzing Industries and Competitors* (Avenue of the Americas, New York: The Free Press and colophon are trademarks of Simon & Suster Inc, 1998), 35.

murah dibandingkan sekolah lain namun manfaat yang didapat oleh pelanggan pendidikan sangat banyak, besaran biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan pendidikan adalah Rp75.000 perbulan sedangkan biaya awal masuk hanya sebesar Rp150.000, kemudian registrasi calon siswa yang dinyatakan lulus besaran biaya yang harus dikeluarkan adalah Rp2.000.000.00. Kepala madrasah Aliyah Negeri Bondowoso mempertimbangkan beberapa aspek penting dalam strategi penentuan harga jasa pendidikan, meliputi pengurangan biaya bagi siswa yang tidak mampu, memberlakukan cicilan bagi siswa tidak mampu, bantuan dari masyarakat, bantuan dari pemerintah, dan fasilitas yang memudahkan orang tua siswa dalam melakukan pembayaran.

Yang menjadi sorotan pada aspek keuangan madrasah adalah bagaimana sekolah memenejemen infaq mingguan siswa dan guru. Pasalnya infaq yang terkumpul bernilai jutaan tiap minggunya. Kalkulasi secara total dilakukan setiap satu bulan sekali, baik dari guru ataupun siswa. Infaq siswa disalurkan pada pembangunan, pembangunan atau pengadaan fasilitas madrasah. Sedangkan infaq guru disalurkan untuk membantu siswa yang tidak mampu, kebutuhan ekstrakurikuler dan pemberian *reward* pada siswa yang berprestasi.

Strategi differensiasi adalah starategi memeberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh kompetitor. Strategi differensiasi mengisyaratkan lembaga pendidikan mempunyai jasa atau fasilitas yang berkualitas ataupun fungsi yang membedakan lembaga itu dengan pesaing. Strategi differensiasi dilakukan dengan menciptakan persepsi

terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Sebagai contoh persepsi mengenai keunggulan program, inovasi pendidikan, layanan prima, dan *brand image* yang lebih unggul.

Keputusan yang paling mendasar dari sebuah madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan ialah dengan merancang produk yang akan ditawarkan produk ialah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai dan dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. produk meliputi fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan sekolah kepada pelanggan. madrasah tidak hanya memberikan gambaran umum terkait akan layanan yang akan diberikan, tetapi sekolah melihat kebutuhan yang diinginkan oleh pelanggan dengan berkomitmen potensi hidup dari fasilitas dan layanan yang akan diberikan oleh sekolah. Dalam hal memasarkan jasa pendidikan, langkah awal yang dilakukan MAN Bondowoso ialah melakukan identifikasi dan menganalisis lingkungan agar terciptanya ide-ide program yang selaras dengan visi dan misi madrasah dan dapat diterima di masyarakat. masyarakat Bondowoso merupakan satu kelompok masyarakat yang mayoritas NU, madrasah membaca latar belakang lingkungan masyarakat sebagai langkah strategis pertama untuk menyusun dan merancang program madrasah yang akan ditawarkan kepada masyarakat, madrasah mengidentifikasi pasar melalui pendekatan lingkungan sekitar. madrasah ini melihat latar belakang warga masyarakat Bondowoso yang kental sekali dengan budaya dan kultur islami.

oleh karena itu madrasah melakukan pendekatan kultural ditegah-tengah masyarakat.

Differentiatin Strategy ialah strategi pemasaran yang diterapkan di MAN Bondowoso agar tetap menjadi madrasah idaman yang memiliki kualitas layanan dan citra dalam memasarkan pendidikannya ialah dengan melakukan kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh MAN Bondowoso agar lebih unggul dibandingkan kompetitor lainnya.

Keunggulan-keunggulan yang ada di MAN Bondowoso tertuang dalam visi misi sekolah yaitu unggul dalam prestasi, siap berkompetisi, berjiwa islami. Keunggulan lainnya yang ada di MAN Bondowoso ialah budaya dan kultur islami yang kental serta program unggulan MAN Bondowoso ini madrasah hebat dan bermartabat.

Ada banyak program-program yang ditawarkan kepada masyarakat khususnya siswa baik program akademik maupun non akademik, yang terkatagoreikan bebrapa program dimadrasah ini menjadi tiga. Pertama program inti atau peminatan yang terdiri dari prgram AGAMA, IPA, dan IPS. Kedua program nyata unnggulanyang terdiri dari program IDB Program IDB (Infaq, Disiplin, dan Bersih), Program PKLA (Praktek Kerja Lapangan Keagamaan) dan PKLK (Praktek Kerja Lapangan Komputer), *Single sex clss*, S3Q (Sholat, Salam, Silaturrohmi dan Quran). Ketiga program tambahan yang terdiri dari ekstra kurikuler, program plesterisai atau bedah rumah, dan program pemenuhan alat transportasi.

Focus Strategy ialah strategi menggarap suatu target khusus. Pada strategi ini MAN Bondowoso berkomitmen menghadirkan satu program khusus yaitu program kelas tahfidz Quran yang diberlakukan pada siswa yang masuk jurusan agama, hadirnya program ini karena beberapa faktor. *Pertama* pendidikan agama Islam merupakan usaha berupa bimbingan dan asuhan bagi anak didik agar dapat memahami dan mengamalkan serta menjadikannya sebagai pandangan hidup (*way of life*) selain itu, Tahfidz atau menghafalkan al-Qur'an adalah suatu perbuatan yang sangat mulia dan terpuji. Sebab, orang yang menghafalkan al-Qur'an merupakan salah satu hamba yang *ahlullah* di muka bumi,. *Kedua*, program ini sebagai ciri khas MAN Bondowoso mampu memperthankan eksistensi madrasah sebagai satu-satunya Madrasah Aliyah negeri di Bondowoso memiliki standar yang berbeda dengan sekolah / madrasah yang lainnya. Ketika beberapa Sekolah merintis Sekolah Berstandar Internasional (RSBI) atau Sekolah Berstandar Internasional (SBI), MAN Bondowoso justru mengembangkan Madrasah Standar Dunia Akhirat (SDA) artinya madrasah ini yang dikembangkan bukan hanya kegiatan duniawi saja tapi sangat dipentingkan adalah kegiatan ukhrowinya, bahkan program keagamaan merupakan program unggulan yang sangat diminati dan diperebutkan oleh siswa. Pada rogram kelas Tahfiz Quran ini MAN Bondowoso menerapkan tiga tahun menghafal dari kelas X sampai kelas XI. saat ini terdapat 6 kelas tahfidz tiga putra dan tiga putri. Siswa yang berada di kelas tahfidz ini diharapkan mampu menghafal al-Qur'an sebanyak 6 Juz setelah lulus dari Madrasah, walaupun pada kenyataanya banyak siswa yang

telah hafal melebihi target di atas. Bahkan saat ini ada beberapa siswa yang telah menghafal lebih dari 20 Juz. Pada tahun 2018 kemarin salah satu siswa di kelas tahfidz menjadi juara III dalam ajang Aksioma tingkat provinsi. Penyeleksian kelas tahfidz dimulai di kelas X. Siswa yang ingin masuk di kelas tahfidz harus melalui tahapan seleksi terlebih dahulu karena keterbatasan kuota.

Program tahfidz Quran merupakan program ditawarkan pada siswa yang masuk pada jurusan keagamaan di MAN Bondowoso program ini berjalan selama kurang lebih dari tiga tahun akan tetapi banyak peminatnya dari kalangan madrasah. program kelas tahfidz ini tersedia ketika siswa mengambil jurusan pada saat penjurusan ketika kelas XI. Dari beberapa kelas keagamaan yang tersedia, diambil dua kelas yang nantinya akan difokuskan untuk pengembangan tahfidz Al-quran. Penyeleksian kelompok belajar tahfidz siswa-siswi di tes tingkat kemampuan dalam menghafal Al-Quran, tajwidnya dan hal-hal yang berkaitan dengan membaca dan menghafal al-quran, setelah dinyatakan lulus oleh penguji siswa dan siswi dapat mengikuti kelas tahfidz. Pada pelaksanaannya siswa dan siswi yang memasuki kelas tahfidz ini dibimbing untuk menghafal setidaknya 3juz dalam satu semester, didampingi dengan pengajar yang berkompeten diharapkan siswa dan siswi dapat menghafal al-quran dengan baik dan benar. Madrasah ini menerapkan tiga tahun menghafal dari kelas X sampai kelas XI. Setiap semester di targetkan untuk menghafal 2 Juz, meskipun ditargetkan hanya dua jus setiap semester, saat ini ada diantara mereka yang sudah duduk di kelas XII hampir hafal 30 Jus yaitu Diana Nurul Izzah Siswi Kelas XII Tahfidz Putri, bahkan sudah memenangkan kejuaraan

tingka nasional, upaya madrasah memotifasi siswa-siswi untuk menghafal lebih semangat, yakni dengan menerapkan sistem *reward* dan *punishment* artinya bagi siswa-siswi yang sudah hafal dengan target 2 jus selama satu semester maka akan di dibebaskan dari tanggungan biaya sekolah, namun sebaliknya apabila selama satu semester tidak menghafal 2 jus maka akan di kenai hukuman yaitu di pindahkan di kelas reguler.

B. *Service Marketing Mix* Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso

Service Marketing Mix atau bauran pemasaran jasa memainkan peranan yang sangat penting sebagai bagian dari strategi dan kebijakan organisasi untuk mewujudkan kepuasan yang pada akhirnya diharapkan akan meningkatkan kesetiaan. Dengan demikian maka, kinerja bauran jasa berhubungan erat dengan pelanggan yang menggunakan produk pendidikan yang ditawarkan. Zeithaml dan Bitner menyatakan khusus untuk pemasaran jasa, dengan konsep 3P yaitu: SDM lembaga (*People*), bukti fisik /sarana dan prasarana lembaga pendidikan (*Physical Evidence*), dan proses / manajemen layanan (*Process*).¹⁵⁷

1. *People* (SDM)

Bauran pemasaran yang ada di MAN Bondowoso terdiri dari: Sumber daya manusia berarti yang melayani ataupun merencanakan pelayanan bagi para konsumen dimadrasah sumber daya manusianya adalah pedidik dan tenaga kependidikan yang mejadi ujung tombak peyampaian

¹⁵⁷ Valerie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner dan Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Fokus Across the Firm* (USA: Mc Graw-Hill Education 2, plan plaza New York. Seven Edision, 2017) 26

jasa dimadrasah. Untuk hal ini diperlukan pemilihan sumber daya manusia yang akan bekerja di lembaga pendidikan agar menghasilkan produk yang bermutu. Berbagai sistem yang diterapkan demi kemajuan sumber daya itu sendiri. Hal ini dapat dibuktikan dari berbagai aktivitas yang dilakukan di MAN Bondowoso seperti pelatihan bagi tenaga pengajar dan administrasi diantaranya seperti diklat, up-grading, nyantri di beberapa pondok pesantren dan campus unggul lainnya, out bond, dan workshop.

Perekrutannya pun melalui beberapa tahap yang dilalui oleh calon guru. Pertama rekrutment, di MAN Bondowoso. Pengajar tidak diwajibkan hanya berasal dari kalangan kependidikan, akan tetapi juga harus lulusan non pendidikan hal ini terkait dengan visi madrasah yang menginginkan siswa memiliki berbagai wacana keilmuan yang luas yang bersumber dari tenaga pengajar. Kedua *staffing* atau pendelegasian, penempatan jabatan ditentukan oleh kepala madrasah. Ketiga pelatihan kinerja. Keempat evaluasi kinerja dilakukan setiap seperti diadakan progres report bagi para guru dan administrasi. Kelima *restaffing*, yaitu menganalisis pendelegasian kembali setelah evaluasi.

Lembaga pendidikan yang memiliki citra bagus, ialah lembaga pendidikan yang berasal dari kultur sekolah yang kuat, karena dengan kultur budaya yang kuat akan membentuk para civitas madrasah menjadi generasi yang berdedikasi bagi masa depannya, disiplin, bertanggung jawab, percaya diri, memiliki kecakapan personal yang handal dan berahlaqul karimah.

2. *Process (Proses)*

Proses merupakan suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Elemen proses ini mempunyai suatu upaya perusahaan atau lembaga dalam menjalankan aktivitasnya untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa proses merupakan suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian kegiatan untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen, dimana proses ini sangat berkaitan dengan sumber daya manusia yang akan menyampaikan suatu jasa kepada konsumen.

Untuk perusahaan jasa kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika dilihat dari sudut pandang pelanggan, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya.

Sebagaimana proses dalam bauran pemasaran pendidikan di MAN Bondowoso bahwa seluruh kegiatan yang ada di MAN Bondowoso berpangkal dari visi dan misi madrasah itu sendiri. Madrasah berupaya keras membangun dan membentuk karakter keislaman, sebagai perwujudan dari keduanya antara visi dan misi madrasah yaitu tertanamnya akhlakul karimah pada diri siswa. Ada empat hal yang diharapkan madrasah yaitu menjadikan output madrasah memiliki

kemantapan aqidah, khusuk dalam beribadah, dan luwes dalam wawasan dan pergaulan.

Beberapa program yang ditawarkan madrasah berupa program madrasah pada umumnya seperti program peminatan yaitu AGAMA, IPA dan IPS. Namun ketika dianalisis secara krusial program keagamaan yang ada di MAN Bondowoso merupakan program yang berbeda dengan sekolah lain dan tidak dapat dimiliki serta sulit ditiru oleh sekolah-sekolah lain. Dengan adanya program keagamaan di madrasah ini semakin mendukung tertanamnya karakter keislaman pada diri siswa.

Dari struktur kurikulum, kurikulum merupakan pola dan susunan mata pelajaran yang baru ditempuh oleh peserta dalam kegiatan pembelajaran. MAN Bondowoso menerapkan kurikulum K13 sesuai dengan anjuran kementerian agama Bondowoso. Selain itu menerapkan sesuai dengan visi keislaman yang kuat dengan berjiwa islam sebagai kekhasan madrasah. Pengembangan kurikulum yang dilakukan oleh kepala madrasah memiliki pola, model dan karakteristik yang bervariasi, khas, dan cukup menarik mengadaptasi nuansa pesantren dalam membingkai kurikulum sehingga kurikulum berbasis pesantren

Pelayanan maksimal bagi peserta didik yang telah diberikan MAN Bondowoso kepada pelanggan pendidikannya mencakup banyak hal antara lain: sistem pembelajaran dan aplikasinya di kelas yang didukung oleh pendidik-pendidik profesional. Saran dan prasarana yang mutakhir. media pembelajaran yang menyenangkan bagi peserta didik. Pelayanan yang

baik oleh tenaga kependidikan maupun tenaga non kependidikan. Keterlibatan orang tua peserta didik pada kegiatan madrasah. Hal ini bukan hanya menjadikan citra sekolah baik tetapi juga mampu memperthankan pelanggan lama menjadi loyal ataupun mendatangkan pelanggan baru yang dapat membantu kegiatan pemasaran madrasah.

Dari struktur kurikulum, kurikulum merupakan pola dan susunan mata pelajaran yang baru ditempuh oleh peserta dalam kegiatan pembelajaran . MAN Bondowoso menerapkan kurikulum K13 sesuai dengan anjuran kementerian agama Bondowoso. Selain itu menerapkan sesuai dengan visi keislaman yang kuat dengan berjiwa islam sebagai kekhasan madrasah. Pengembangan kurikulum yang dilakukan oleh kepala madrasah memiliki pola, model dan karakteristik yang bervariasi, khas, dan cukup menarik mengadaptasi nuansa pesantren dalam membingkai kurikulum sehingga kurikulum berbasis pesantren. Langkah pertama strategi sosialisasi kurikulum, MAN Bondowoso ialah mengonsep dan mengenalkan kepada siswa pada saat penerimaan siswa baru dan kepada wali murid pada saat taaruf.

Langkah kedua dengan program PKLA dimana sosialisasi mengenai kurikulum dan program unggulan madrasah dikenalkan pada acara tertentu yang dapat mendatangkan masyarakat dalam jumlah besar. Sosialisasi tersebut dilaksanakan pada saat maulid nabi besar muhammad SAW dengan langkah ini sebagian masyarakat akan mengetahui bagaimana kurikulum madrasah dan program-program unggulan madrasah.

Bentuk lain dari pada proses pendidikan yang ada diMAN Bondowoso adalah adanya beberapa ekstrakurikuler yang tersedia. Adanya program ekstrakurikuler ini tentu sangat mendukung pada keterampilan dan kompetensi siswa. Pola ekstrakurikuler di madrasah aliyah negeri bondowoso terarah pada tiga aspek yaitu keterampilan, olahraga dan kognitif. Ektrakurikuler pada aspek keterampilan terdiri dari kaligrafi, taeter, banjari, qiroah, pencasilat, dan PBB. Kemudian ekstrakurikuler dari aspek olahraga yang meliputi futsal, sepak bola, bulu tangkis dan tenis meja. Sedangkan ekstrakurikuler dari aspek kognitif tersusun dari PMR, KSM, OSM, *Public Speaking*, *English Club*, dan Pramuka.

3. *Physical Evidance* (Bukti Fisik)

Physical Evidance atau Bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana jasa disampaikan kepada konsumen dan merupakan tempat dimana perusahaan atau lembaga pendidikan dapat berinteraksi dengan konsumen dan didalamnya terdapat komponen-komponen berwujud yang akan memfasilitasi kinerja atau proses komunikasi dari suatu jasa.

Guna terpenuhinya sarana ibadah seluruh warga madrasah. MAN Bondowoso membangun musholla ar-raodhoh dengan beberapa tahap, pada awalnya dibangun dengan luas sesuai keadaan jumlah siswa 20 kelas, maka musholla dibangun dengan kapasitas 700 siswa. Namun dengan meningkatnya animo siswa yang jumlahnya 33 kelas, maka dibangun musholla dengan kapasitas 1500 siswa. Tidak hanya pemenuhan sarana ibadah, terlebih untuk menunjang kegiatan belajar siswa, tersedia

laboratorium IPA yang cukup memadai, juga pada tiap kelas tersedia LCD Proyektor Lembaga pendidikan yang bercitrakan bagus ialah lembaga pendidikan yang berasal dari budaya sekolah yang kuat, karena dengan budaya sekolah akan membentuk seluruh warga sekolah.

Pencitraan pada lembaga pendidikan ialah hasil dari buadaya sekolah yang berasal dari nilai-nilai yang menjadi pedoman dan patokan pada institusi pendidikan yang pada akhirnya nilai yang telah menjadi patokan tersebut kemudian di implementasikan secara konsisten dan membentuk opini masyarakat tentang keberadaan lembaga yang memiliki kualitas. Nilai yang menjadi patokan tersebut seperti mengutamakan pelayanan, memberikan perhatian penuh pada yang nampak kecil, selalu berupaya menjadi yang terbaik, tidak ada jarak dengan masyarakat, bekerja dengan memperhatikan nilai (tidak sekedar bekerja atau upah), inovasi dan kreasi kerja sama warga madrasah dan toleransi bagi segala usaha.

C. Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso

Citra adalah impresi, perasaan, atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang, atau mengenai lembaga. Banyak cara dapat dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan, baik melalui daya tarik fisik sekolah ataupun melalui daya tarik akademik, religius dan lain sebagainya. misalnya lembaga membenahi sekolah bagian yang menghadapi jalan raya, sehingga setiap unit orang yang lewat depan sekolah merasa tertarik dan sewaktu-waktu ingin

masuk kesekolah serta, kerja sama dengan media massa, mereka diundang dan kepada mereka ditawarkan jika mereka memerlukan berita-berita mengenai pendidikan, dan mengadakan peringatan-peringatan hari besar keagamaan dengan mengundang masyarakat luar sekolah, dan even-even lainnya. Berdasarkan uraian diatas maka sekolah harus menciptakan citra positif dihati masyarakat. Sehingga dengan demikian masyarakat dapat memberi keputusan untuk mendaftarkan putra dan putri mereka masuk kesekolah bersangkutan. Pemupukan citra ini tidak hanya dalam waktu singkat, sebab publik sifatnya sangat sensitif dan kritis. Citra terhadap suatu lembaga pendidikan terbentuk berdasarkan banyak unsur yang terkumpul dalam bentuk komponen.

Madrasah dapat meningkatkan citranya ditengah masyarakat dengan memakai konsep manajerial pemasaran modern, serta mengembangkan kualitasnya sehingga tetap eksis ditengah kompetitif lembaga pendidikan. Termasuk perbaikan kualitas lembaga pendidikan yang menuntut keaktifan peran serta seluruh warga madrasah maupun melibatkan masyarakat luas sebagai pemakai pendidikan.

Tanpa adanya keterlibatan masyarakat tak menutup kemungkinan lembaga pendidikan akan berjalan sepihak dan sulit untuk berkembang. Perbaikan kualitas tersebut akan melahirkan sebuah citra positif pada lembaga pendidikan.

Sebagai lembaga negeri yang berciri khas pesantren, MAN Bondowoso tetap eksis bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya. Madrasah

alياهو negeri bondowoso terus menerus melakukan pembenahan disegala bidang baik dibidang sarana prsarana, bidang kehumasan, kesiswaaan, laboratorium, dan bahasa.

Sebagaimana yang dijelaskan Kotler, Bowen, dan Mangken's dalam Neny Yulianita indikator lembaga pendidikan yang bercitra baik adalah lembaga itu mampu menciptakan *Public Understanding* (pemahaman masyarakat), *Public Confidence*(adanya kepercayaan masyarakat bagi lembaga), *Public Support* (dukungan dari masyarakat), *Public Corporation* (adanya kerjasama bagi lembaga).¹⁵⁸

Implikasi dari strategi pemasaran yang diterapkan MAN Bondowoso pertama ialah degan menigkatya kepercayaan masyarakat bagi lembaga pendidikan. idikator animo kepercayaan masyarakat yang besar untuk dapat menggunakan layanan jasa pedidikan di MAN Bondowoso. tigginya animo masyarakat bisa diketahui dengan banyak orang tua calon siswa yang mulai medaftarkan anaknya sejak bulan february disetiap tahun ajaran baru. Sedangkan banyak sekolah laiya belum membuka pedaftaran.

Indikator lain ialah dengan menigkatnya jumlah siswa baru tiap tahunnya, bahkan ditahun 2019 ini MAN Bondowoso membuka 8 kelas untuk siswa baru yang pada tahun sebelumnya 4 kelas. seamkin kuatya kepercayaan masyarakat untuk mendapatkan layanan jasa pendidikan dari lembaga yang bercitrakan positif ini.

¹⁵⁸ Neny Yuliaty, *Dasar-dasar Public Relation*, (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung,2005) 47

Implikasi lain ialah adanya dukungan dan kerjasama masyarakat khususnya wali murid. setiap kegiatan apapun yang diselenggarakan MAN Bondowoso selalu didukung oleh wali murid.

MAN Nondowoso sebagai madrasah pertama yang berada dibawah naungan DEPAG, yang memiliki ciri khas pendidikan pesantren dan berbagai keunggulan serta prestasi akademik yang dimilikinya sejak berdirinya sampai sekarang masih tetap mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Sebagai lembaga negeri yang berciri khas pesantren, MAN Bondowoso tetap eksis bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya. Madrasah aliyah negeri bondowoso terus menerus melakukan pembenahan disegala bidang baik dibidang sarana prsarana, bidang kehumasan, kesiswaaan, laboratorium, dan bahasa.

Memang tidak bisa dipungkiri lagi bahwa suatu sekolah bisa dikatakan berhasil dan sukses jika sekloah tersebut bisa terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman dan tetap mendapatkan loyalitas dari masyarakat sekitarnya.

Oleh karena itulah visi dan misi MAN Bondowoso selalu diarahkan pada perkembangan sekolah kearah yang lebih baik dan sesuai dengan perkembangan zaman dimasa yang akan datang.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso

- a. Analisis lingkungan pasar berupa pendekatan kultural latar belakang masyarakat sebagai langkah strategis untuk menyusun dan merancang program madrasah.
- b. *Overall Cost Strategy* (strategi biaya menyeleruh terpimpin) yang menekankan pada efisiensi seluruh biaya pendidikan, yaitu besaran biaya yang dikeluarkan oleh siswa tiap bulannya sebesar Rp.75.000,00. Sedangkan biaya verifikasi siswa baru sebesar Rp 2.000.000,00.
- c. *Differentiation strategy* (strategi differensiasi), strategi yang menekankan pada penciptaan program yang berbeda dan unggul untuk memenangkan persaingan ditengah kompetitor. Program tersebut meliputi: *Pertama* program inti atau peminatan yang terdiri dari program AGAMA, IPA, dan IPS. *Kedua* program nyata unnggul yang terdiri dari program IDB Program IDB (Infaq, Disiplin, dan Bersih), Program PKLA (Praktek Kerja Lapangan Keagamaan) dan PKLK (Praktek Kerja Lapangan Komputer), *Single sex class*, S3Q (Sholat, Salam, Silaturrohmi dan Quran).
- d. *Focus Strategy* (Strategi Fokus) MAN Bondowoso berkomitmen menghadirkan satu program khusus yaitu program kelas tahfidz Quran

yang diberlakukan pada siswa yang masuk jurusan agama, hadirnya program ini karena beberapa faktor diantaranya memandang Agama Islam sebagai *way of life*, dan sebagai ciri khas MAN Bondowoso yang mampu mempertahankan eksistensi madrasah.

- e. Strategi promosi dan komunikasi jasa pendidikan menggunakan brosur, media *online*, serta pemasaran melalui kegiatan-kegiatan yang membaaur dengan masyarakat seperti PKLA.

2. Service Marketing Mix Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso

- a. SDM. Standarisasi guru dan staff madrasah dalam dalam sumber daya manusia berorientasi pada kualitas dan profesionalisme tenaga kependidikan dan non kependidikan berkualifikasi pendidikan S1 dan S2.
- b. Proses pendidikan di MAN Bondowoso menerapkan K13 sistem pembelajaran dan aplikasinya di kelas yang didukung oleh pendidik-pendidik profesional dan pengembangan kurikulum yang memiliki pola, model dan karakteristik yang bervariasi, khas, dan sangat menarik mengadaptasi nuansa pesantren.
- c. Bukti fisik MAN Bondowoso terlihat dari sarana dan prasarana pendidikan yang ada sudah sangat lengkap dan spektakuler.

3. Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso

- a. Kepercayaan masyarakat semakin kuat, yaitu dengan bertambahnya pengguna jasa pendidikan di kedua lembaga dari tahun ke tahun.
- b. Adanya dukungan dan kerja sama dari masyarakat, khususnya orang tua siswa dalam setiap kegiatan atau even di masing-masing lembaga serta adanya komite sekolah dan penguyuban wali murid.
- c. Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan yang ikut membantu memasarkan pendidikan dari mulut ke mulut dan menjadi pelanggan setia yang kembali menggunakan jasa pendidikan di lembaga MAN Bondowoso.

B. Saran

Setelah melalui proses penelitian dan kajian yang cukup panjang tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan dan citra lembaga di MAN Bondowoso, ada beberapa saran yang peneliti ingin sampaikan:

1. Bagi MAN Bondowoso
 - a. Kualitas lembaga sangat penting oleh sebab itu langkah peningkatan lembaga ini harus dilakukan ke arah yang lebih prospektif.
 - b. Sangat perlu untuk MAN Bondowoso untuk menyusun konsep dan strategi pemasaran yang lebih sistematis melihat persaingan pendidikan yang begitu kompetitif.

- c. Kualitas lembaga pendidikan dapat menghantarkan peserta didik (output) menjadi benar-benar kompeten dan berperan, agar mempunyai kapabilitas didalam persaingan dunia kerja modern.
- d. Visi dan Misi yang telah menjadi ruh organisasi ini hendaknya bukan saja untuk dihayati dan dipajang, akan tetapi menjadi pedoman dan landasan program kerja dan tujuan, selain itu visi dan misi juga menjadi pola pikir, pola sikap, pola tindak dalam berorganisasi.
- e. Usaha yang maksimal adalah sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas lembaga kearah yang lebih baik.
- f. Para anggota dan pengurus komite harus lebih berkomitmen dalam menjalankan amanah, timbul rasa *sense of bellonging* terhadap pendidikan khususnya di MAN Bondowoso.

2. Bagi masyarakat

- a. Masyarakat secara umum hanya bisa menilai dan menganalisa perkembangan lembaga yang ada, dengan berpatokan banyaknya input serta kualitas output yang memadai.
- b. Kesadaran masyarakat akan tergugah akan pentingnya pendidikan ketika pendidikan yang ada khususnya lembaga pendidikan MAN Bondowoso selalu melakukan pembenahan, pengelolaan, dan pengembangan.

3. Para peneliti lainnya

- a. Agar dilakukan penelitian lebih lanjut yang mampu mengungkapkan lebih dalam tentang strategi pemasaran jasa dalam meningkatkan kualitas layanan sancitra lembaga
- b. Agar ditindak lanjuti langkah-langkah dalam menyelenggarakan studi yang sama dalam studi yang lain, juga sekolah lain pada umumnya yang dapat berperan sebagai kasus yang lain yang diperlukan untuk memberi tambahan guna mengurangi kesalahan temuan penelitian.
- c. Perlu ada kajian inten dan komprehensif yang disertai dengan data-data lengkap terkait strategi pemasaran jasa di MAN Bondowoso agar tercipta dealektika yang diharapkan menambah wawasan dan keautentikan konsepsi tentang strategi pemasaran



DAFTAR RUJUKAN

- Afga, Sidiq Rifai, 2014. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam: Study Kasus Di Smp Muhammadiyah Magelang*. Tesis Yogyakarta: Pps Uin Sunan Kalijaga
- Arikunto, Suharsimi, 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Baca Pustaka
- Alma, Bukhari Dan Ratih Hurriyati, 2009. *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan:Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima* Bandung: Alfabeta
- Gupta, Bahana Patria. 5 Juni , 2018. *Ini Alasan Kemendikbud Jalankan Sistem Zonasi*. Kompas, Hlm 4
- Huddleston, Jr. Thomas, 1976. *Marketing, The Aplication Quistionairre: Collage And Uiversity*
- John W,R. Owen Chambell Dan Philip R.F, 1977. *Marketing Maching The Student To The Collage*. Collage And University:Summer
- Kotler, Philip Dan Gerry Armstrong, 2003. *Marketing An Introducion* .Thrit Edition . Ney Jersey:Prentice- Hall, Ins
- Kotler, Philip 2003. *Marketing Managament*. The Millenium Edition.Ney Jersey: Prentice –Hall, Ins
- Kotler, Phlip. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid I* Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Kesembilan, Terj.S.Gunawan. Jakarta: Pt.Indeks Gramedia
- Kotler, Philip, 2000. *The Function Of School Administration*. New York: Nytnew Lettermarc
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Terj. Bob Sabran .Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip 2004. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisi, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Kotler.PhilipGary Armstrong, John Saunders & Veronica Wong, 1999. *Prinsiples of*

Marketing: Second European Edition : USA Prentice Hall Europe, A Simon & Schuster Company, Upper Saddle River, New Jersey

Levy . 1997. *Marketing Imajination*. London: The Free Press, Collier Mccmillan, Publicer.

Lockhart, Johanna. 2011. *How To Market Your Scholl: A Guide Marketing, Communication, And Public Relation For School Administrators*, Publiised In Patnership With National School Public Relations Association:Lamhan. New York,Toronto, Plimounth,Uk .Rowman & Littlefield Publisers,Inc

Michael. A., Hubbermen & Miles B. Mattahew. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Terj.Thejtep Rohendi Rohidi Dan Mulyanto.Jakarta:Universitas Indonesis Uipress

Michael. A., Miles B. Mattahew. & Saldana Johnny. 2014. *Qualitative Data Analalyzis: A Method Sourcebook* (3rd Ed.), (Sage Publication: California

Mulyasa, 2013. *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* .Jakarta: Bumi Aksara

Mogatroyd And Morgan, 1993. *Total Quality Management And The School Pheldephia*: University Press

Moleong, Lexi J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya.

Muhaimin, 2011. *Manajemen Pendidikan:Aplikasi Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta:Kencana.

Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara

Nurzazin, 2011. *Gerakan Menata Mutu Pendidikan Teori Dan Aplikasi*. Jogjakarta:Ar-Ruzz Media

Qiyadah Robbaniyah, 2014. *Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Di Stikes Madani Yogyakarta*. Tesis .Yogyakarta: Pps. Uin Sunan Kalijaga. 2014

Porter, Michael E. *Competitif Strategy:Tehniques For Analyzing Industries And Competitors*. 1998 .Avenue Of The Americas, New York: The Free Press And Colophon Are Trademarks Of Simon & Suster Inc

Raharjo, Fitri. 2014. *Himpunan Lengkap Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional*. Jogjakarta:Saufa

- Hiayat, Rahmat Dan Candra Wijaya. 2017. *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: Lpppi
- Sudiadi, 2010 *Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Sdit Annida Purwokerto*. Tesis. Yohyakarta: Pps Uin Sunan Kalijaga.
- Sallis, Adward. 2012. *Total Quality Managament In Education*. Edisi Indonesia. Jogjakarta :Ircisod
- Sutisno, Oteng. 1985. *Admistrasi Pendidikan*. Bandung: Angkas
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Jogjakarta:Andi Offest
- Sugiyono, 2013. *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Upi. 2013. *Manajemen Pendidikan Bandung*: Alfabeta
- Zethaml, Valarie A. Bitner, Mary Jo Dan Gremler, Dwayne D. 2017. *Services Marketing:Integreting Customer Fokus Across The Firm* , Seven Edision Usa: Mc Graw-Hill Education 2.Plan Plaza New York.
- William J. Stanton, 2002. *Fundamentals Of Marketing*. Singapore:Mc.Graw-Hill Internasional
- Yuliati, Neny. 2005. *Dasar-Dasar Public Relation*. (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung
- Lpmp Sumatra Selatan, Workshop Sekolah Bertaraf Internsional [https://id.m.wikipedia.org.>Wiki>Sekolah Bertaraf Internasional\(Agustus,2019\),29](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Sekolah_Bertaraf_Internasional(Agustus,2019),29)
- Lovelock, Chirtoples And Lauren Wright. , 2017. *Prinsiples Of Service Marketing And Manajemen*. (Usa: Mc Graww-Hill Education 2.Plan Plaza New York. Seven Edision.

IAIN JEMBER



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA

JL. Mataram No. 01 Mangli Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136

Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.stainjbr@gmail.com

Nomor : B.2282/In.20/2/PP.00.9/12/2019

Jember, 11 Desember 2019

Sampiran :-

Hal : Permohonan ijin penelitian
untuk penyusunan Tesis

Kepada Yth:

Kepala MAN Bondowoso

di

Bondowoso

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Disampaikan dengan hormat bahwa mahasiswa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Hevi Hekayanti
Tempat/Tgl lahir : Bondowoso, 12 Desember 1990
NIM : 0849117014
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Jurusan : Magister (S2)
Alamat : Pekauman Grujugan Bondowoso

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan tesis, agar diizinkan untuk mengadakan penelitian/riset selama kurang lebih 3 Bulan di lingkungan daerah / lembaga wewenang saudara. Penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai :

Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualaitas Layanan dan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso Tahun Ajaran 2018/2019

Atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Prof. Dr. H. Abd. Halim Soebahar, M.A.
NIP. 196101041987031006



SURAT KETERANGAN

Nomor : Ma.15.10/KP.02.3/2/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini kepala Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

Nama : H. Ibrahim S. Ag. M.Pd. I
NIP : 196806212000031001
Pangkat Golongan : Pembina, IV/a
Jabatan : Kepala Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa dibawah ini:

Nama : Hevi Hekayanti
Jenis Kelamin : Perempuan
NIM : 0849117014
Jurusan : Tarbiyah
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Semester : V (Lima)

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian di lembaga kami dengan judul penelitian "STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN DAN CITRA LEMBAGA DI MADRASAH ALIYAH NEGERI BONDOWOSO TAHUN AJARAN 2018/2019"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Bondowoso, 20 Desember 2019



PEDOMAN WAWANCARA

Fokus Penelitian	Instrumen Pertanyaan
<p>Apa Saja Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah MAN Bondowoso memiliki strategi pemasaran atau promosi baku dalam memasarkan jasa pendidikannya? Seperti apa?? 2. Apa setiap tahun MAN Bondowoso membentuk <i>team promotion</i>? 3. Siapa saja yang merumuskan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN Bondowoso? 4. Bagaimana MAN Bondowoso mengatasi persaingan antar lembaga yang semakin kompetitif? 5. Adakah perubahan strategi pemasaran yang dilakukan MAN Bondowoso dari tahun ketahun? 6. Jika ada apa yang menjadi pertimbangan perubahan itu? 7. Bagaimana grafik pengguna layanan pendidikan dari tahun ketahun? 8. Seperti apa profil singkat MAN Bondowoso? 9. Adakah perubahan paradigma pendidikan MAN Bondowoso dari masa kemasa? 10. Apa ciri khas yang dimiliki MAN Bondowoso dibanding Madrasah yang lain? 11. Adakah upaya memasarkan jasa pendidikan dengan ciri khas MAN Bondowoso? 12. Apa saja yang ditawarkan MAN Bondowoso ? 13. Bagaimana produknya? 14. Bagaimana MAN Bondowoso menentukan harga jualnya? 15. Apa yang menjadi pertimbangan dalam menentukan harga jual? 16. Adakah tawaran menarik untuk pengguna jasa terkait dengan harga ? beasiswa misalnya? Untuk siapa saja beasiswa itu? 17. Bagaimana upaya Bapak dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan di MAN Bondowoso? 18. Bagaimana strategi atau taktik HUMAS dalam memasarkan MAN Bondowoso kemasyarakat? 19. Pernahkan bagian HUMAS melakukan identifikasi segmentasi pasar sebelum memasarkan jasa pendidikannya? 20. Siapakah target dari pemasaran diMAN Bondowoso? Kenapa memilih target itu? 21. Bagaimana membentuk positioning dalam memasarkan dan mengenalkan MAN Bondowoso? 22. Apakah ada unsur differensiasi konsep pemasaran dibanding lembaga lain? 23. Sudahkan Bapak melakukan identifikasi kepuasan pelanggan jasa pendidikan di MAN Bondowoso? pernahkan ada orang tua yang komplain jika ada ketidaksesuaian antara apa yang dipromosikan dengan jasa yang diberikan? 24. Apa Langkah Bapak untuk menjaga kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang telah diberikan ? 25. Apakah semua elemen yang ada di MAN Bondowoso terlibat dalam proses pemasaran jasa?

	<p>26. Menurut Bapak mengapa strategi pemasaran sudah diterapkan bisa berhasil?</p> <p>27. Apa prospek bagi siswa setelah belajar di MAN Bondowoso?</p> <p>28. Adakah jaminan sukses yang diberikan madrasah untuk para siswa MAN Bondowoso?</p>
<p>Bagaimana Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan yang ada di MAN Bondowoso dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana SDM yang ada di MAN Bondowoso meliputi kompetensi, latar belakang pendidikan, profesionalitas, yang mereka miliki? 2. Bagaimana proses perekrutan tenaga pendidik atau tenaga administrasi di MAN Bondowoso? 3. Apakah yang menjadi SOP dalam perekrutan tenaga pendidik dan tenaga administrasi di MAN Bondowoso? 4. Apakah <i>reward</i> dan <i>punishment</i> diberlakukan untuk guru dan staff? 5. Bagaimana upaya kepala sekolah dalam meningkatkan kompetensi dan kualitas guru dalam menjalankan tugasnya di madrasah? 6. Bagaimana evaluasi atau <i>monitoring</i> yang dilakukan kepala sekolah terkait kinerja para guru dan administrator? 7. Bagaimana proses penerimaan siswa baru MAN Bondowoso ditahun ini? 8. Bagaimana proses seleksi pada peserta didik? 9. Bagaimana strategi sosialisasi kurikulum yang dilakukan MAN Bondowoso? 10. Bagaimana pengembangan kurikulum yang dilakukan oleh kepala sekolah dan guru baik dari model, pola, dan karakteristiknya? 11. Strategi pembelajaran seperti apa yang digunakan guru dalam pembelajaran ? 12. Bagaimana bentuk proses pendidikan yang ada di MAN Bondowoso untuk mendukung keterampilan dan kompetensi siswa selain pembelajaran dikelas? 13. Bagaimana bentuk bukti fisik MAN Bondowoso sebagai daya tarik bagi pengguna jasa pendidikan? 14. Bagaimana kondisi sarana dan prasarana sebagai pendukung proses berjalannya pendidikan di MAN Bondowoso?
<p>Bagaimana Implikasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di MAN Bondowoso?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa bentuk kerja sama yang dilakukan MAN Bondowoso sebagai implikasi dari strategi pemasaran jasa pendidikan? 2. Apa bentuk kepercayaan dan loyalitas masyarakat kepada MAN Bondowoso sebagai implikasi strategi pemasaran yang diterapkannya? 3. Bagaimana tanggapan masyarakat dengan layanan dan program yang diberikan MAN Bondowoso? 4. Bagaimana pemahaman masyarakat dengan keberadaan program yang begitu unik di MAN Bondowoso? 5. Bagaimana bentuk dukungan dan komitmen masyarakat atas seluruh program dan kegiatan yang di luncurkan MAN Bondowoso?

**JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
MADRASAH ALIYAH NEGERI BONDOWOSO**

No	Tanggal Penelitian	Jenis Penelitian	Paraf
1	19 Juni 2019	Observasi sekolah	1. <i>M/12</i>
2	10 November 2019	Mengajukan surat penelitian	2. <i>orgif</i>
3	12 November 2019	Interview kepala sekolah tentang sejarah dan profil MAN Bondowoso	3. <i>82</i>
4	14 November 2019	Interview ke kepala sekolah dan pengurus komite lainnya tentang kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran jasa pendidikan	4. <i>A</i>
5	1 Oktober 2019	Interview tentang penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan dengan guru	5. <i>Rach</i>
6	19 Oktober 2019	Interview tentang bauran pemasaran jasa pendidikan dengan waka sarana dan waka kurikulum	6. <i>Waf</i>
7	21 November 2019	Interview ke Kepala Madrasah dan Waka Humas MAN tentang kerjasama dengan masyarakat luas dalam memasarkan jasa pendidikan	7. <i>JAR</i>
8	22 November 2019	Interview tentang implikasi strategi pemasaran jasa dalam peningkatan kualitas layanan dan citra lembaga	8. <i>JAR</i>

Bondowoso, 20 Desember 2019
Kepala MAN Bondowoso





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
PASCASARJANA**

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 KodePos: 68136
Website: www.iain-jember.ac.id Email: pps.iainjbr@gmail.com

SURAT KETERANGAN
Nomor: B-2414/In.20/2/PP.00.9/12/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Direktur Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dengan ini menerangkan bahwa telah dilakukan cek similaritas terhadap naskah tesis:

Nama : HEVI HEKAYANTI
NIM : 0849117014
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Jenjang : Magister (S2)

dengan hasil sebagai berikut:

BAB	ORIGINAL	MINIMAL ORIGINAL
Bab I (Pendahuluan)	88 %	70 %
Bab II (Kajian Pustaka)	77 %	70 %
Bab III (Metode Penelitian)	93 %	70 %
Bab IV (Paparan Data)	95 %	85 %
Bab V (Pembahasan)	81 %	80 %
Bab VI (Penutup)	94 %	90 %

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian tesis.

Jember, 23 Desember 2019



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hevi Hekayanti
NIM : 0849117014
Jurusan/ Program Studi : Tarbiyah/Manajemen Pendidikan Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Bondowoso, 12 Desember 1990
Alamat : Jl. Purbakala No.2 Pekauman Kecamatan Grujugan,
Kabupaten Bondowoso

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso Tahun Ajaran 2018/1019” adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 20 Desember 2019

Yang membuat,



Hevi Hekayanti
NIM: 0849117014

شهادة

No. In.25/PP.009/APT/0117 / 2 /2019

يشهد الموقع أدناه بأن السيد/ة:

HEVI HEKAYANTI

المولودة/ة بتاريخ : ١٢ ديسمبر ١٩٩٠

قد تابع/ت الاختبارات في اللغة العربية لغير الناطقين بها التي أجراها مركز اللغة بالجامعة الإسلامية الحكومية جمبر وكانت الدرجات التي حصلت/ت عليها كما يلي:

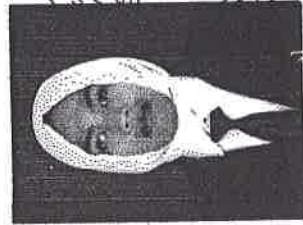
٦٢	فهم المسموع
٥٥	فهم القواعد والتراكيب
٦٣	فهم المقروء والمفردات
٦٠٠	مجموع الدرجات

أعقد الاختبار بالتاريخ:

٢٠ سبتمبر ٢٠١٩

وتصح هذه الشهادة إلى:

٢٠ مارس ٢٠٢١



رئيس مركز اللغة

Dr. H. Syamsul Anam, S.Ag., M.Pd

NIP. 197108212007101002



RIWAYAT HIDUP



Nama : Hevi Hekayanti
NIM : 0849117014
Tempat/Tgl Lahir : Bondowoso, 12 Desember 1990
Alamat : Jl. Purbakala No.2 RT/RW 013/005 Pekauman,
Kecamatan Grujungan, Kabupaten Bondowoso,
Provinsi Jawa Timur
Jurusan/Program Studi : Tarbiyah/Manajemen Pendidikan Islam

1. Riwayat Pendidikan

- | | |
|--|-------------|
| a. RA Bustanul Ulum Pekauman dari tahun | 1995 - 1997 |
| b. MI Bustanul Ulum Pekauman dari tahun | 1997 - 2003 |
| c. MTs Bustanul Ulum Pekauman dari tahun | 2003 - 2007 |
| d. MAN Bondowoso dari tahun | 2007 - 2010 |
| e. IAIN Jember dari tahun | 2010 - 2015 |
| f. Pascasarjana IAIN Jember dari tahun | 2017 - 2019 |

2. Pengalaman Organisasi

- Osis Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso
- Anggota Pengembanagan Bahasa Asing di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso
- UKPK (Unit Kegiatan Pengembangan Keilmuan) IAIN Jember