STRATEGI PEMASARAN
MIN JEJERAN BANTUL YOGYAKARTA
SEBAGAI SEKOLAH SEHAT PERCONTOHAN NASIONAL

(*Marketing Strategic MIN Jejeran Bantul Yogyakarta*
As National Example Healty School)

Oleh:
Yelis Nur Wahidah, S.Pd.I
NIM (11913036)

Pembimbing
Drs. Nanang Nuryanta, M.Pd

T E S I S

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam

YOGYAKARTA
2013

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 1204/PS-MSI/Peng./XII/2013

TESIS berjudul : **STRATEGI PEMASARAN MIN JEJERAN BANTUL YOGYAKARTA SEBAGAI SEKOLAH SEHAT PERCONTOHAN NASIONAL**

Ditulis oleh : Yelis Nur Wahidah

N. I. M. : 11913036

Konsentrasi : Pendidikan Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Studi Islam

Yogyakarta, 20 Desember 2013
Ketua,

Dr. Drs. H. Akhmad Darmadji, M.Pd

PERNYATAAN KEASLIAN

Kami yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Yelis Nur Wahidah, S.Pd.I
Nomor Mahasiswa	: 11913036
Jurusan	: Pendidikan Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Perguruan Tinggi	: Universitas Islam Indonesia
Tahun Akademik	: 2012-2013
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta sebagai Sekolah Sehat Percontohan Nasional.

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa *tesis* ini disusun dari hasil penelitian yang telah penulis laksanakan, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Yogyakarta, 20 November 2013



Yelis Nur Wahidah, S.Pd.I

11913036

PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tesis.

Nama Mahasiswa : Yelis Nur Wahidah

Nomor Mahasiswa : 11913036

Judul Tesis : Strategi Pemasaran MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta sebagai Sekolah Sehat Percontohan Nasional.

menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukannya perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah tesis pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Yogyakarta, 20 November 2013

Mengetahui
Ketua PPs FIAI UII

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji., M.P.d

Pembimbing

Drs. Nanang Nuryanta, M.Pd

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 1204/PS-MSI/ND/XII/2013

TESIS berjudul : **MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN MIN JEJERAN BANTUL YOGYAKARTA SEBAGAI SEKOLAH SEHAT PERCONTOHAN NASIONAL**

Ditulis oleh : Yelis Nur Wahidah

NIM : 11913036

Konsentrasi : Pendidikan Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam Program Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 12 Desember 2013
Ketua,

Dr. Drs. H . Ahmad Darmadji, M.Pd.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI
UJIAN TESIS

Nama : Yelis Nur Wahidah
Tempat/tgl lahir : Peundeuy, 15 Juni 1989
N. I. M. : 11913036
Konsentrasi : Pendidikan Islam
Judul Tesis : **STRATEGI PEMASARAN MIN JEJERAN BANTUL YOGYAKARTA SEBAGAI SEKOLAH SEHAT PERCONTOHAN NASIONAL**

Ketua	: Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.	(.....)
Sekretaris	: Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag	(.....)
Pembimbing	: Drs. Nanang Nuryanta M.Pd	(.....)
Penguji	: Dr. H. Hujair AH Sanaky, MSI.	(.....)
Penguji	: Drs. H. Hajar Dewantara, M.Ag.	(.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 14 Desember 2013
Pukul : 14.00–15.00 WIB
Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana MSI UII

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

MOTTO

"Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (siddiqin), dan para syuhada di surga."
(HR. Turmudzi)".[1]

"Pelajari aturan dan kemudian bermain lebih baik.
"Anda harus belajar aturan permainan.
Dan kemudian Anda harus bermain
lebih baik dari orang lain."
(Albert Einstein)"[2]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[1]http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam-2/#sthash.Z6OuEBh4.dpuf, diakses tanggal 15/12/2013, pukul 11:56

[2] http://suksesitubebas.com/2012/04/09/11-[elajaran-dari-kata-bijak-albert-einstein/, diakses tanggal 10/12/2013, pukul 05:58

KATA PENGANTAR

بِسْـــــــــــمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْـــم

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَ الصَّلَاةُ وَ السَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَ الْمُرْسَلِيْنَ مُحَمَّدٍ وَ عَلَى أَلِهِ وَ صَحْبِهِ وَ مَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ. أَمَّا بَعْدُ؛

Alhamdulillah, akhirnya tesis yang berjudul "**Strategi Pemasaran MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta sebagai Sekolah Sehat Percontohan Nasional**", dapat diselesaikan dengan baik, meskipun ada banyak celah dan kekurangan. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak yang tak terhitung jumlahnya. Oleh karena itu secara khusus, penulis haturkan terimakasih pada semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Edy Suandi Hamid, M.Ec selaku rektor UII, wakil rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta beserta stafnya.
2. Dr. Drs. Dadan Muttaqien., SH., M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Drs. Nanang Nuryanta, M.Pd, selaku dosen pembimbing tesis yang telah membimbing, memberikan saran, ilmu, pengalaman, doa, dan support yang sangat berarti dan luar biasa dalam penyelesaian tesis ini.
4. Dr. Drs. H.Ahmad Darmadji., M.P.d selaku ketua program pascasarjana, Drs. H. Syarif Zubaidah., M.Ag selaku sekretaris jurusan program pascasarjana MSI UII serta para Dosen FIAI UII Jurusan Pendidikan Islam, yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan S2 di MSI UII, terima kasih untuk semuanya para pahlawan tanpa tanda jasa.
5. Suami Tersayang (Ahmad Taufan, ST) dan calon *"qurrotu 'ayunin"* yang selalu memberi semangat kebaikan dalam setiap aktivitas dan menemaniku di setiap saat di manapun kaki ini ini dilangkahkan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

6. Mama Tersayang (Siti Aisyah) dan Ayahanda yang selalu kuhormati (Maman Lukman), yang tak pernah kenal lelah, pantang mengeluh dalam hidupnya, yang telah membesarkanku dengan ketulusan cinta dan air matanya, memberiku motivasi terbesar untuk menjalani hidup, yang mengajariku ilmu kehidupan, serta mendidikku dengan ketulusan dan ketegaran.
7. Adik-adiku tercinta (Dede Nuraeni, Moh. Lutfi As-Sidiq, Rifki Ridwan Muttaqin, Ai Nurul Fauziah, Hilma Nurzakiyah Azizah dan Salsabila Azkiyatun Nurul Huda), dan Naaila Nuragniyaa Azizah, kalian yang telah menjadi satu spirit dan motivasi terbesar dalam hidupku, teh ilis doain mudah-mudahan kalian menjadi insan sebagai penyejuk mata, hati serta iman bagi kedua orang tua, keluarga, dan bermanfaat bagi orang lain.
8. Keluarga besarku (keluarga enek Solihah dan enek Mae), beserta keluarga mertua (Bapak Hidayatullah dan Ibu Khozimah) yang kusayangi mudah-mudahan semua yang telah diberikan kelak menjadikan satu tabungan kebersamaan di syurga-Nya. Amin ya Rabb....
9. Sahabatku (Teh Mul, Rins, teh Lela) jazakumullah, kalian selalu memberikan ketenangan selama ini, dengan canda dan kepolosan kita semoga kita semua selalu diberikan rahman dan rahim-NYA dari Allah SWT, dan terakhir untuk segenap teman-teman MSI, khususnya angkatan tahun 2011/2012. Semua pihak yang telah memberikan sumbang kasih, yang berupa semangat, saran, kritik dan doanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Jazakumullah bi ahsanil jaza' semoga semua amal kebaikan yang telah diberikan mendapatkan ridha dan balasan yang setimpal dari Allah SWT, dan semoga mendapat kemudahan di setiap langkah untuk manapaki perjuangan hidup didunia ini dengan segala keberkahan dan iman di hati. Aamin Yaa Rabbal 'Aalamin..

Yogyakarta, 20 November 2013
Penulis

Yelis Nur Wahidah, S.Pd.I
11913036

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ABSTRACT

Marketing Strategic
MIN Jejeran Bantul Yogyakarta
As National Example Healty School

by:
Yelis Nur Wahidah
11913036

This research is motivated by the rapid development of educational institutions and managed IT patterned integrative (integrated) as IT kindergarten, elementary and junior IT. The management model has been proven to attract the attention of the parents (the people) to send their children to the agency. This phenomenon is often used as a reason for the success of organizations in the management of marketing strategies in the face of competition among educational institutions, including MIN Jejeran.

This study aims to determine the marketing strategy MIN Jejeran as a national pilot healthy school, know the factors inhibiting and supporting the implementation of the marketing strategy as well as the MIN Jejeran know the outcome of the marketing is done. This study uses descriptive qualitative approach, while the subject of his research are the principal, administration, teachers, employees and students parents MIN Jejeran Bantul. The data collection is done by using observations, interviews and documentation. Analysis of the data used in the analysis of the model is interactive.

These results indicate that the implementation of marketing strategies MIN Jejeran has done well, though not optimal. This can be seen from the high and ever increasing public interest to enter their children into MIN Jejeran. Statistical data prove that PPDB 2013-2014 school year recorded 430 registrants, and received only 25% of applicants are only 110 students.

Key words: ***strategic, marketing, education***

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN MIN JEJERAN BANTUL YOGYAKARTA SEBAGAI SEKOLAH SEHAT PERCONTOHA NASIONAL

Oleh:
Yelis Nur Wahidah
11913036

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perkembangan yang pesat lembaga-lembaga pendidikan yang bermotif IT dan dikelola secara integratif (terpadu) seperti TK IT, SD IT dan SMP IT. Model pengelolaan tersebut sudah terbukti menarik perhatian orang tua (masyarakat) untuk menyekolahkan anak-anknya di lembaga tersebut. fenomena ini sering dijadikan alasan keberhasilan lembaga dalam pengelolaan strategi marketingnya dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan, termasuk MIN Jejeran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran sebagai sekolah sehat percontohan nasional, mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran serta mengetahui hasil yang dicapai dari pemasaran yang dilakukan MIN. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, sedangkan subjek penelitiannya adalah Kepala Sekolah, TU, Guru, Karyawan dan Orang tua Peserta didik MIN Jejeran Bantul. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah dengan analisis model interaktif.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran telah terlaksana dengan baik, meskipun belum optimal. Hal tersebut dapat dilihat dari tinggi dan terus meningkatnya animo masyarakat untuk memasukan putra-putrinya ke MIN Jejeran. Data statistik membuktikan bahwa PPDB tahun ajaran 2013-2014 tercatat 430 pendaftar, dan yang diterima hanya 25% dari pendaftar yaitu hanya 110 peserta didik.

Kata kunci: strategi, pemasaran, pendidikan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERSEMBAHAN.....

Segala puji bagi Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada:

Suamiku Ahmad Taufan, Calon Qurrotu 'Ayunin ,
Ayahanda Maman Lukman & Mama tersayang Siti Aisyah

Semoga Allah melimpahkan keberkahan dan kemudahan di setiap peluh pengorbananmu.

Keluarga besar Ene Mae sateng Ene Solihah , Keluarga Besar Mertua Tersayang (Bapak Hidayat dan Ibu Khozimah) Beserta Adik-adikku tercinta

Dede Nuraeni,
Moh. Lutfi As-Sidiq,
Rifki Ridwan Muttaqin,
Ai Nurul Fauziah,
Hilma Nurzakiyah Azizah,
Salsabila Azkiyatun Nurul Huda,
Naaila Nuragniyaa Azizah.

Terutama untuk agama, bangsa, negara dan almamaterku
Universitas Islam Indonesia
Bapak Ibu Dosen yang terhormat
beserta sahabat-sahabat seperjuangan

Do'a Penulis

Ya , Allah...tetapkanlah iman di hati kami agar kami senantiasa dapat menjadi anak-anak yang sholeh/solehah yang dapat menjadi teladan bagi anak-anak kami kini dan kelak nanti, yang bisa memakmurkan agama-Mu dan meraih surga-Mu kelak.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PEDOMAN TRANSLITERASI
ARAB – LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā’	*b*	-
ت	Tā’	*t*	-
ث	Sā’	ṡ	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	*j*	-
ح	Hā’	*ḥ*	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā’	*kh*	-
د	Dāl	*d*	-
ذ	Żāl	ż	z (dengan titik di atas)
ر	Rā’	*r*	-
ز	Zā’	*z*	-
س	Sīn	*s*	-
ش	Syīn	*sy*	-
Huruf Arab	**Nama**	**Huruf Latin**	**Nama**

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ص	Sād	*ṣ*	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	*ḍ*	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	*ṭ*	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	*ẓ*	z (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	*g*	-
ف	Fā'	*f*	-
ق	Qāf	*q*	-
ك	Kāf	*k*	-
ل	Lām	*l*	-
م	Mīm	*m*	-
ن	Nūn	*n*	-
و	Hā'	*w*	-
هـ	Wāwu	*h*	-
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	*y*	-

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	*Muta'addidah*
عدة	Ditulis	*'iddah*

III. Ta'Marbutah diakhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	*ḥikmah*
جزية	Ditulis	*jizyah*

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	*Karāmah al-auliyā'*

c. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*.

زكلة الفطر	Ditulis	*Zakāt al-fitr*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

IV. Vokal Pendek

ـَ	*fathah*	Ditulis	a
ـِ	*kasrah*	Ditulis	i
ـُ	*ḍammah*	Ditulis	u

V. Vokal Panjang

1.	*Faṭhah + alif* جاهلية	Ditulis Ditulis	*ā* *jāhiliyah*
2.	*Faṭhah + ya'* mati تنسى	Ditulis	*ā*

		Ditulis	*tansā*
3.	*Kasrah + wawu* كريم	Ditulis Ditulis	*ī* *karīm*
4.	*ḍommah + wawu* فروض	Ditulis Ditulis	*ū* *furūd*

VI. Vokal Rangkap

1.	*Faṭhah + ya'* mati بينكم	Ditulis Ditulis	*ai* *bainakum*
2.	*Faṭhah + wawu* mati قول	Ditulis Ditulis	*au* *qaul*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	*a'antum*
أعدت	Ditulis	*u'iddat*
لئن شكرتم	Ditulis	*la'in syakartum*

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	*al-Qur'ān*
القياس	Ditulis	*al-Qiyas*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	*as-Sama'*
الشمس	Ditulis	*asy-Syams*

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	*zawi al-furūd*
أ هل السنة	Ditulis	*ahl as-Sunnah*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

NOTA DINAS iv

HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS v

HALAMAN PENGESAHAN vi

HALAMAN MOTTO vii

KATA PENGANTAR viii

ABSTRACT x

ABSTRAK xi

HALAMAN PERSEMBAHAN xii

PEDOMAN TRANSLITERASI xiii

DAFTAR ISI xviii

DAFTAR TABEL xxii

DAFTAR GAMBAR xxiii

BAB I. PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Fokus Penelitian 7

C. Pertanyaan Penelitian 7

D. Tujuan Penelitian 8

E. Manfaat Penelitian 8

F. Sistematika Pembahasan 9

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN KRANGKA TEORI 10

A. Kajian Penelitian Terdahulu 10

B. Krangka Teori 13

1. Strategik 13

2. Pemasaran 16

3. Pemasaran Jasa 20

4. Pemasaran Jasa Pendidikan 22

a. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan 22

b. Perkembangan Konsep Pemasaran Dalam Jasa Pendidikan 25

c. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan 30

d. Citra (*Image*) Terhadap Lembaga 50

e. Variabel Yang Menimbulkan Citra 52

5. Definisi Sekolah Sehat 57

6. Ciri-ciri Sekolah Sehat 58

BAB III. METODE PENELITIAN 59

A. Jenis Penelitian 59

B. Subjek Penelitian 60

C. Lokasi Penelitian 61

D. Metode Pengumpulan Data 61

1. Metode Wawancara 62

2. Metode Dokumentasi 63

3. Metode Observasi 64

E. Instrumen Pengumpulan Data 64

F. Analisis Data 65

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

G. Objektivitas dan Keabsahan Data 68

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN 70

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 70

1. Letak Dan Keadaan Geografis MIN Negeri Jejeran 70

2. Sejarah Berdiri Dan Perkembangan 71

a. Awal Mula Berdiri MIN Jejeran 71

b. Era Sebelum Gempa 73

c. Pasca Gempa Bumi 27 Mei 2006 74

d. Pasca Rekonstruksi Gempa 27 Mei 2006 75

3. Tujuan, Visi dan Misi MIN Jejeran 76

4. Keadaan Guru, Karyawan, Peserta Didik dan Sarana Prasarana MIN Jejeran 77

a. Keadaan Guru 77

b. Keadaan Karyawan 78

c. Keadaan Peserta Didik 79

d. Keadaan Sarana dan Prasarana 81

B. Hasil Penelitian 83

1. Strategi Pemasaran MIN Jejeran Sebagai Sekolah Sehat Nasional 83

2. Hasil Yang Dicapai Dari Pemasaran Yang Dilakukan MIN Jejeran Sebagai Sekolah Sehat Percintohan Nasional 104

C. Analisis 109

1. Startegi Pemasaran 109

2. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran MIN Jejeran 129

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB V. PENUTUP 161

A. Simpulan 161

B. Saran 163

DAFTAR PUSTAKA 164

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Panduan Pertanyaan 65

Tabel 4.3 Jumlah Siswa MIN Jejeran Tahun 2013-2014 79

Tabel 4.4 Jumlah Siswa MIN Jejeran Tahun 2012-2013 80

Tabel 4.5 Keadaan Sarana dan prasarana MIN Jejeran 94

Tabel 4.6 Komponen Pembentuk Produk Pendidikan 135

Tabel 4.7 Komponen Penentapan Harga Biaya Pendidikan MIN Jejeran 137

Tabel 4.8 Data Bukti Fisik dan pendukung Jasa pendidikan MIN Jejeran 146

Tabel 4.9 Implemtasi Strategi Pemasaran pendidikan MIN Jejeran 149

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lingkaran Proses Pendidikan 48

Gambar 3.1. Model analisis data interaktif 67

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen dalam pendidikan menjadi satu hal yang sangat penting sekali dalam pelaksanaannya. adapun manajemen pendidikan menurut Arikunto dan Yuliana sebagai berikut:

> "manajemen pendidikan adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang berupa proses pengelolaan usaha kerjasama sekelompok manusia yang tergabung dalam organisasi pendidikan untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya, agar efektif dan efisien".[1]

Dalam rangka meningkatkan relevansi pendidikan, pemerintah terus melakukan berbagai program untuk memberikan harapan bagi kelangsungan dan terkendalinya kualitas pendidikan Indonesia pada masa krisis dan modern ini, akan tetapi karena pengelolaannya yang terlalu kaku dan sentralistik, program itu pun tidak banyak memberikan dampak positif, angka partisipasi pendidikan nasional maupun kualitas pendidikan tetap menurun. Diduga hal tersebut erat kaitannya dengan masalah manajemen. Dalam kaitannya dengan manajemen atau pengelolaan, pemerintah telah memberikan keleluasaan kepada sekolah untuk mengatur dan melaksanakan berbagai kebijakan secara luas termasuk di dalamnya untuk mengelola strategi pemasaran yang dilakukan sekolah itu sendiri.

---

[1] Arikunto dan Yuliana. *Mananajemen Pendidikan.* (Yogyakarta: Aditya Media, 2008) hlm 4.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Strategi adalah *a sequence of decision rules* yang artinya suatu urutan peraturan decision dengan memakai prinsip tertentu[2]. Sedangkan istilah pemasaran menurut J. Stanton adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang di rancang, untuk merencanakan, menentukkan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan[3]. Berangkat dari uraian tersebut, maka strategi dalam *marketing* berarti jumlah rencana marketing dalam rangka formulasi, sebagai *way out* untuk memaksimalkan profit dalam jangka panjang.[4]

Dewasa ini fenomena penggunaan pemasaran (*marketing*) pada dunia pendidikan mulai banyak diterapkan mulai dari pendidikan anak usia dini sampai pada pendidikan tingkat perguruan tinggi, salah satunya yaitu dengan adanya istilah promosi sebagai bagian dari strategi pemasaran dalam dunia pendidikan. Pemasaran dalam pendidikan termasuk dalam pemasaran jasa karena yang ditawarkan bukan barang melainkan jasa pelayanan pendidikan. Adapun beberapa perbedaan antara barang dan jasa adalah sebagaimana yang dinyatakan oleh Edward W. Wheatley di bawah ini;

1. Pembelian jasa, sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi.
2. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang bersifat berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat dan ukuran.
3. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak. Jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.

---

[2] Ardiyos. *Kamus Produksi dan Manajemen,* (Jakarta: Citra Harta Prima, 1996), hlm 290.

[3] Stanton dalam Djaslim. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* intisari dari Buku William J. Stanton-Michael J-Bruce J. Walker edisi ke-IX th 1991. (Bandung:Mandar Maju, 1994), hlm 1.

[4] Ibid, hlm 162.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

4. Barang dapat disimpan sedangkan jasa tidak dapat disimpan.
5. Ramalan permintaan dalam marketing jasa. Untuk menghadapi masa-masa puncak, dapat dilatih dengan tenaga khusus.
6. Adanya masa puncak yang sangat padat, merupakan masalah tersendiri bagi marketing jasa. pada masa puncak, ada kemungkinan layanan yang diberikan oleh produsen sangat minim, misalnya waktu dipersingkat, agar dapat melayani produsen sebanyak mungkin. Jika mutu jasanya tidak dikontrol maka, ini dapat berakibat negatif terhadap perusahaan, karena banyak langganan merasa puas.
7. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia.
8. Distribusinya bersifat langsung, dari produsen ke konsumen.[5]

Sedangkan karakteristik jasa dalah sebagai berikut:

1. Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than intangible*).
2. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneneous production and comsumption*).
3. Kurang memiliki standar dan keseragaman (*less standarized and uniform*).[6]

Dari uraian di atas, jelas bahwa sekolah atau madrasah merupakan lembaga pendidikan yang memberikan layanan jasa pendidikan kepada masyarakat. Kaitannya dengan pendidikan saat ini, pendidikan mengalami kondisi krisis yang berkepanjangan di mana dengan perlahan bergeser menjadi salah satu polemik besar yang bisa memberatkan masyarakat. Hal ini sebagaimana dinyatakan oleh hanry dalam penelitiaannya di bawah ini;

> "Pendidikan yang 'mahal' akan semakin menjadi relatif ketika kita melihat dari sudut pandang yang berbeda. Apabila pendidikan dianggap sebagai suatu bentuk investasi yang akan memberikan suatu benefit di masa mendatang maka tidak akan terjadi penempatan biaya pendidikan dalam skala prioritas terakhir atau berada di bawah pengeluaran-pengeluaran yang konsumtif. Perspektif inilah yang harus terus diupayakan menjadi sepandang agar tidak terjadi gap pendekatan bagi solusi masalah-masalah seputar pendidikan.Komunikasi yang sering sumbang harus disamakan, paling tidak untuk membuka forum

[5] Edward dalam Buchari, Alma. *Pemasaran Strtejik Jasa Pendidikan,* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm 5.

[6] Leonard dan Kotler dalam Buchari, Alma. *Pemasaran Strtejik Jasa Pendidikan,* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm 5.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

diskusi yang lebih terarah bagi semua pihak yang berkepentingan di dunia pendidikan.[7]"

Bermunculannya sekolah-sekolah baru menimbulkan fenomena dalam dunia kependidikan, sehingga bentuk dan pendekatan pendidikan semakin berkembang dan kompleks. Tidak hanya pemain-pemain lama yang mengembangkan sekolah yang sudah ada namun juga dari pelaku usaha non kependidikan dan bahkan penyelenggara pendidikan dari luar negeri. Berangkat dari fenomena tersebut secara objektif, masyarakat semakin sulit menentukan pilihan lembaga pendidikan formal/sekolah yang akan digunakan.[8]

Dahulu sekolah sebagai produsen jasa pendidikan masih berada pada *seller's market,* calon siswa berlomba mendaftarkan masuk ke sekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. Namun, beberapa tahun terakhir ini beberapa lembaga pendidikan mulai terasa kesulitan mencari calon siswa, anak-anak pelajar sekarang begitu cerdas memilih sekolah yang bermutu dan sesuai dengan yang diinginkan. Apalagi hal ini diiringi dengan makin bertambah banyaknya lembaga pendidikan, misalnya saja pertumbuhan jumlah madrasah, sebagaimana yang tercatat oleh Direktorat Pendidikan Madrasah Republik Indonesia pada tahun 2001-2004, setiap tahunnya rata-rata meningkat 3%[9].

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[7] Henry Sumurung Octavian, "*Manajemen Pemasaran Sekolah Sebagai Salah Satu Kunci Keberhasilan Persaingan Sekolah,* No.05/ Th.IV / Desember 2005, hlm 109.

[8] Ibid., hlm 109.

[9] Direktorat Pendidikan Madrasah Republik Indonesia dalam Ahmad M, ***Manajemen Pemasaran Pendidikan lm 14.Islam.*** Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang 2010, hlm 13-14.

Dengan adanya perkembangan madrasah yang sangat pesat menyebabkan calon pendaftar atau siswa mulai berkurang, apalagi pada masa kini dirasakan adanya suasana persaingan antar lembaga pendidikan. Hal ini senada dengan yang dinyatakan Ahmad di bawah ini:

> "oleh adanya pertumbuhan jumlah lembaga pendidikan seperti ini, maka pendaftar di beberapa lambaga pendidikan mulai berkurang dan terasa ada suasana persaingan antar lembaga pendidikan ditinjau dari unsur produk, harga, kualitas pelayanan, kualitas tamatan, outcome, kualitas bangunan, jaringan dan sebagainya. Bahkan ironisnya di beberapa daerah, beberapa lembaga yang kurang dapat mengakomodir hal tersebut terpaksa ditutup karena kekurangan murid.[10]"

Beranjak dari pemahaman di atas, para pemuka lembaga pendidikan khususnya madrash harus lebih cerdas lagi dalam mengatasi persaingan pendidikan saat ini, mengingat lembaga madrash pada dasarnya memiliki potensi yang sangat besar. Namun pada saat ini, kenyataannya madrasah tidak luput dari berbagai macam problem, tantangan serta kritik terhadap citra eksistensi lembaganya. Adapun beberapa problem rill yang menjadi tantangan madrasah saat ini di antaranya madrasah belum mampu memacu ketertinggalannya dalam pengelolan sistem pendidikan, madrasah masih dipandang sebagai *second class* setelah sekolah umum, masih adanya kalangan masyarakat yang sinis pada lembaga madrasah dan adanya animo masyarakat yang besar pada minat sekolah umum daripada madrasah.[11]

Bertolak belakang dari problem rill yang dialami madrasah saat ini, pada beberapa dekade ini muncul pesat lembaga-lembaga pendidikan yang bermotif IT atau lembaga-lembaga pendidikan Islam Terpadu seperti TK-

---

[10] Ibid.,

[11] Cahaya, Kharoni, *Strategi Pemasaran pendidikan (*Studi Komparasi di SD Masjid Syuhada dan MI Sultan Agung Yogyakarta*), Tesis,* UIN Sunan Kalijaga 2012, hlm 3-4.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

IT, SD-IT, SMP-IT dan sebagainya. Munculnya lembaga pendidikan tersebut sudah terbukti menarik perhatian para orang tua (masyarakat) untuk menyekolahkan anak-anaknya di lembaga tersebut.

Fenomena di atas, dapat dijadikan salah satu indikator bahwa lembaga-lembaga tersebut telah berhasil bermain strategi, salah satunya dalam pengelolaan strategi *marketing*-nya karena pada saat ini sekolah-sekolah IT khususnya di daerah Yogyakarta mayoritas cukup berhasil dan berhasil membangun citra positif sebagai lembaga pendidikan Islam unggulan sehingga dengan berjalannya waktu akan membuat pamor madarasah menjadi semakin terbelakang dari pentas pendidikan Islam.[12]

Adanya pengelolaan strategi *marketing* yang jitu, telah membuat lembaga-lembaga pendidikan IT yang *notabane*-nya baru, mampu bersaing di tengah arus persaingan pendidikan yang ketat pada masa ini. Adanya kemasan yang unik lembaga pendidikan tersebut, dimulai dari implementasi pemasaran yang dilakukan dengan beberapa strategi dengan tujuan supaya orang tua tertarik untuk meyekolahkan anak-anaknya di lembaga tersebut pantas diapresiasi dalam implementasinya saat ini.

Berdasar pada permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian terkait dengan manajemen strategik pemasaran di lembaga pendidikan Islam yaitu madrasah. Adapun yang menjadi obyek penelitian dari thesis ini adalah Madrasah Ibtidaiyah Negeri yang berlokasi di Jalan Imogiri Timur Km 7, Jati, Wonokromo, Pleret, Bantul. Sekolah ini

[12] Ibid., hlm 4.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

menjadi Juara Lomba Sekolah Sehat tingkat Nasional dan Juara Lomba Sekolah Adiwiyata tingkat Nasional. Dampak menjadi sekolah berwawasan lingkungan hidup, selain mendapatkan penghargaan yang diberikan secara langsung oleh Menteri Lingkungan Hidup, juga terdapat banyak dampak positif yang lain di antaranya "Nilai UN meningkat, ranking 1 se Kecamatan sudah merupakan hal yang biasa, dan juga Jerman (GTZ) pernah studi banding tentang penyediaan sanitasi di sekolah **MIN Jejeran Sekolah Sehat**[13].

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan memfokuskan pada strategi pemasaran MIN Jejeran Bantul, Yogyakarta.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka pertanyaan yang hendak dicari jawabannya adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta sebagai sekolah sehat percontohan Nasional?
2. Bagaimanakah hasil yang dicapai dari pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta sebagai sekolah sehat percontohan Nasional?

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[13]http://bantul.kemenag.go.id/kemenag/daftar-berita-2/118-min-jejeran-sekolah-adiwiyata-sekolah-sehat-tingkat-nasional.html, diakses 08/06/2013, pukul 09:26 WIB.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta sebagai sekolah sehat percontohan Nasional;
2. Mengetahui hasil yang dicapai dari pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta sebagai sekolah sehat percontohan Nasional

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis

   Hasil penelitian ini akan menjadi bahan kajian tentang manajemen strategi pemasaran pendidikan terutama bagi sekolah yang ingin menerapakan dan menjadikan sebagai sekolah sehat.

2. Secara praktis

   Sebagai bahan evaluasi untuk MIN Jejeran Bantul Yogyakarta, khusunya dalam hal manajemen strategi pemasaran yang dilakukan guna meningkatkan efektivitas penyelenggaraan manajemen sekolah dalam meningkatkan kualitas pendidikan sekolah. Adapun bagi Direktorat Pendidikan Nasional, apabila penerapan sekolah sehat dinilai bagus, maka dapat dijadikan masukan untuk pengalihan status bagi sekolah yang belum berpredikat sehat menjadi sekolah yang berpredikat sehat.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang sistematik dan ilmiah, maka disajikan sisitematika pembahasan sebagiamana berikut:

BAB I : pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: telaah pustaka dan krangka teori yang berkaitan strategi pemasaran pendidikan dan teori umum sekolah sehat.

BAB III: metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, subjek penelitian, lokasi penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, dan teknik yang digunakan dalam menganalisis data.

BAB IV: analisis dan pembahasan hasil penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran dengan pembahasan yang ringkas dan padat.

BAB V : penutup, berisi simpulan dari penelitian, saran-saran, dan rekomendasi dari penelitian yang telah dilaksanakan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Sejauh yang peneliti ketahui, beberapa penelitian yang membahas tentang manajemen strategi pemasaran sudah pernah dilakukan, akan tetapi yang lebih spesifik meneliti tentang manajemen strategi pemasaran pada sekolah sehat yang memiliki brand sebagai sekolah sehat percontohan nasional belum pernah diketemukan. Adapun hasil penelitian yang berkaitan dengan manajemen strategi pemasaran di antaranya adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Hairil Anam, 2012 dalam penelitiannya tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Madrasah Ibtidaiyah Al-Hikmah Desa Palasa Kecamatan Talango, menunjukkan bahwa:

> "pertama, strategi pemasaran yang dilakukan MI Al-Hikmah meliputi mempersiapkan pendidikan yang bermutu, sarana yang cukup, melalui organisasi masyarakat, bakti sosial, dan pelayanan yang berkesan; kedua, faktor yang mendukung terhadap pemasaran jasa pendidikan di MI Al-Hikmah yaitu tipe kepemimpinan yang baik dari Ketua Yayasan dan Kepala Sekolah, tipe organisasi yang berbasis masyrakat, Yayasan lain yaitu YDSF Surabaya dan masyarakat termasuk donatur dari masyarakat.
>
> Adapun faktor penghambatnya meliputi lembaga pendidikan pesaing, kurangnya dana serta status sekolah (Madrasah) yang masih swasta; ketiga, hubungan MI Al-Hikmah dengan masyarakat sekitar sangat erat dan terjalin dengan baik, keduanya saling mempengaruhi dan bekerja sama. Dengan demikian pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan di MI Al-

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Hikmah secara garis besar menggunakan tiga model strategi dan berjalan dengan baik walau ada hambatan.[14]

Dalam penelitian Nanang Fatkhur Rozi tentang Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus pada Yayasan Pondok Modern Al-Rifai'e Gondanglegi Malang), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa:

> "pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang oleh Yayasan Pondok Modern Al-Rifai'e Gondanglegi Malang seiring dan berkesinambungan dalam empat aspek bauran pemasaran.
>
> Beberapa pertimbangan sebagai dasar keputusan pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang akan dilakukan adalah dengan melihat kekuatan dan kelemahan pesaing, persepsi konsumen, dan standart kemampuan lembaga/yayasan yang terangkum dalam potensi dan ancaman perkembangan dunia bisnis. Di samping itu Yayasan Pondok Modern Al-Rifai'e Gondanglegi Malang telah menerapkan strategi bauran pemasaran yang efektif dan efisien hal ini terbukti dengan perkembangan yayasan yang cukup pesat dan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik, serta belum genap 10 (sepuluh) tahun usianya bukti fisik telah terlihat dengan bangunan yang cukup megah dan sarana prasarana yang cukup lengkap.[15]

Penelitian Ahmad Muthofi'in tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang) menyimpulkan bahwa:

> "manajemen pemasaran pendidikan Islam di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang tergolong sudah dilaksanakan dengan maksimal, di mana konsepnya dimulai dari tahap:
>
> *Planning*, yaitu menyusun perangkat pemasaran, yang dilaksanakan secara kolaboratif.
>
> *Organizing*, yaitu pengorganisasian struktur kerja: menentukan job diskription, dimulai dengan membentuk kepanitiaan penerimaan peserta didik (PPD) sebagai tim pelaksana,

[14] Hairil Anam, 2012 "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Madrasah Ibtidaiyah Al-Hikmah Desa Palasa Kecamatan Talango", STAIN Pamekasan. Skripsi

[15] *Nanang Fatkhur Rozi,* Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus pada Yayasan Pondok Modern Al-Rifai'e Gondanglegi Malang), Malang, Universitas Malang, Jurusan Manajemen, 2007. Skripsi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kemudian juga melaksanakan pengorganisasian strategi pemasaran dan pengorganisasian sumber daya pemasaran pendidikan Islam.
Actuating, kepala sekolah melakukan penggerakan/pengarahan baik secara langsung atau tidak langsung agar para anggota organisasi yang diberi tugas dan tanggung jawab dalam berhubungan dengan publik dapat bekerja dengan baik dan benar. Pemasaran pendidikan Islam yang laksanakan adalah dengan menggunakan berbagai strategi dengan beberapa cara yang berfariasi disesuaikan dengan situasi dan kondisi.

Controlling, tidak hanya dilaksanakan diakhir periode saja, melainkan juga dalam prosesnya, yaitu dengan mengadakan pertemuan/rapat oleh kepala sekolah dengan segenap guru dan karyawan pada tiap dua mingguan, bulanan, tengah semester, akhir semester dan akhir tahun. Adapun Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan Islam di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang, antara lain: Masih kurangnya pemahaman dari beberapa anggota civitas akademika tentang arti penting pemasaran pendidikan Islam dan kurangnya kerja sama yang optimal.[16]

Hasil penelitian Ulfa Saroh, Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Malang (Studi Kasus Di Unmer, Universitas Kanjuruhan dan Unisma) menyimpulkan bahwa:

1. dua PTS sudah professional dalam manajemen pemasaran ditunjukan dengan sudah dibentuknya tim khusus yang menangani masalah pemasarannya sedang yang satu belum;
2. strategi pemasaran meliputi strategi pasar, strategi produk,strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi dan strategi kepuasan pelanggan. Dari semua aspek strategi hampir sama pada ketiga PTS dan terdapat perbedaan signifikan yaitu pada strategi promosi khususnya strategi penjualan.[17]

Dari keempat penelitian yang telah dilakukan sebagaimana yang dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini berfungsi menguatkan penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dengan

---

[16] Ahmad Muthofi'in, Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang). 2009. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Fakultas Tarbiyah. Skripsi, hal 96.

[17] Ulfa Saroh, Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Malang (Studi Kasus Di Unmer, Universitas Kanjuruhan dan Unisma). UIN Maulana Malik Ibrahim. Fakultas pasca sarjana 2008

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

lembaga pendidikan Islam. Penelitian dilaksanakan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri yang berlokasi di Jalan Imogiri Timur Km 7, Jati, Wonokromo, Pleret, Bantul. Sekolah ini menjadi Juara Lomba Sekolah Sehat tingkat Nasional dan Juara Lomba Sekolah Adiwiyata tingkat Nasional. Dampak menjadi sekolah berwawasan lingkungan hidup, selain mendapatkan penghargaan yang diberikan secara langsung oleh Menteri Lingkungan Hidup, juga sering didatangi sekolah-sekolah lain untuk studi banding.

Alasan lain penelitian dilaksanakan di MIN Jejeran, yaitu peneliti ingin memotret sejauh mana strategi yang dilakukan MIN Jejeran sebagai lembaga pendidikan Islam sehingga pernah mendapatkan gelar juara Sekolah Adiwiyata tingkat Nasional.

3. Krangka Teori

1. Strategi/ Stratejik

Strategi adalah *a sequence of decision rules* yang artinya suatu urutan peraturan decision dengan memakai prinsip tertentu[18]. Definisi lain dari strategi adalah sebagaimana yang dinyatakan oleh Chandler yaitu:

> "strategi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, dan penerapan serangkaian tindakan serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan suatu sasaran".[19]

---

[18] Ardiyos. *Kamus Produksi dan Manajemen,* (Jakarta: Citra Harta Prima, 1996), hlm

[19] Chandler dalam Michael. 2003, *Strategic Human Resource Management A Guide To* ı, (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer), hlm 38

Adapun tujuan dari strategi adalah sebagaimana yang dinyatakan oleh Miller dan Dess yaitu sebagai visi yang luas mengenai alasan organisasi didirikan, misi organisasi, tujuan spesifik yang dioerasionalkan dan adanya sasaran stratejik[20]. Selain tujuan strategi tersebut, maka perlu diketahui juga bahwa strategi memiliki konsep utama strategi yaitu

1) keunggulan kompetitif
2) kapabilitas khusus dan
3) adanya kesesuaian stratejik.[21]

Adapun strategi dalam *marketing* berarti jumlah rencana marketing dalam rangka formulasi, sebagai *way out* untuk memaksimalkan profit dalam jangka panjang.[22] Adanya strategi dalam istilah pemasaran hendaknya dimanaj dengan sebaik-baiknya karena sebagaimana yang dinyatakan Kuncoro di bawah ini:

> "strategi sangat penting untuk menentukan kesuksesan organisasi, sehingga inilah yang menjadi alasan mempelajari strategi bermanfaat dan menjanjikan. Dengan menggunakan manajemen strategik, manajer pada semua tingkat dari suatu perusahaan dapat berinteraksi dan menyusun perencanaan stratejik dan mengimplementasikannya".[23]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[20] Miller dan Dess dalam Michael. 2003, *Strategic Human Resource Management A Guide To Action,* (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer), hlm 42.

[21] Miichael dalam Michael. 2003, *Strategic Human Resource Management A Guide To Action,* (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer), hlm 38.

[22] Ibid, hlm 162.

[23] Mudrajad Kuncoro. *Strategi Bagaimnana Meraih Keunggulan Kompetitif,* (Jakarta: Erlangga, 2005) hlm 2.

Adanya strategik dalam marketing, mengacu pada pendapat sebelumnya, maka elemen yang harus ada dalam *marketing strategy* menurut Usmara adalah sebagaimana di bawah ini:

> *"target market,brand names, brand image, and brand extension; positioning, marketing mix (product, price, place dan promotion), marketing expenditure level; research and development;* dan *marketing research".*[24]

Wheelen dan Hunger yang menyatakan bahwa manajemen strategik adalah sebagai sekumpulan keputusan dan tindakan manajerial yang menetukan kinerja suatu perusahaan atau instansi dalam jangka panjang. Keputusan itu meliputi perumusan strategi, implementasi strategi, serta evaluasi dan kontrol.[25]

Adapun Muhammad menyatakan pengertian manajemen strategik adalah sebagai berikut;

> "yaitu sebagai usaha manajerial menumbuhkembangkan kekuatan suatu organisasi/perusahaan untuk mengeksploitasi peluang bisnis yang muncul guna mencapai tujuan perusahaan (organisasi) yang telah ditetapkan sesuai dengan visi yang telah ditentukan.[26]

Pengertian di atas mengandung implikasi bahwa perusahaan/organisasi seperi lembaga pendidikan berusaha mengurangi kelemahannya, dan berusaha melakukan adapatasi dengan lingkungannya. Pengertian ini menunjuk bahwa organisasi tersebut

---

[24] Usmara. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran,* (Jogjakarta: Amara Books, 2003), hlm 25

[25] Wheelen dan Hunger dalam Taufiq Amir. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi,* (Jakarta: Rajawali Pres, 2011s), hlm 7

[26] Suwarsono, Muhammad, *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus,*Yogyakarta: UPP STIM YKPN, *Edisi ke-4,* 2008, hlm 8.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

berusaha untuk mengurangi efek negatif yang ditimbulkan oleh ancaman/tantangan.

2. Pemasaran

Istilah pemasaran menurut J. Stanton adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang di rancang, untuk merencanakan, menentukkan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan[27]. Definisi lain dinyatakan Keegen dalam buku yang sama bahwa pemasaran mengandung pengertian suatu proses sosial yang fokusnya adalah sumber daya manusia dan bertujuan untuk memanfatkan peluang-peluang pasar secara global.[28]

Adapun pemasaran menurut Philip Kotler and Keller adalah;

> "proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas menawarkan produk yang bernilai dengan pihak lain".[29]

Dari ketiga pengertian pemasaran di atas, Djaslim menarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah;

1) kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan;
2) kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukkan harga, promosi, serta mendistribusikan barang dan jasa;
3) berorientasikan pada langganan yang ada dan potensial;

---

[27]Stanton dalam Djaslim. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* intisari dari Buku William Stanton-Michael J-Bruce J. Walker edisi ke-IX th 1991. (Bandung:Mandar Maju, 1994), hlm 1.

[28] Djaslim. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* intisari dari Buku William J. Stanton-ichael J-Bruce J. Walker edisi ke-IX th 1991. (Bandung:Mandar Maju, 1994), hlm 1

[29] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 12* (Indonesia: PT leks) hlm 6. jilid 1, alih bahasa Benyamin Bolan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

4) tidak hanya memuaskan kepentingan langganan saja, tetapi juga memperhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya, seperti kesejahteraan sosial karyawan, kepentingan masyarakat sekitarnya, pencemaran lingkungan an lain-lain;
5) program pemasaran itu dimulai dengan sebuah ide tentang produk baru (barang, jasa, ide pribadi atau tempat) dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan.[30]

Berdasar pada uraian di atas maka Manajemen pemasaran atau *marketing management* dapat diartikan semua aktivitas marketing sejak dari planing, actuating dan controlling untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara antara lain mempengaruhi jumlah demand terhadap produk perusahaan atau proses perencanaan dan pelaksanaan di bidang kegiatan marketing.[31] Definisi tersebut hampir senada dengan yang dinyatakan Oentoro, bahwa manajemen pemasaran adalah;

> "merupakan kegiatan yang direncanakan, dan diorganisasikan yang meliputipendistribusian barang, penetapan harga dan dilakukan pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang telah dibuat yang tujuannya untuk mendapatkan tempat di pasar agar tujuan utama dari pemasaran dapat di capai.[32]

Adapun manajemen pemasaran menurut Philip Kotler and Keller adalah;

> "sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul".[33]

---

[30] Djaslim. *Dasar-dasar Manajemen,....* hlm 2

[31] Ardiyos. *Kamus Produksi dan Manajemen,* (Jakarta: Citra Harta Prima, 1996), hlm 162.

[32] Deliyanti, oentoro. 2012. *Manajemen Pemasaran modern,* (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo), hlm. 13.

[33] Ibid, hlm 6.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Sebagaimana uraian-uraian di atas, maka manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasi dan mengawasi segala kegiatan (program pemasaran) secara efektif dan efisien, guna mencapai tujuan yang diharapkan.

Kegiatan pemasaran pada sebuah perusahaan atau instansi harus dikelola dengan sebaik-baiknya dan SDM atau manajer pemasaran harus memainkan peranan penting dalam perencanaannya. Kaitannya dengan hal tersebut, maka dalam pemasaran atau *marketing* sangat jelas dibutuhkan suatu strategi guna mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan atau instansi tersebut. Adapun unsur-unsur dalam pemasaran terdiri dari.[34]

1) Unsur strategi persaingan
   a) Segmentasi pasar, yaitu tindakan mengidentifikasikan dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing segmen konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri.
   b) Targeting, yaitu suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[34] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi untuk Menghadapi Abad 21,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), Cet. 12, hlm. 48-51.

c) Positioning, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

2) Unsur taktik pemasaran

a) Diferensiasi, berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan.

b) Bauran pemasaran (*marketing mix*), berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, promosi dan tempat.

3) Unsur nilai pemasaran

a) Merk (*brand*), yaitu nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang dimiliki dan melekat pada suatu perusahaan. Jika *brand equity* ini dikelola dengan baik, perusahaan yang bersangkutan setidaknya akan mendapatkan dua hal. Pertama, para konsumen akan menerima nilai produknya. Mereka dapat merasakan semua manfaat yang diperoleh dari produk yang mereka beli dan merasa puas karena itu sesuai dengan harapan mereka. Kedua, perusahaan itu sendiri memperoleh nilai melalui loyalitas pelanggan terhadap merek, yaitu peningkatan margin keuntungan, keunggulan bersaing dan efisiensi serta efektifitas kerja khususnya pada program pemasarannya.

b) Pelayanan atau *service,* yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

c) Proses, yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dari definisi tentang manajemen, strategik dan pemasaran yang telah diuraikan di atas, maka dapat kita ketahui bahwa manajemen strategi pemasaran adalah sekumpulan tindakan atau pengelolaan yang menjadi jalan bagi terlaksnanaya pemasaran *marketing* suatu perusahaan atau lembaga demi terwujudnya tujuan yang diinginkan.

3. Pemasaran Jasa

Kita mengetahui bahwa yang disalurkan oleh para produsen bukan benda-benda berwujud saja, tetapi juga jasa. Sifat perusahaan yang menghasilkan jasa ialah bahwa jasa itu tidak bisa ditimbun atau ditumpuk dalam gudang seperti barang-barang lainnya sambil menunggu penjualan. Penyaluran jasa kebanyakan bersifat langsung dari produsen kepada konsumen, seperti jasa perawatan, pengobatan, nasihat-nasihat, hiburan, travel/perjalanan, dan sebagainya. Rumah-rumah sewaan, apartemen, hotel, para penjual yang mengadakan transaksi saham dan obligasi di bursa serta perantara-perantaranya juga merupakan jasa. Dalam arti yang lebih luas lagi, asuransi dan pelayanan yang diberikan oleh pemerintah juga merupakan jasa. Pajak yang kita bayar sebetulnya adalah untuk membeli jasa yang

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ditawarkan oleh pemerintah tersebut, lembaga keagamaan, lembaga pendidikan juga merupakan bagian dari jasa.[35]

Selama ini pemasaran jasa masih belum begitu diperhatikan, tetapi melihat banyaknya jumlah uang yang dibelanjakan untuk membeli jasa tersebut, maka para produsen jasa mulai memberi perhatian khusus. Hal ini ditambah pula dengan tingkat persaingan yang mulai ketat di antara para penghasil jasa. Di bawah ini ada beberapa pendapat tentang definisi jasa, di antaranya yaitu;

a. William J. Stanton,

   Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.[36]

b. Valarie A. Zelthami dan Mary Jo Bitner,

   Jasa adalah aktivitas ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.[37]

Dari beberapa definisi yang telah diuraikan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa jasa adalah aktivitas yang dilkukan seseorang atau organisasi untuk memberikan manfaat bagi pelanggan. Jasa

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[35] Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan,* (Bandung: Alfabeta, 2003), Cet. 1,hlm. 1.

[36] *Ibid,* hlm 3

[37] *iIbid*, hlm 3.

merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang sering kali melibatkan hal-hal yang berwujud, akan tetapi pada dasarnya jasa tidak berwujud.

1. Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran jasa pendidikan menurut Lockhart adalah cara untuk melakukan sesuatu di mana siswa, orang tua siswa, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap sekolah sebgai institusi pendukung masyrakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan. maka dari itu pemasaran jasa pendidikan meliputi aktivitas dan alat untuk mempromosikan sekolah secara konsisten dan efetif sebagai pilihan pendidikan terbaik bagi siswa dan orang tua siswa yang merupakan aset bagi masyrakat.[38]

Adapun Mulyana, menganalogikan pemasaran jasa pendidikan lebih ekspilistnya adalah;

> "me-*marketing* sekolah yang berarti "menjual" sekolah dengan uraian bagaimana sekolah mampu memasarkan produknya sehingga laku terjual dengan sebaik-baiknya".[39]

Kotler dan Fox menyatakan definisi pemasaran yang digunakan secra khusu pada sekolah sebagai "analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program yang dorumuskan secara hati-hati yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran nilai

---

[38]David, Wijaya. *Pemasaran Jasa...,* hlm 16

[39] Mulyana, AZ, *Reformation Marketing Sekolah (*Cara Cerdas membersihkan Sekolah*),* (Surabya: Bening Pustaka, 2012),hlm 106.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

secara sukarela dengan pasar sasarn/ pasar target jasa pendidikan untuk mencapai tujuan sekolah.[40]

Dalam hal ini, pemasaran jasa pendidikan meliputi aktivitas untuk merancang penawaran jasa pendidikan, memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran jasa pendidikan, serta mneggunakan kebijakan penentuan harga, komunikasi, dan distribusi jasa pendidikan yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi, dan melayani pasar jasa pendidikan. adapun tujuan utama dari pemasaran jasa pendidikan menurut Kotler dan Fox adalah sebagai berikut:

1) memenuhi misi sekolah dengan tingkat keberjasilan yang besar;
2) meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan;
3) meningkatkan ketertarikanterhadap sumber daya pendidikan;
4) meningkatkan efisiensi pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan.[41]

Jadi, aktivitas jasa pendidikan lebih dari aktivitas penjualan, periklanan dan promosi untuk menciptakan permintaan jasa pendidikan.pemasaran jasa pendidikn adalah keterampilan perencanaan dan keterampilan pengelolaan hubungan pertukaran antara sekolah dan kelompok masyarakat.

Adapun karakter jasa pendidikan itu sendiri yaitu; tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, beraneka ragam, tidak tahan lama dan kepemilikan. Karena jasa pendidikan memiliki lima karakteristik tersebut, maka ada beberapa syarat yang harus

[40] David, Wijaya, *Pemasaran Jasa....,* hlm 18.
[41] Ibid., hlm 16-17

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dipenuhi pemasar jasa pendidikan agar dapat menyampaikan jasa pendidikan yaitu, sebagai berikut,

1) pemasar jasa pendidikan harus berusaha membuat jasa pendidikan menjadi berwujud;.
2) pemasar jasa pendidikan harus memperluas sistem penyampaian jasa pendidikan;
3) pemasar jasa pendidikan harus memberikan tanda pada kualitas pendidikan;
4) pemasar jasa pendidikan harus menyediakan peluang kepemilikan.

Keberhasilan pemasaran jasa pendidikan berkaitan dengan aktivitas pemenuhan kebutuhan, keinginan serta harapan pelanggan internal dan eksternal. Menentukan kebutuhan, keinginan dan harapan dari para pemangku kepentingan sekolah atau pelanggan jasa pendidikan, merupakan bagian penting dari strategi pemasaran jasa pendidikan. Untuk sekolah sebagai lembaga pendidikan, kebutuhan jasa pendidikan telah ada. Berangkat dari hal tersebut, kita perlu menyediakan kepada siswa untuk menerima pendidikan. Strategi pemasaran pendidikan berfokus pada upaya pemenuhan keinginan dan harapan masyarakat.

Adapun tujuan lain dari pemasaran jasa pendidikan itu sendiri adalah menciptakan sekolah di mana orang tua siswa ingin menyekolahkan anaknya, karyawan sekolah yang berkualifikasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ingin bekerja dan adanya dukungan dari masyarakat.Hal tersebut dapat tercapai apabila sekolah dapat memenuhi atau melebihi harapan dari kelompok tersebut. David menyatakan bahwa akan adanya nilai positif yang akan diterima sekolah, apabila sekolah dapat memenuhi keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan internal dan eksternal adalah;

> "meningkatnya jumlah siswa, jumlah guru yang berkualitas, jumlah karyawan sekolah yang suka bekerja, jumlah donatur, keterlibatan orang tua siswa, dukungan masyarakat sertahubungan yang menguntungkan dengan pelanggan eksternal sekolah".[42]

Adanya nilai positif yang akan diterima oleh sekolah, hal tersebut erat kaitannya dengan bagaimana strategi yang digunakan sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan, karena sekolah adalah sektor jasa yang membutuhkan orientasi pemasaran khusus, sehingga dapat diidentifikasi lebih lanjut.

b. Perkembangan konsep pemasaran dalam jasa pendidikan

Ada beberapa tahap perkembangan konsep marketing yang digunakan dalam menghadapi persaingan yaitu:

1) Konsep produksi

Konsep ini berpandangan bahwa perusahaan membuat produksi sebanyak-banyaknya. Dengan produksi massal ini akan diperoleh efisiensi dalam pemakaian input dan efisiensi dalam proses produksi. Kemudian perusahaan akan dapat

---

[42] David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan eting?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 14.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

menetapkan harga jual lebih murah dari saingan. Hal ini sejalan dengan keinginan konsumen, agar mereka mudah memperoleh barang yang mereka butuhkan, mereka bisa membeli di banyak tempat dan harganya tidak terlalu mahal.[43]

Jika hal ini diterapkan dalam jasa pendidikan, bukan berarti lembaga pendidikan menghasilkan lulusan secara massal dengan mengabaikan mutu, kemudian menurunkan uang sekolah (SPP) agar lebih banyak peminat masuk. Konsep produksi dalam pendidikan harus tatap memegang teguh peningkatan mutu lulusannya, dan uang pembayaran sekolah tidak terlalu tinggi.

2) Konsep produk

Konsep ini berlaku sudah sejak lama pada saat produsen berada pada posisi kuat. Produsen menghasilkan produk yang sangat baik menurut ukuran atau selera produsen itu sendiri, bukan menurut kehendak konsumen, konsumen demikian banyaknya sehingga selera mereka pun sangat berfariasi. Selera konsumen tidak dapat diidentikkan dengan selera produsen. Inilah satu kesalahan yang terjadi pada konsep produk, yang menyamakan selera produsen dengan selera konsumen. Akibatnya jika timbul pesaing baru yang kreatif dalam bidang

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[43] Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran JasaPendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima,* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 46-47.

produksi, maka pengusaha yang menganut konsep produk ini akan kalah dalam persaingan.[44]

Jika ini diterapkan dalam lembaga pendidikan, maka pimpinan lembaga tidak boleh berbuat sekehendaknya, walaupun dalam rangka ingin meningkatkan mutu. Pimpinan sekali-kali harus memonitor apa kehendak konsumen, apa keluhan-keluhan yang diobrolkan oleh para siswa di luar, ataupun guru, tenaga administrasi, dan sebagainya. Pimpinan lembaga pendidikan tidak tinggal diam di kamar kantornya, berlagak sebagai birokrat sebuah departemen yang sulit dihubungi. Pimpinan lembaga pendidikan harus sering turun ke bawah melihat ruang kelas sekolah, memperhatikan taman-taman sekolah, bertegur sapa dengan siswa, guru dan orang lain yang berkunjung ke sekolah.

3) Konsep penjualan

Pengusaha yang menganut konsep penjualan (*selling concept*) berpendapat bahwa yang penting produsen menghasilkan produk, kemudian produk itu dijual ke pasar dengan menggunakan promosi secara besar-besaran. Produsen ini mempunyai keyakinan bahwa dengan jalan promosi, konsumen dipengaruhi, dirangsang, dimotivasi untuk membeli, maka mereka pasti akan membeli. Konsep ini banyak dianut

---

id,.., hlm 47.

oleh para produsen dan mereka juga berhasil dalam pemasaran produknya. Tetapi strategi ini tidak akan mampu bertahan selamanya.[45]

Jika diterapkan pada lembaga pendidikan, maka ada kecenderungan lembaga menggunakan surat kabar, TV, pasang iklan, layaknya seperti iklan barang. Iklan ini bisa saja asal ada bukti nyata yang menunjang kekuatan iklannya. Iklan tanpa usaha perbaikan mutu atau performens lembaga pendidikan akan berakibat sebaliknya, menjadi bumerang bagi lembaga itu sendiri. Para pengelola pendidikan yang menganut konsep penjualan, hanya mementingkan tugasnya saja. Asal tugas sudah dijalankan maka selesailah kewajibannya dan dia akan menerima gaji sesuai dengan yang ditetapkan. Karyawan seperti ini tidak pernah memikirkan dan tidak peduli apakah layanannya sudah baik atau belum, pokoknya tugas selesai.

) Konsep marketing (*marketing concept*)

Konsep marketing ini menyatakan bahwa produsen jangan memperhatikan diri sendiri, jangan melihat selera sendiri, tapi lihatlah, carilah apa dan bagaimana selera konsumen. Marketing tidak berarti bagaiamana menjual produk agar laris habis, tidak peduli apa yang terjadi sesudah itu. Konsep

---

ılm 48

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

marketing lebih berorientasi jangka panjang. Konsep ini lebih menekankan kepada "kepuasan konsumen".

Tujuan marketing ialah bagaimana usaha untuk memuaskan selera, memenuhi *needs and wants* dari konsumen. Istilah *needs* artinya kebutuhan atau "rasa kekurangan pada diri seseorang yang harus dipenuhi". Sedangkan *wants* berarti keinginan atau suatu kebutuhan yang sudah dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti daya beli, pendidikan, agama, keyakinan, famili dan sebagainya. Agar dapat memenuhi *"needs and wants"* konsumen ini, maka para produsen harus mengadakan *marketing research.*[46]

Lembaga pendidikan yang menganut konsep marketing ini, tahu persis apa yang harus dilakukan, bukan hanya sekedar mengajar siswa tiap hari sesuai jadwal kemudian melaksanakan ujian, lulus, habis perkara. Tapi harus lebih jauh dari itu. Siswa harus merasa puas dalam suasana belajar mengajar, ruang kelas yang bersih, taman yang asri, guru-guru yang ramah, perpustakaan, laboratorium, lapangan olah raga dan sebagainya harus siap melayani para siswa.

5) Konsep *rensponsibility*= konsep *societal* (konsep kemasyarakatan).

[46] *Ibid.,* hlm 48-49

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

evidence dan P7= *process.*[48] Adapun penjelasannya adalah sebagaimana uraian di bawah ini.

1) **P1= *Product.***

Menurut Kotler, bauran produk (*product mix*) adalah kumpulan semua produk dan unit produk yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli[49]. Ada empat dimensi bauran produk pendidikan yaitu:

a) lebar bauran produk, yaitu jumlah lini produk jasa pendidikan;
b) panjang bauran produk, yaitu jumlah unit prooduk jasa pendidikan dalam bauran produk jasa pendidikan;
c) kedalaman bauran produk, yaitu jumlah variasi yang ditawarkan oleh setiap produk jasa pendidikan dalam lini produknya;
d) konsistensi bauran produk, yaitu seberapa erat hubungan antarlini produk jasa pendidikan dalam hal pengguna akhir, syarat operasi, saluran distribusi arau hal lain.[50]

Keempat dimensi produk jasa pendidikan memungkinkan sekolah untuk memperluas usahanya dengan menggunakan empat cara berikut;

a) sekolah dapat menambah lini produk jasa pendidikan baru sehingga akan memperlebar bauran produk jasa pendidikan;
b) sekolah dapat memperpanjang satiao lini produk jasa pendidikan;
c) sekolah dapat menambah lebih banyak variasi produk jasa pendidikan pada setiap produk jasa pendidikan dan memperdalam bauran produk jasa pendidikan;

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[48] Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran JasaPendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima,* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm 36-37.

[49] David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 92.

[50] Ibid., hlm. 92

d) sekolah dapat mengejar konsistensi lini produk jasa pendidikan yang lebih kuat.[51]

Lochart, mengelompokkan bauran jasa pendidikan menjadi empat kelompok, yaitu sebagai berikut;

a) Siswa, siswa adalah produk jasa pendidikan yang paling kelihatan secara fisik. Sekolah unggul memiliki karakteristik siswa yang mampu memenuhi atau melebihi standar pendidikan, antara lain:

(1) sekolah memiliki tingkat keberhasilan pembelajaran yang tinggi;
(2) sekolah memiliki tingkat prestasi belajar yang meninjol;
(3) sisa memiliki kesadaran terhadap kewarganegaraannya dan masyarakat;
(4) siswa lulus dengan kemampuan sebagai anggota masyarakat yang produktif
(5) siswa menjadi alumni yang dapat berkontribusi bagi masyarakat;
(6) sekolah memiliki nilai ujian yang tinggi.
(7) sekolah memiliki angka kemangkiran siswa
(8) sekolah memiliki angka putus sekolah di bawah rata-rata.[52]

b) Kurikulum, sebagai produk jasa pendidkan, kurikulum pendidikan yang bagus memiliki karakteristik:

(1) kurikulum yang tepat, khusus, luas dan inovatif,

(2) kurikulum yang mampu memenuhi kebutuhan siswa misalnya (kurikulum dwibahasa, kurikulum memasuki jenjang pendidikan yang lebih tinggi dan kurikulum kejuruan),
(3) kurikulum yang mampu mengembangkan program belajar-mengajar baru atau memperbaiki kurikulum yang ada,

---

[1] Ibid., hlm. 93.
[2] Ibid., hlm. 93.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

(4) kurikulum baru yang mampu digunakan sepenuhnya oleh guru.[53]

c) Aktivitas ekstrakulikuler, seperti olahraga, kesenian, tim debat atau publikasi sekolah, ini dapat menarik perhatian siswa dan para orang tua siswa karena dapat meningkatkan pengalaman pembelajaran siswa. Bagi orang tua dan siswa, aktivitas itu sama pentingnya dengan aktivitas kurikuler.

Berdasar pada uraian di atas, maka produk yang dihasilkan dan ditawarkan ke konsumen haruslah yang berkualitas. Sebab konsumen tidak senang pada produk kurang bermutu. Misalnya, di samping produk bidang akademik, ialah produk yang membuat layanan pendidikan lebih berfariasi seperti kegiatan olah raga, kesenian, keagamaan, kursus-kursus dan sebagainya untuk menambah kualitas pendidikan.

d) Sekolah sebagai pusat kegiatan masyarakat, halini karena menyediakan tempat pertemuan yang membahas masalah kewarganegaraan, tempat pemungutan suara, atau bisa menyelenggarakan pendidikan bagi orang dewasa, maka dari itu ketika mengadakan penilaian terhadap sekolah pemasar jasa pendidikan harus dapat memperhatikan hal-hal tersebut atau menilai kualitas interaksi sekolah dengan masyarakat, yaitu apakah sekolah merupakan partner yang

[53] Ibid., hlm. 94.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dapat diandalkan bagi masyarakat dan mampu menawarkan jasa pendidikan berkualitas meskipun sumber daya pendidikan terbatas.[54]

Adapun unsur-unsur dari produk pendidikan itu sendiri yaitu terdiri dari:

a) produk inti, yaitu yang ditujukan pada manfaat dasar yang diteria pelenggan,
b) jasa pelengkap, yaitu yang dapat membantu membedakan produk inti dan menciptakan keunggulan kompetitif.[55]

2) **P2= *Price*.**

Produsen harus pandai menetapkan kebijaksanaan tinggi atau rendahnya harga yang ditetapkan, harus berpedoman pada: a) keadaan atau kualitas barang, b) konsumen yang dituju: berpenghasilan tinggi, sedang/rendah, c) suasana pasar, apakah produknya baru diintroduksi ke pasar atau produk menguasai pasar, produk sudah melekat di hati konsumen atau banyak saingan. Menurut pandangan Kotler dan Fox harga jasa pendidikan sebagai pendapatan sekolah yang juga merupakan hasil perkalian antara harga jasa pendidikan dan kuantitasnya. Dalam hal ini harga jasa pendidikan terbagi menjadi empat sumber yaitup pembayaran siswa untuk biaya pendidikan, pembayaran siswa ntuk jasa lainnya, dana untuk melakukan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[54] Ibid., hlm 94
[55] Ibid., hlm 93

riset dan uang sumbangan dari siswa (uang pengembangan dan pembangunan sekolah).[56]

Menurut James dan Philips, unsur-unsur harga jasa pendidikan adalah sebagai berikut:

a) pembayaran jasa pendidikan, yaitu tugas untuk menemukan kesesuaian yang erat antara pengeluaran sekolah dengan manfaatnya bagi pelanggan jasa pendidikan. Adapun yang mencakup kategori biaya sekolah atau pengelauaran sekolah mencakup waktu dan usaha, pendapatan pribadi atau tabungan keluarga, pinjaman, beasiswa sekolah, serta beasiswa dariluar sekolah.

Adapun yang termasuk manfaat bagi pelanggan jasa pendidikan berupa gengsi, pengalaman secara terus-menerus selama proses pendidikan, dan keunikan program pendidikan.[57]

b) penentuan harga jasa pendidikan, yaitu tugas untuk memastikan bahwa penerima jas pendidikan akan dikenakan sejumlah harga jasa pendidikan tertentu sejalan dengan tujuan sekolah. Ada tiga aspek pennetu harga jasa pendidikan yang harus diperhatikan, antara lain:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[56] Kotler dan Fox dalam David, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 109.

[57] Kotler dan Fox dalam David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 107.

(1) diferensiasi, yaitu menentukan harga jas pendidikan untuk sejumlah produk jasa pendidikan,
(2) faktor-faktor penentu harga jas pendidikan, yiatu faktor-faktor untuk menentukan harga jasa pendidika, nilai produk jasa pendidikan dan kejenuhan pasar produk jas pendidikan,
(3) biaya pengembangan produk jasa pendidikan, yaitu biaya untuk menghasilkan rentang produk jasa pendidikan tertentu.[58]

Pusdiklat Depdiknas menelompokan biaya satuan pendidikan berdasarkan faktor-faktor berikut ini:

a) jenis input

(1) Biaya satuan pendidikan operasi lancar, yaitu biaya pendidikan yang habis digunakan selama satu tahun atau kurang dan biaya yang dikeluarkan secara berulang-ulang per-siswa per-tahun. Biaya ini terdiri atas pengeluaran untuk gaji dan tunjangan, buku wajib, beasiswa, pelayanan kesejahteraan, pemeliharaan gedung, peralatan serta pengoperasian gedung,

(2) Biaya satuan pendidikan investasi modal pengembangan, yaitu biaya input pendidikan yang penggunaannya lebih dari satu tahun dan dihitung per siswa per tahun. Biaya ini terdiri dari pengeluaran untuk pembelian tanah dan pengemabangan gedung sekolah, peralatan tetap, perlengakapan pelajaran yang tahan lama serta tempat tinggal.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[58] David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*)*,(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 107.

b) sifat penggunaan

(1) baiaya satuan pendidikan langsung, yaitu biaya untuk kebutuhan in put yang berkaitan langsung dengan proses pembelajaran, meliputi pengeluaran untuk gaji guru, tenaga kependidikanlainnya, pemeblian bahan, pendataan, perlengkapan belajar dan pembanguna gedung sekolah,

(2) biaya satuan pendidikan tidak langsung, biaya ini untuk aktivitas yang tidak berkaitan langsung dengan proses pembelajaran seperti biaya *overhead* sekolah, biaya tidak langsung selain yang ditanggung orang tua siswa dan pemerintahan serta potensi pendaoatan yang tidak jadi diterima karena siswa bersekolah dan tidak bekerja,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

c) jenis penggunaan

(1) biaya satuan pendiidikan operasi personel, yaitu digunakan untuk kesejahteraan dan pengemabangan personel sekolah, meliputi guru, kepala sekolah, TU, dan sebagainya,

(2) biaya satuan pendidikan operasi ninpersonel, yaitu biaya untuk menyediakan bahan, peralatan, perlengkapan untuk proses pembelajaran.

d) biaya yang menanggung

(1) biaya satuan pribadi, biaya yang ditanggung orang tua oer siswa per tahun. Contoh pengeluaran untu spp, akomodasi dan lain sebagainya,

(2) biaya satuan publik, yaitu biaya yang ditanggung oleh pemerintah dan masyarakat.

(3) biaya satuan sosial, yaitu total biaya yang ditanggung oleh pemerintah, orang tua siswa dan masyarakat lainnya per siswa per tahun.

e) sifat keberadaan

(1) biaya satuan pendidikan faktual, yaitu biaya yang secara nyata dikeluarkan dalam penyelenggaraan pendidikan,

(2) biaya satuan pendidikan ideal, yaitu biaya yang harus dikeluarkan agar penyelenggaraan pendidikan menghasilkan mutu pendidikan yang diinginkan.

f) tingkat

(1) biaya satuan pendidikan tingkat orang tua siswa, yaitu biaya untuk buku, jaja, transportasi dan sebagainya.

(2) biaya satuan pendidikan tingkat sekolah, contohnya untuk pengembangan dan kesejahteraan personel atau SDM sekolah,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

(3) biaya satuan pendidikan tingkat kecamatan, yaitu biaya operasi personel dan nonpersonel serta biaya investasi sarana dan prasarana,

(4) biaya satuan pendidikan tingkat kabupaten, yaitu biaya satuan pendidikan yang sama memeilki unsur-unsur dengan biaya satuan tingkat kecamatan,

(5) biaya satuan pendidikan tingkat provinsi dan biaya satuan pendidikan tingkat pusat.[59]

3) **P3= *Place*.**

Keamanan tempat atau lokasi yang dituju, dalam hal ini perlu dipertimbangkan faktor-faktor seperti: akses (kemudahan mencapai lokasi), vasibilitas (lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya), lalu lintas, tempat parkir, ekspansi (ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha), persaingann (dengan memperhitungkan lokasi pesaing).

James dan Philips mengategorikan unsur-unsur tempat atau saluran distribusi pendiidkan menjadi tiga bagian, yaitu:

a) penampilan pendidikan, yaitu seberapa efektif penampilan dan .okasi sekolah.,
b) pelanggan dan pengunjung jasa pendidikan, di mama kultur jasa pendidikan yang berorientasi pada pelanggan jasa pendidikan harus memperhatikan pelanggan jasa pendidikan, pelanggan jasa pendidikan potensial dan pengunjung jassa pendidikna yang lain,

[59] Ibid., hlm 117-119.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

c) hubungan mula-mula dan aksesibilitas jasa pedidikan yang berkaitan dengan cara individu berhubungan dengan sekolah dan kemmudahan menjalin hubungan dengan sekolah.[60]

Adapaun tujuan dari unsur-unsur saluran tersebut menurut David adalah:

a) memilih lokasi jasa pendidikan untuk penawaran program pendidikan guna memaksimalkan ketertarikan siswa terhadap program pendidikan,
b) menyediakan letak ruang kelas atau laboratorium yang tepat dan menyediakan kelas untuk meningkatkan ketertarikan serta menghindari bentrok waktu.[61]

Adapun dimensi-dimensi dari bauran saluran distribusi jasa pendidikan itu sendiri ada beberapa dimensi, sebagaimana yang dinyatakan Kotler di bawah ini, bahwa dimensi saluran distribusi jasa pendidikan yaitu meliputi lima dimensi, yaitu:

a) saluran distribusi, yaitu serangkaian organisasi penyelenggara pendidikan yang saling bergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk jasa pendidikan siap digunakan,
b) cakupan pasar, yaitu proporsi pasar jasa pendidikan yang dicapai dengan menggunakan pilihan-pilihan saluran distribusi jasa pendidikan,
c) lokasi, yang berkaitan dengan pemilihan wilayah jasa pendidikan secara tepat,
d) persediaan, yaitu berkaitan dengan pengambilan keputusan sekolah dalam hal waktu pemesanan produk jasa pendidikan dan jumlah produk jasa pendidikan yang akan dipesan,
e) transportasi, yaang akan mempengaruhi penentuan harga produk jasa pendidikan, kinerja pengiriman produk jasa pendidikan yang tepat waktu, dan kondisi produk jasa pendidikan ketika tiba di lokasi jasa pendidikan.[62]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[60] David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 131.

[61] Ibid., hlm 131

[62] Ibid., hlm 137

Penting tidaknya pemilihan lokasi jasa pendidikan bergantung pada jenis produk jasa pendidikan yang ditawarkan. Ada beberapa yang harus diperhatikan dalam penilihan lokasi jasa pendidikan, yaitu:

a) akses, yaitu kemudahan mencapai lokasi pendidikan. Misalnya lokasi jasa pendidikan yang mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum;
b) visibitas, yaitu sekolah dapat dilihat dengan jelas tentang keberadaan sisiknya, misalnya lokasi jasa pendidikan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan;
c) lalu lintas, di mana ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu orang yang lalu lalang dan kepadatan/kemacetan lalu lintas;
d) ekspansi, yaitu ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan sekolah
e) persaingan, yaitu lokasi sekolah kompetitor;
f) peraturan pemerintah, yaitu ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus dipatuhi setiap sekolah.[63]

4) P4= *Promotion*

Merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi tentang keberadaan produk atau jasa, mempengaruhi, membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga. Namun perlu diingat, promosi berlebihan mempunyai hubungan korelatif yang negative terhadap daya tarik peminat.

[63] Ibid., hlm 142-143

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi promosi jasa pendidikan di antaranya adalah jenis pasar, strategi dorong yang digunakan, tahap kesiapan pembeli, tahap daur hidup produk dan peringkat pasar organisasi.

5) **P5= *People* (SDM)**

Menurut Lokhart SDM jasa pendidikan meliputi orang-orang yang memiliki dampak untuk sekolah. SDM juga merupakan individu yang termotivasi untuk mengembangkan, mengkoordinasikan, melakukan dan menjalankan pemasaran jasa pendidikan. P6= *Physical Avidence* (bukti fisik), merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya. SDM merupakan seluruh pelaku yang memainkan peran dalam proses penyampaian jasa (Zeithaml dan Bitner), berdasarkan hal tersebut, maka unsur-unsur SDM adalah:

a) karyawan, meliputi aktivitas perekrutan, pelatihan, motivasi, pemberian penghargaan dan kerja tim.
b) pelanggan, meliputi aktivitas pendidikan dan pelatihan pelanggan.[65]

Adapun prinsip utama SDM jasa pendidikan adalah:

a) SDM jasa pendidikan, adalah orang yang menyampaikan jasa pendidikan. Lebih dari 90% SDM jasa pendidikan berkaitan langsung dengan pelanggan jasa pendidikan,
b) motivasi yang baik merupakan ciri sekolah yang berkualitas, sekolah perlu mengelola struktur organisasi

[65] Ibid., hlm 183

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dan kebijakan motivasi karyawannya melalui pelatihan karyawan sekolah, melibatkan karyawan sekolah dalam pengambilan keputusan, dan memberikan insentif kerja yang menarik kepada karyawan sekolah,

c) standar kulitas dan prilaku kaaaaryawan sekolah mutlak diperlukan, sekolah perlu membuat standar kualitas dan prilaku karyawan sehingga dapat menetapkan serta memelihara standar kinerja jasa pendidikan yang baik,
d) strategi sekolah, bauran pemasaran jasa pendidikan harus ditetapkan oleh individu yang bertugas mengkoordinasikan aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan karyawan sekolah.[66]

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2003, SDM adalah segala sesuatu yang digunakan dalam penyelenggaraan pendidikan yang meliputi tenaga kependidikan, masyarakat, dana, sarana prasarana. Berangkat dari uraian tersebut, maka pemerintah mengkategorikan SDM jasa pendidikan menjadi tiga kelompok yaitu pendidik, tenaga kependidikan dan peserta didik.[67]

6) ***Physichal Avidence*** **(bukti fisik)**

Bukti fisik pendidikan adalah lingkungan di mana sekolah dan siswa dapat berinteraksi, meliputi unsur berwujud yang mendukung kinerja atau komunikasi jasa pendidikan. Pada lembaga pendidikan, bukti fisik adalah bangunan gedung sekolah beserta segala sarana dan prasarana yang terdapat di dalamnya, termasuk bagian dalam dan luar gedung, sebagaimana yang tercantum dalam PP Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan yang menyangkut standar

[66] Ibid., hlm 183
[67] Ibid., hlm 192.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

sarana dan prasarana pendidikan pada Bab VII pasal 42 menyebutkan bahwa:

a) setiap satuan pendidikan wajib memiliki sarana yang meliputi perabot, peralatan pendidikan, media pendidikan, buku dan sumber belajar lainnya, bahan habis pakai, serta perlengkapan lainnya yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran secara teratur dan berkelanjutan;
b) setiap satuan pendidikan wajib memiliki prasarana yang meliputi lahan, ruang kelas, ruang pemimoin satuan pendidikan, ruang pendidik, ruang tata usaha, ruang perpustakaan, ruang laboratorium, ruang bengkel kerja, ruang unit produksi, ruang kantin, instalasi daya dan jasa, tempat berolahraga, tempat beribadah, tempat bermain, tempat berekreasi, serta ruang lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran secara teratur dan berkelanjutan.[68]

Adapun yang harus diperhatikan, yaitu:

a) desain bagian luar sekolah, yang meliputi desain lapangan parkir sekolah, rambu-rambu sekolah, kebun sekolah yang asri, kebersihan sekolah dan sebagainya,
b) desain bagian dalam sekolah, yaitu meliputi desain tata ruang sekolah, perabot sekolah, peralatan sekolah, ventilasi sekolah, sirkulasi udara/AC sekolah dan sebagainya.[69]

Menurut Curtis, ada empat unsur penting dari bukti fisik jasa pendidikan yaitu:

a) lingkungan, pemasar jasa pemdidikan dapat mengamati jumlah siswa yang datang ke sekolah setiap harinya, seberapa lama mengikuti pendidikan, dan apakah jasa pendidikan yang dibeli dipengaruhi oleh suasana dan tata fisik sekolah. Pencahayaan, pemanasan, suara, warna dan bau berkontribusi terhadap lingkungan sekolah. Lingkungan sekolah tersebut dapat berbentuk bangunan sekolah skala besar sampai dengan tampilan fisik peralatan dan perlegkapan yang ada di sekolah,
b) petunjuk fisik, jasa pendidikan biasanya memiliki produk jasa pendidikan kecil terkait dengan sekolah, misalnya

---

Nomor 19 Tahun 2005, Bab VII pasal 42 dalam David, *Pemasaran Jasa Pendidikan lah Memerlukan Marketing?),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 227
., hlm 210.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kartu perpustakaan. Petunjuk fisik sekolah juga bisa berupa dokumen yang merupakan bentuk komunikasi kepada pelanggan pendidikan, karena apabila dokumen tersebut ditulis dalam bahasa yang tidak dipahami pelanggan pendidikan, maka dokumen tersebut tidak akan berfungsi dengan baik,

c) barang-barang fisik, ini terkait dengan proses perubahan jasa ke bentuk produk. Petunjuk fisik adalah bagian pentig dari jasa pendidikan, akan tetapi barang fisik merupakan produk jasa pendidikan terkait dengan jasa pendidikan, yang dapat atau tidak dapat disediakan penyedia jasa pendidikan (sekolah),
d) umpan balik dan pengendalian, pemeriksaan bukti fisik dapat dilakukan mengacu pada standar-standar fasilitas jasa pendidikan.[70]

Selain unsur-unsur di atas, ada juga beberapa bauran bukti fisik jasa pendidikan yaitu terdiri dari perancangan fasilitas, peralatan, petunjuk, pakaian karyawan, dan bentuk berwujud lainnya seperti laporan, kartu nama, pernyataan dan jaminan.[71]

Adapun yang dimaksud dengan bukti fisik dari jasa pendidikan yaitu meliputi:

a. bukti fisik yang terdiri dari fasilitas bagian luar yaitu mencakup desain bagian luar sekolah, papan nama sekolah, tempat parkir sekolah, lanskap sekolah, dan lingkungan sekitar sekolah. Adapaun fasilitas bagian dalam yaitu mencakup desain bagian dalam sekolah, sarana-prasarana (peralatan sekolah), tata letak sekolah, kualitas udara sekolah, dan suhu udara sekolah;
b. bentuk berwujud lainnya, merupakan bentuk komunikasi berwujud lainnya dari jasa pendidikan kepada pelanggan jasa pendidikan, seperti kartu nama sekolah, alat tulis sekolah, laporan tagihan sekolah, pakaian karyawan sekolah, brosur sekolah, web sekolah dan penunjang lainnya.[72]

---

[70] Ibid., hlm 211

[71] Zeithaml dan Bitner dalam David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 221.

[72] David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 212.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

7) **P7= *Process.***

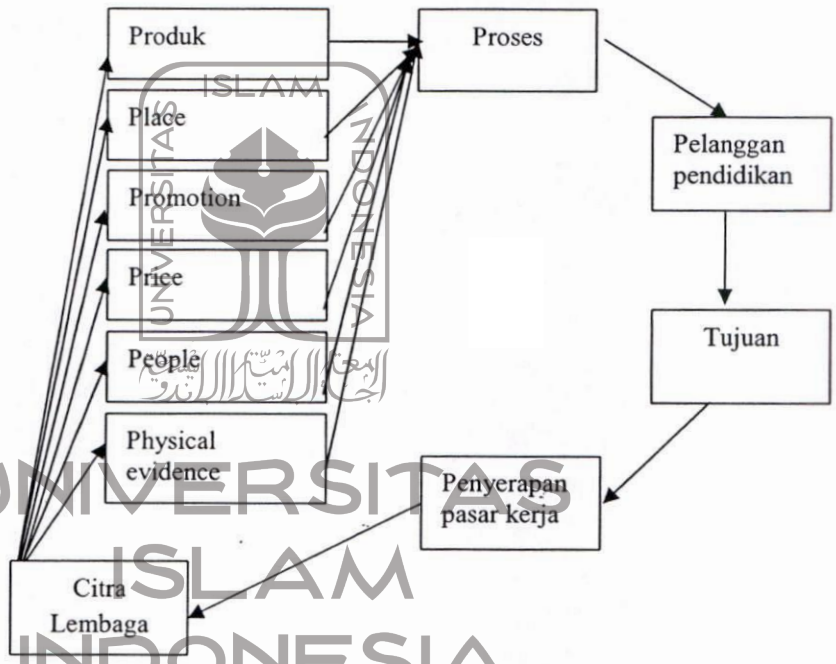
Proses adalah prosedur, mekanisme, dan rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen, di mana proses terkait dengan sumber daya manusia yang akan menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan dan selalu ditingkatkan bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen ke konsumen.

Ada dua aspek utama yang dapat dilihat dari proses pendidikan yaitu dimensi kualitas jasa administrasi (reliabilitas, ketanggapan, jaminan dan empati sekolah) dan dimensi kualitas jasa pembelajaran yang meliputi mekanisme dan kualitas pembelajaran.

Produk utama lembaga pendidikan yang dialami siswa misalnya bimbingan, latihan-latihan dan terutama adalah proses belajar mengajar, maka kualitas jasa atau pembelajaran harus bermutu, guru berpenampilan baik serta menguasai bahan pelajaran. Namun secara keseluruhan, proses ini terjadi berkat dukungan dari seluruh karyawan dan tim manajemen yang mengatur semua proses agar berjalan lancar.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Kualitas dalam seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga dalam merekrut pelanggan pendidikan. Jika digambarkan secara sederhana adalah sebagai berikut.[73]



Gambar 1. Lingkaran Proses Pendidikan.

Apabila lembaga pendidikan sudah mencoba malaksanakan kegiatan marketing yang berorientasi ke konsumen, maka seluruh personil staf baik guru maupun tenaga administrasi harus mengahayati apa visi, misi dan tujuan mereka, apa bisnis mereka dan menganalisa intra serta ekstra kurikuler, fasilitas

[73] Yoyoh dalam Ahmad Muthofi'in, Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang). 2009.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pendidikan, suasana belajar mengajar dan sebaginya, sehingga kegiatan mereka selalu terpusat kepada perbaikan mutu pelayanan.

Adapun unsur-unsur proses jasa pendidikan mencakup empat bagian, yaitu sebagaimana yang dinyatakan oleh Biythe di bawah ini:

a) aset dasar, yaitu aset sekolah yang biasnya terlihat pada laporan posisi keuangan. Aset dasar ini terdiri dari:
   (1) aset berwujud, meliputi aset tetap, uang tunai, barang dalam proses, bangunan, serta perlengkapan dan peralatan sekolah,
   (2) aset tak berwujud, meliputi reputasi sekolah, reputasi merek sekolah, dan bagian aset pada laporan posisi keuangan sekolah yang mencerminkan kelebihan pembayaran atas aset yang dibutuhkan sekolah dibandingkan dengan nilai pasar,
b) pengetahuan organisasi, meliputi hak paten sekolah, riset pasar jasa pendidikan, basis data pelanggan jasa pendidikan,
c) pengetahuan individu, ini sulit untuk dituliskan karena terdapat di benak karyawan sekolah,
d) prosedur, merupakan mekanisme di mana aset dasr sekolah, oengetahuan organisasi sekolah, dan pengetahuan individu sekolah di bawah bersama-sama untuk menciptakan proses jasa pendidikan.[74]

Dengan melaksanakan kegiatan marketing akan dapat membantu lembaga pendidikan mengahadapi masa depan yang lebih baik.[75]. Proses atau manajemen layanan merupakan serangkaian kegiatan yang dialami siswa selama dalam pendidikan seperti proses belajar mengajar, ujian dan lainnya.

---

[74] Biythe dalam David, Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),*(Jakarta: Salemba Empat), 2012, hlm 237.

[75] Sutisna,dalam Ahmad Muthofi'in, Manajemen Pemasaran.,, hlm 42.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

d. Citra (*Image*) terhadap Lembaga

Citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu objek, orang atau mengenai lembaga[76]. Citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya, yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi.

Konsumen membeli sesuatu bukan hanya sekedar membutuhkan barang itu, tetapi ada sesuatu yang lain yang diharapkannya. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Oleh sebab itu, penting sekali organisasi memberi informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang baik sebagai salah satu strategi pemasarannya.

Citra sekolah yang baik adalah citra sekolah yang sesuai harapan pemimpin sekolah atau pengelola merek pendidikan, yang biasanya dikenal dengan istilah penentuan posisi. Penentuan posisi ini berupa harapan terhadap sekolah, merek sekolah, atau produksi jasa pendidikan. Citra sekolah ini harus dibentuk oleh pemasar jasa pendidikan secara proaktif melalui komunikasi

[76] *Ibid.*, hlm 92.

Citra merupakan realitas, maka dari itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, ketidakpuasan akan muncul dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra organisai[79].

e. Variabel yang menimbulkan citra

Adapun variabel-variabel yang dapat meneimbulkan citra sekolah, sehingga sekolah banyak diminati oleh banyak orang, maka sekolah haru memiliki perbedaan dengan sekolah lain. Adapun letak perbedaan tersebut dapat dimunculkan dengan beberapa alternatif antara lain.

1) Aspek mutu akademik

Secara konseptual mutu akademik adalah muara dari mutu proses pendidikan manusia, alat, kurikulum dan fasilitas yang tercermin pada mutu mengajar guru, mutu bahan pelajaran dan mutu hasil belajar, sehingga akhirnya membentuk seperangkat kemampuan. Ahmad Sanusi melihat mutu pendidikan ini dari tiga dimensi yaitu: mutu hasil belajar, mutu mengajar dan mutu bahan kajian atau pelajaran.[80]

Lebih lanjut beliau menjelaskan bahwa mengenai mutu hasil belajar kita harus menemukan dimensi, kriteria dan ukuran hasil belajar itu yang paling sah yaitu yang paling rational dan reasonable, tidak salah kiranya kalau dikatakan

[79] Ibid., hlm 93
[80] Ibid., hlm 125-126.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

hasil belajar dan mutut hasil belajar itu akhirnya merupakan ujung tombak mutu pendidikan.

Dimensi kedua dari mutu pendidikan adalah dimensi mutu mengajar. Dalam hal ini muncul pertanyaan pokok yaitu mengajar yang memenuhi kriteria dan ukuran mana yang dapat dikatakan sebagai mengajar yang bermutu? Marilah kita intropeksi diri kita dan masing-masing sebagai guru. Dalam praktek orang mengajar (siswa) dan mengajarkan bahan ajar itu tidak identik dengan apa yang sebenarnya ia ketahui, ia kuasai, bahkan yang ingini/ kehendaki sendiri.

Pada hakikatnya orang hanya dapat mengajar dan mengerjakan sesuai dengan kepribadiannya. Ini pada hakikatnya sama dengan menguak jati diri para guru. Performansnya dipengaruhi oleh lingkungan, keluarga, latar belakang budayanya, kerja sosialnya dan sebagainya. Jadi selain pengetahuan dan kompetensi dasar pedagogisnya, sekurang-kurangnya persepsi dan sikapnya terhadap jumlah faktor yang lain di luar dirinya turut memberi saham terhadap pola dan mutu mengajarnya.

Dimensi ketiga ialah mutu bahan ajar. Bahan-bahan kajian ini bukan saja oleh pengajar serta siswa sendiri akan dibuat bermutu, melainkan juga yang pada dirinya merupakna rangkaian-rangkaian mutiara yang mengandung daya dan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kekuatan yang dapat menggugah bahkan membangkitkan keseluruhan potensi pikiran, perasaan, kemauan dan kepercayaan siswa dan pengajar sampai pada taraf yang optimal.

2) Guru/Dosen

Betapa pentingnya peran guru, di samping sebagai tenaga pengajar, juga merangkap sebagai sebagai pembangkit image positif terhadap peserta didik. Agar kualitas guru terus berkembang dengan baik, maka sekoah juga harus mampu memngup-*date*'nya dengan kontinyu. Salah satu *up-date* terhadap guru dapat dilakukan dengan mengikutkan pada kegiatan seminar, workshop, lokakarya dan studi lebih lanjut[81].

3) Gedung sekolah kita lebih baik dibanding sekolah lain

Sekolah yang mempunyai gedung besar, bertingkat, dan bagus serta taman yang indah, asri dengan air mancur di depan sekolah, seakan menyambut calon para siswa adalah salah satu indikator bahwa sekolah tersebut adalah pemenang walaupun belum bertanding, karena sekolah yang memiliki gedung yang bagus dan taman yang indah adalah magnet bagi para calon wali murid untuk memasukkan anaknya ke sekolah tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[81] Mulyana, AZ.. *Reformation Marketing Sekolah (*Cara Cerdas Membersihkan Sekolah*)*, Surabya: Bening Pustaka, 2012, hlm137.

4) Sarana – Prasarananya lengkap

Salah satu daya tarik yang dapat ditawarkan sekolah, agar wali murid menjadi lebih simpati dengan sekolah adalah dengan faslitas sarana-prasarana yang lengkap, di antaranya seperti ada perpustakaan, adanya teknologi pendidikan , biro konsultan, dan lain-lain.

(a) Perpustakaan adalah unsur penting dalam pengembangan ilmu dan pengembangan ilmu dan lembaga pendidikan., Teknologi pendidikan

(b) Alat bantu berupa teknologi pendidikan sangat besar artinya bagi pengembangan ilmu, terutama dalam proses kegiatan mengajar. Hal ini dalam rangka mempertinggi pelayanan akademis untuk para siswa.

(c) Biro konsultan. Biro konsultan ini bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam bentuk layanan konsultasi, penyuluhan dan bimbingan lainya.[82]

5) Sarana bermain dan sarana olah raganya mencukupi

Keberadaan Sarana bermain dan sarana olah raganya mencukupi dapat menjadi media marketing yang sangat efektif. Adapun dengan adanya kegiatan oleh raga, maka lembaga dapat mengadakan pertandingan-pertandingan olah raga dalam bentuk perlombaan maupun persahabatan, baik

[82] *Ibid.*, hlm 140

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dilaksanakan di dalam maupun di luar kampus, sehingga dapat menarik perhatian yang baik dari masyarakat.

6) Ekstrakurikulernya lengkap.

Salah satu penyempurna dalam proses pembelajaran di sekolah adalah dengan adanya ektrakulikuler. Sekolah yang banyak memiliki ekstrakulikuler salah satunya kegiatan marching band dan tim kesenian, maka ada kecenderungan sekolah itu banyak diminati oleh calon wali murid.[83]

7) Kualitas akademiknya cukup bagus.

Salah satu daya tarik calon wali murid untuk menyekolahkan anaknya di suatu sekolah, karena sekolah tersebut memiliki kualitas akademik yang baik. Salah satu indikator sekolah itu berkualitas yaitu dapat dilihat dari beberapa sisi, diantanta lulusan tiap tahunnya, apakah nilai tertingginya dapat diraih oleh sekolah tersebut, apakah nilai rata-rata sekolah menempati rangking tertinggi di kecamatan/kota, apakah sekolah tersebut sering memenangkan perlombaan dan memenangkannya dan apakah sekolah tersebut mendapatkan penghargaan dari pemerintah.[84]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[83] Ibid., hlm 141.
[84] Ibid., hlm 142

5. Definisi Sekolah Sehat

Sekolah sehat adalah suatu kondisi ideal yang akan menjadi dambaan semua lembaga pendidikan, karena sekolah sehat mengandung indikator yang sangat mendukung tercapainya tujuan pendidikan yang bermutu. Sekarang ini banyak sekolah yang mengaku sekolah sehat, namun belum tentu sekolah tersebut memenuhi kriteria sekolah sehat.

Sekolah sehat adalah sekolah yang berhasil membantu siswa untuk berprestasi secara maksimal dengan mengedepankan aspek kesehatan. Definisi lain dari sekolah sehat adalah sekolah yang bersih, hijau, indah dan rindang, peserta didiknya sehat dan bugar serta senantiasa berperilaku hidup bersih dan sehat. Sekolah sehat selalu membangun kesehatan siswa baik jasmani maupun rohani, melalui pemahaman, kemampuan dan tingkah laku, sehingga siswa bisa mengambil keputusan yang terbaik untuk kesehatan mereka secara mandiri.[85]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Adapun tujuan sekolah sehat adalah mewujudkan sekolah sehat dalam mendukung peningkatan mutu pendidikan nasional dalam kerangka pendidikan untuk perkembangan, pengembangan, dan pembangunan berkelanjutan.[86]

---

[85]Elis, Rohayani di http://eulisrohayaniips2.blogspot.com/2012/09/pengertian-sekolah-sehat_3.html, diakses 08/06/2013, pukul 12.05 WIB

[86] Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2009 Tentang Pemberian Bantuan Pengembangan Sekolah Sehat.

a. Ciri-ciri Sekolah Sehat

1) Lingkungan sekolah bebas dari zat kimia yang berbahaya contoh bebas dari debu, air keras, spirtus, bensin dan zat-zat kimia lain yang membahayakan.
2) Lingkungan sekolah bebas dari material bangunan yang berbahaya, seperti asbes, kaca yang retak, penggunaan karpet yang menutupi kelas secara keseluruhan.
3) Lingkungan di dalam kelas baik, penerangan yang memadai, sistem pengaturan suhu udara yang baik, ventilasi yang memadai, ada upaya pengendalian hama/ penyakit yang membahayakan secara terprogram, kegiatan kebersihan dan perawatan kelas/sekolah berkelanjutan dan berkesinambungan, Bebas polusi, Bebas rokok, Tersedianya Air bersih, Sarana Sanitasi yang memadai. Sekolah bebas dari makanan dan minuman yang dijual/dijajakan di kantin sekolah yang dianggap sehat padahal mengandung berbagai bahan dan zat kimia yang dapat merusak kesehatan siswa.
4) Adanya program, kegiatan, kebijakan dan aturan-aturan untuk menciptakan lingkungan sekolah sehat.[87]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[87]Agus Hidayat, *Sekolah Sehat* di http://gusppy.blogspot.com/2010/04/sekolah-sehat.html, diakses 08/-6/2013, pukul 12:17 WIB

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian melalui pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif.[88] Adapun penelitian kualitatif ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang tidak dimaksud untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan.[89]

Data yang diperoleh digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori atau dengan memberi paparan dan gambaran mengenai situasi yang diteliti dalam bentuk uraian untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian ini disebut juga dengan penelitian lapangan deskripsi. Penelitian lapangan deskripsi adalah,

> "merupakan deskriptif penelitian tentang situasi yang diamati oleh peneliti tentang aktor yang tengah melakukan aktivitas (apa) dan berlangsung di tempat (dimana situasi itu berlangsung), dalam situasi alamiah menjadi subjek penelitian, dalam catatan deskriptif ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan secara detail tentang situasi yang diamatinya sejelas mungkin.[90]

---

[88]Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 20.

[89] Arikunto, *Manajemen Penelitian,* Jakarta: Rineka Cipta, 2005), hal. 309.

[90] Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 62.

Dengan demikian, laporan penelitian ini akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut yang berasal dari wawancara, catatan lapangan, dokumen, atau lainnya sebagaimana yang dinyatakan Bogdan dan Biklen bahwasanya;

> "terkait dengan penelitian lapangan ini, memahaminya sebagai hasil observasi dan wawancara yang bermakna lebih kolektif karena terdiri dari catatan lapangan yang dibuat oleh peneliti sendiri dan ditambahkan dengan hasil karya orang lain yang berupa transkip wawancara, dokumen resmi yang ada, statistik resmi, foto, rekaman video, ataupun catatan resmi lainnya yang dikeluarkan pihak yang terkait dengan situasi fokus penelitian".[91]

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu (orang atau benda) yang dijadikan sumber informasi terkait dengan penelitian yang sedang dilaksanakan, subjek penelitian menurut Amirin merupakan seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan.[92] Penentuan subjek dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Idrus *purposive sampling* yaitu:

> "teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam pengembilan sampelnya, Teknik *purposive sampling* yang digunakan dinamakan *criterian based selection,* artinya bahwa setiap subjek tersebut sebagai aktor dalam tema penelitian yang diajukan, dalam penelitian ini, kuantitas subjek bukan hal yang utama, tetapi kualitas informasi terkait dengan tema penelitian yang diajukan menjadi dasar pemilihan informasi sehingga yang dipilih adalah orang-orang yang tahu dengan fenomena yang diteliti.[93]

---

[91] Bogdan dan Biklen dalam Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 62.

[92] Amirin dalam Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 96

[93] Ibid., hal.96

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Selain teknik *purposive sampling* yang digunakan dalam penelitian ini, model *snow ball sampling* juga dapat digunakan dalam penelitian ini apabila diperlukan, hal ini bisa dikarenakan data atau informasi dalam penelitian belum lengkap sehingga diharuskan melakukan penelitian lagi dengan menambah subjek peneltian guna melengkapi data atau informasi yang diperlukan. Adapun maksud dari teknik *snow ball sampling* adalah sebagaimana yang dinyatakan Idrus bahwa maksud *snow ball sampling* adalah dari jumlah subjek yang sedikit, semakin lama berkembang menjadi banyak[94]. Dengan teknik ini, jumlah informan yang akan menjadi subjeknya akan bertambah sesuai dengan kebutuhan dan terpenuhinya informasi untuk hasil penelitian.

Adapun subjek penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Guru, dan karyawan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di MIN Jejeran yang beralamat JL. Imogiri Km 7 Jati Bantul Yogyakarta

D. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara sebagai teknik utamanya sebagaimana yang dinyatakan Idrus bahwa data dalam penelitian kualitatif dikumpulkan dengan mempergunakan teknik wawancara sebagai teknik utamanya.[95]

---

[94] Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 97.

[95] Muhammad Idrus. *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 246.

Selain itu, dilakukan juga observasi partisipatif serta metode dokumentasi sebagai teknik pendukungnya.

1. Metode Wawancara

Wawancara menurut Basrowi dan Suwandi adalah;

> percakapan dengan maksud tertentu oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) sebagai pengaju atau pemberi pertanyaan dan yang diwawancara (*interviewee*) sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan yang diajukan.[96]

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara terstruktur. Kegiatan wawancara terstruktur ini biasanya dilakukan oleh peneliti dengan cara mempersiapkan bahan pertanyaan terlebih dahulu, sekilas langkah ini hampir sama dengan angket yang dibacakan hanya saja dalam wawancara ini peneliti harus mampu mengembangkan kemampuannya menggali informasi dari informasi.[97] Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara harus dilakukan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian yang sedang dilakukan.

Menurut Idrus ada beberapa etika yang harus dilakukan dalam wawancara, yaitu:

> memberi tahu topik penelitian, melindungi identitas subjek penelitian, menghormati hal-hal yang dianggap tabu, memahami bahasa dan budaya informan, gunakan penerjemah, informan sebagai pemandu peneliti, memerhatikan penampilan diri, tidak menjelaskan secara detail kepada informan, tidak mengalihkan fokus

[96] Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 127.

[97] Muhammad Idrus, _____ , hal. 107.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pembicaraan, harus bersikap netral dan memosisikan informan sebagai yang paling tahu.[98]

Metode ini digunakan untuk memperoleh data atau informasi terkait pelaksanaan manajemen strategik pemasaran di MIN Jejeran Bantul.

2. Metode Dokumentasi

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada seperti, sejarah sekolah, struktur organisasi dan hal yang lainnya.

Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal, baik itu berupa tulisan-tulisan, catatan, majalah, surat kabar dan yang lainnya. Guba dan Lincoln mendefinisikan dokumen (*record)* adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting, dan dokumen adalah setiap bahan yang tertulis ataupun film.[99]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[98] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 105.
[99] Dalam Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 105

3. Metode Observasi

Observasi adalah aktivitas pencatatan fenomena yang dilakukan secara sistematis.[100] Pengamatan dapat dilakukan secara terlibat (partipatif) ataupun nonpartisipatif. Adapun Ngalim mendefinisaikan observasi yaitu metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.[101] Metode ini digunakan untuk melihat dan mengamati secara langsung keadaan di lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Arikunto instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pada penelitian kualitatif ini yang menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data adalah peneliti sendiri yang diistilahkan sebagai *human instrument* di mana manusia sebagai instrumen utama, dan interview terpimpin (*guide interview*) sebagai alat bantu dalam pengumpulan data.[102] Adapun dalam inteview ini akan menggunakan kisi-kisi sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[100] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 101.
[101] Ngalim dalam Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif.* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 93.
[102] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 37

Tabel 3.1. Kisi-kisi *Guide Interview*

No	AspekBauran Pemasaran Pendidikan	Sub Aspek	Indikator
1.	*Product*	1. Siswa	Siswa menjadi alumni yang dapat berkontribusi bagi masyarakat.
		2. Kurikulum	Kurikulum yang mampu memenuhi kebutuhan siswa
		3. Kegiatan Ekstrakulikuler	Adanya pengakuan pada kegiatan ekstrakulikuler
		4. Sekolah	Reputasi sekolah yang baik
2.	*Price*	1. Pembiayaan Siswa untuk Jasa Pendidikan	Biaya SPP yang mampu dijangkau
		2. Pembiayaan Siswa untuk Jasa lainnya	Biaya ujian yang mampu dijangkau
		3. Riset	Riset meningkatkan efektivitas perolehan dana
		4. Sumbangan/Uang Pembangunan	Sumbangan yang mampu dijangkau
3.	*Place*	1. Akses	Akses ke sekolah lancar
		2. Visibilitas	Gedung sekolah dapat dilihat dengan jelas
		3. lalu Lintas	Sekolah dilalui orang-orang
		4. Lingkungan	lingkungan belajar yang kondusif
		5. Kompetitor	Dekat dengan sekolah pesaing
		6. Ekspansi	Ketersediaan lahan untuk perluasan sekolah
		7. Peraturan Pemerintah	Adanya ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai standar pelayanan minimum sekolah
4.	*Promotion*	*1. Market*	Adanya sasaran penerima komunikasi pemasaran jasa
		2. Mission	Tujuan yang jelas
		3. Message	Adanya hal-hal kusus yang dikomunikasikan
		4. Media	Sarana yang digunakan
		5. Money	Anggaran yang dikeluarkan
		6. Measurenment	Pengaruh atau dampak yang diharapkan
5.	*People* (SDM)	1. Pendidik	Guru yang berkualitas dan ramah

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		2. Tenaga Kependidikan	Administrator yang handal dan ramah
		3. Peserta Didik	Peserta didik memiliki kesadaran terhadap kewarganegaraannya
6.	*Physical Evidence* (Bukti Fisik)	1. Bukti fisik (*Physical Evidence*):	Gedung sekolah yang nyaman
		a. Fasilitas bagian luar	Sarana pembelajaran yang modern
		b. Fasilitas bagian dalam	Ruang kelas yang nyaman
		2. Bentuk berwujud lainnya (*other tangibles*)	Alat laboratorium yang lengkap
7.	*Process*	1. Proses Pembelajaran	Peraturan sekolah sesuai dengan pedoman pemerintah dan aturan sekolah
		2. Proses Evaluasi	Sistem ujian yang rutin

F. Analisis Data

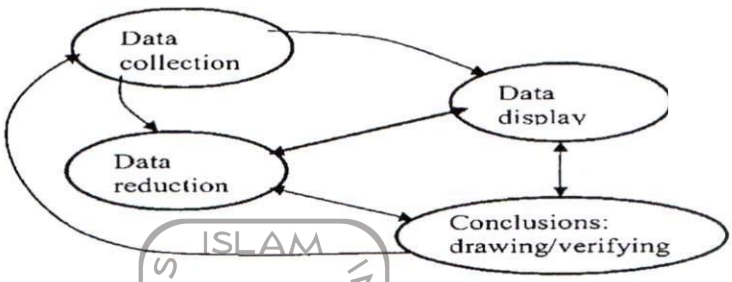
Dalam penelitian ini, data yang terkumpul akan dianalisis dengan pendekatan kualitatif, sebagaimana yang diajukan oleh Miles dan Huberman menjelaskan bahwa analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis hasil wawancara, hasil FGD, hasil pembahasan dalam lokakarya, dan hasil pemantauan langsung maupun tidak langsung.[103]

Untuk analisis data kualitatif ini akan digunakan model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu: (1) reduksi data; (2) penyajian data; dan (3) penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan

[103] Miles dan Huberman dalam Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 256.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis. Gambaran model interaktif yang diajukan Miles dan Huberman adalah sebagai berikut.[104]



Gambar 3.1. Model analisis data interaktif
Miles dan Huberman (dalam Idrus 2009).

Dalam model interaktif, ada tiga jenis kegiatan analisis. Proses pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif. Proses analisis interaktif ini merupakan proses siklus dan interaktif. Artinya, peneliti harus siap bergerak di antara empat "sumbu" kumparan itu, yaitu proses pengumpulan data, penyajian data, reduksi data, dan kesimpulan atau verifikasi. Dengan begitu, analisis ini merupakan sebuah proses yang berulang dan berlanjut secara terus-menerus dan saling menyusul. Kegiatan keempatnya berlangsung selama dan setelah proses pengambilan data berlangsung. Kegiatan baru berhenti saat penulisan akhir penelitian telah siap dikerjakan.[105]

Adapun penjelasan gambar di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: pengumpulan data sebagai proses awal dari kegiatan

[104] Ibid., 148.
[105] Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* (Jakarta: Erlangga, 2009), hal. 148

analisis data, kegiatan ini menempati fungsi yang paling penting dimana peneliti akan dengan sendirinya terlibat melakukan perbandingan-perbandingan untuk menyeleksi dan mengumpulkan data-data.

Data yang telah dikumpulkan kemudian direduksi (*data reduction*), istilah reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan istilah pengelolaan data. Setelah data penelitian direduksi, data juga perlu diorganisasikan ke dalam suatu bentuk tertentu (*display data*) sehingga terlihat sosoknya secara utuh, itu mirip semacam pembuatan tabel atau diagram dalam tradisi penelitian kuantitatif. Adapun bentuk data dalam penelitian kualitatif dapat berbentuk sketsa, sinopsis, matriks, atau bentuk lainnya.[106] Ini sangat diperlukan untuk memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan (*conclution drawing and verificatin*).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

G. Objektivitas dan Keabsahan Data

Untuk pembuktian validitas data penelitian ditentukan oleh kredibiltas dan interpretasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh subjek penelitian.[107] Agar dapat terpenuhinya validitas data dalam penelitian kualitatif, dapat dilakukan dengan cara antara lain: memperpanjang observasi; pengamatan yang

[106] Burhan Bungin, *Analisis Penelitian Data Kualitatif.* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal 70.

[107] Moleong dalam (Idrus 2009),.., hlm 145.

terus menerus; triangulasi; membicarakan hasil temuan dengan orang lain; menganalisis kasus negatif; dan menggunakan bahan refrensi.

Adapun untuk reliabilitas dapat dilakukan dengan pengamatan sistematis, berulang dan dalam situasi yang berbeda. Guba menyarankan tiga teknik agar data dapat memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, yaitu memperpanjang waktu tinggal, observasi lebih tekun dan melakukan triangulasi.[108] Denzin telah menenggarai empat tipe dasar trianggulasi yaitu: trianggulasi data, trianggulasi investigator, trianggulasi teori dan trianggulasi metodologi.[109]

Dalam penelitian ini, hanya dua teknik trianggulasi yang digunakan, yaitu trianggulasi data dan trianggulasi metodologi. Trianggulasi data dilakukan dengan cara mengumpulkan data sejenis dari sumber berbeda, teknik ini diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih tepat, sumber data ini di antaranya terdiri dari arsip, dokumen. Adapun trianggulasi metodologi, dilakukan dengan cara mengumpulkan data sejenis, tapi dengan menggunakan pengumpulan data yang berbeda seperti wawancara dan observasi.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[108] Guba dalam (Idrus 2009),.., hlm 145.
[109] Denzin dalam Patton *Manajemen Evaluasi Kualitatif.* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2009), hal 99.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak dan Keadaan Geografis MI Negeri Jejeran

MIN JEJERAN beralamat di Jalan Imogiri Timur km 7.5, Jati, Wonokromo, Pleret, Bantul, Yogyakarta Telp. (0274) 4399811. Adapun posisinya terletak kurang lebih 4 km di sebelah selatan terminal bus Giwangan. Posisi bangunan Madrasah di pinggir jalan besar dan diantara perumahan penduduk juga berada pada arah tenggara SMK N 1 Pleret. Tepat di depan MIN Jejeran terdapat lahan pertanian. MIN Jejeran berjajar dari ujung utara sampai selatan, yakni MIN Jejeran, PT. Sampoerna, dan Puskesmas Pleret.[110]

Secara geografis Madrasah ini terletak di pinggiran kota Bantul, namun sangat strategis untuk sebuah sekolah karena berada di kawasan lembaga pendidikan formal maupun non formal. Adapun lembaga pendidikan formal yakni SD Negeri Jejeran, SMK 1 Pleret, SMP N 1 Pleret, MTsN Wonokromo, dan MAN Wonokromo, ditambah lagi di kelilingi oleh banyak pondok pesantren. Adapun batas-batas lokasi MIN Jejeran adalah:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[110].) Dokumen : Arsip MIN Jejeran 12 Oktober 2013.

a. Sebelah timur berbatasan oleh perumahan penduduk Dusun Jati
b. Sebelah selatan berbatasan oleh PT. Sampoerna
c. Sebelah barat berbatasan oleh Jalan Imogiri Timur dan lahan pertanian
d. Sebelah utara berbatasan perumahan penduduk Dusun Jati

MIN Jejeran berada di lokasi tanah hak guna pakai seluas 2.485 M^2 yang terletak di Jalan Imogiri Timur km 7,5 Yogyakarta, dan secara geografis di Dusun Jati, Wonokromo, Pleret, Bantul 55791 dengan Nomor telepon fax (0274) 44399810 , (0274) 4399811, E-mail : min-jejeran@yahoo.co.id, website: www.minejer.com.[111]

2. Sejarah Berdiri dan Perkembangannya

a. Awal mula berdirinya MIN Jejeran (Majalah Bakti no. 148 oktober 2003)

MIN Jejeran dengan NSS : 111340211001 dan NPSN : 20400566 berstatus negeri yang cikal bakalnya adalah Madrasah Diniyyah Salafiyyah yang didirikan pada tahun 1928 oleh para kyai dan ulama terutama K.H. Muhyidin, K.H. Ridwan, dan K.H. Hisyam. Latar belakang berdirinya lembaga pendidikan ini tentunya tidak dapat dipisahkan dari berkembangnya ide – ide pembaharuan pemikiran dikalangan umat islam. Sumber lain menyebutkan bahwa didirikannya Madrasah Diniyyah Salafiyyah juga dilatar belakangi dorongan rasa nasionalisme untuk melakukan perlawanan terhadap

[111]). Ibid

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

penguasaan kolonial belanda. Disamping itu , tentu saja untuk memberikan kesempatan belajar bagi anak-anak bangsa, sekalipun kurikulumnya masih sebatas " nderek Kyai".

Dalam merespon kemajuan zaman, maka pada tahun 1950 Madrasah Diniyah Salafiyah yang menjadi cikal bakal MIN Jejeran mulai memperbaharui kurikulumnya. Langkah pertama yang diambil yaitu dengan jalan memasukkan pelajaran umum seperti berhitung, olahraga, seni, dan lain-lain sebagaimana yang ada pada madrasah umum pada saat itu.

Langkah kedua yang ditempuh pada tahun itu juga adalah merubah Madrasah Diniyah Salafiyah menjadi Madrasah Ibtidaiyah Salafiyah. Dibawah pengelolaan dewan penyantun yang dipimpin K.H.R Ridha Jalal dan dibantu oleh K.H. Zahid Ridwan. Madrasah ini terus mengayuh perjalanan juangnya dengan menyantuni siswa dari yang kurang dan tidak mampu.

Keadaan ini berlangsung sampai tahun 1963. Mulai tahun tersebut Madrasah Ibtidaiyyah Salafiyyah Jejeran memasukki era baru dengan menggunakan kurikulum yang disusun Departemen Agama RI. Maka pada tahun 1963 Madrasah Ibtidaiyyah Salafiyyah Jejeran diusulkan menjadi Madrasah negeri. Sejak saat itu diberlakukan uji kelayakan untuk menjadi madrasah negeri. Uji kelayakan ini berlangsung hingga 1967 sampai akhirnya madrasah ini ditetapkan menjadi MI percobaan negeri. Sampai akhirnya pada tanggal 31

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Januari 1968 keluarlah SK Menteri Agama RI nomor 14 tahun 1968 yang menetapkan bahwa Madrasah Ibtidaiyyah Salafiyyah Jejeran menjadi Madrasah Ibtidaiyyah Negeri Jejeran, dengan kurikulum sepenuhnya mengacu pada kurikulum yang dikeluarkan oleh Departemen Agama.[112]

b. Era sebelum gempa

Sejak awal MIN Jejeran dinegerikan, kepala madrasah yang pertama adalah Bapak Salim Jaman, B.A., sampai tahun 1996 karena purna tugas. Kemudian dilanjutkan oleh Bapak H. Zamari, B.A. sampai tahun 2004 karena promosi sebagai pengawas dan dilanjutkan oleh Bapak Masruhi, S.Ag. sampai tahun 2005. Mulai 1 agustus 2005 amanah kepala MIN Jejeran dilanjutkan oleh Drs. Abdul Haris Nufika, M.Pd.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Pada masa-masa sebelum gempa setidaknya 10 tahun terakhir MIN Jejeran mengalami penguatan jati diri dan eksistansi sebagai madrasah yang kurikulumnya selain kurikulum Departemen Agama juga mengadopsi kurikulum dari Departemen Pendidikan Nasional. Disamping ujian dari Departemen Agama juga mengikuti ujian yang diselenggarakan dari Departemen Pendidikan Nasional dan tanpa meninggal Departemen Agama, MIN Jejeran selalu intens berkomunikasi, berkoordinasi, dan bekerja sama dengan sekolah dan instansi di bawah Departemen Pendidikan Nasional.

---

[112]). Ibid

Tahun 1998 pernah mewakili Kabupaten Bantul maju lomba UKS (sekarang lomba sekolah sehat) dan pada tahun 2009 Madrasah ini menempati rangking IV sekolah sehat di tingkat nasional. Selanjutnya dalam bidang kesehatan anak MIN Jejeran terus menerus menekan pertumbuhan penyakit scabies yang datanya 68 % dari siswa yang dirujuk ke puskesmas tahun 1996, dan berangsur turun menjadi 17% pada tahun 2002 dan tinggal 5 % pada tahun 2006 , kemudian 0 % pada tahun 2008 (Dokumen rujukan UKS MIN Jejeran).[113]

c. Pasca gempa bumi 27 Mei 2006

Gempa bumi 27 Mei 2006 telah membawa dampak yang teramat dalam bagi seluruh warga Yogyakarta khususnya di Kabupaten Bantul termasuk di dalamnya keluarga besar MIN Jejeran. Harapan untuk hidup tipis, apalagi sampai membangun kembali gedung dan melengkapi peralatan sekolah yang telah porak poranda.

Karena tuntutan keadaan, maka tidak ada pilihan lain kecuali pelaksaan pendidikan harus tetap berjalan. Belajar beralaskan tanah beratapkan langit betul-betul pernah terjadi. Kemudian bertahap bisa belajar di bawah tenda. Semua serba apa adanya, kadang pulang pagi karena ada gempa susulan, ada yang trauma sehingga keluar dari MIN Jejeran sebanyak 42 anak.

Prestasi MIN Jejeran yang paing hebat pada saat ini adalah dapat bertahan dengan kondisi serba keterbatasan. Banyak LSM datang,

---

[113]). Ibid

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

relawan, dan sebagainya yang dalam hal ini dijadikan kesempatan emas awal mula menggalang kemitraan. Segala kegiatan MIN Jejeran dilaksanakan bekerja sama dengan mitra (LSM, Pengusaha, atau pribadi). Maka berlanjutlah kegiatan pada masa-masa *recovery.*[114]

d. Pasca rekonstruksi gempa 27 Mei 2006

Peran dan negosiasi antara Departemen Agama dalam hal ini khususnya Kantor Wilayah dan Kantor Kabupaten serta komunikasi intens dengan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan (waktu itu) serta Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul membawa hasil dengan hadirnya Plan di MIN Jejeran. Rekonstruksi Plan akhirnya di sepakati dan berjalan cepat dan akurat.

Segala sesuatunya direncanakan bersama, dikerjakan oleh ahlinya dan diawasi bersama. Aksi Plan" memberi kail" untuk MIN Jejeran berdampak positif. Kegiatan yang dilaksanakan antara lain : rekonstruksi gedung, melengkapi peralatan belajar dan mebelair, pelatihan bagi kepala sekolah, pelatihan bagi guru, pelatihan untuk muri, pelatihan untuk komite, pelatihan untuk orang tua/wali murid, pembentukan paguyuban, pemantauan kegiatan madrasah, pembinaan kegiatan, dan dukungan kegiatan. Satu persatu prestasi MIN Jejeran mulai diukir diantaranya juara umum pelaksanaan kegiatan "Fresh"bersama Yayasan Lestari Indonesia tahun 2008.[115]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[114]). Ibid
[115]). Ibid

3. Tujuan, Visi, dan Misi Pendidikan MI Negeri Jejeran

Visi atau wawasan adalah suatu pandangan yang merupakan kristalisasi dan intisari dari suatu kemampuan *(competence),* kemampuan *(ability),* dan kebiasaan *(self efficacy),* dalam melihat, menganalisis, dan menafsirkan. Penetapan Visi ini berpijak pada peningkatan kualitas di masa depan. Adapun Misi merupakan penjabaran dari Visi.

Sedangkan tujuan pendidikan disetiap sekolah merupakan acuan dalam mengembangkan kurikulum yang ada. Adapun Visi, Misi, dan tujuan MIN Jejeran adalah sebagai berikut:

a. Tujuan MIN Jejeran "Madrasah unggul dengan suasana tetap kondusif, agamis, dan kreatif menyenangkan".[116]

b. Visi MIN Jejeran yaitu "terwujudnya warga madrasah yang religius, pelestari lingkungan, modern dan siaga bencana dan ramah anak". Dengan indikator sebagai berikut :

   1) Unggul dalam input.
   2) Unggul dalam mengelola lingkungan hidup.
   3) Unggul dalam menerapkan pola hidup sehat.
   4) Unggul dalam proses pembelajaran dan manajemen.
   5) Unggul dalam prestasi akademik.
   6) Unggul dalam prestasi berbagai perlombaan.
   7) Unggul dalam penguasaan dan penerapan IPTEK.
   8) Unggul dalam sikap dan aktifitas islami.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[116]). Ibid

c. Misi MIN Jejeran

Misi MIN Jejeran terjabarkan sebagai berikut :

1) Menyelenggarakan pendidikan yang aktif, kreatif, dan menyenangkan berbasis teknologi pendidikan.
2) Menyiapkan generasi yang cerdas, sehat, santun, dan taat beribadah.
3) Meningkatkan derajat kesehatan seluruh warga madrasah.
4) Meningkatkan kapasitas warga madrasah terhadap kebencanaan.

4. Keadaan Guru, Karyawan, Siswa dan Sarana Prasarana MI Negeri Jejeran

1. Keadaan Guru

Guru merupakan salah satu faktor penting dalam proses belajar mengajar, guru merupakan fasilitator untuk mengembangkan potensi yang dimiliki siswa. Oleh karena itu perlu adanya penetapan pembagian tugas guru. Saat ini di MIN Jejeran mempunyai guru tetap maupun guru tidak tetap. Berdasarkan data yang diperoleh, jumlah guru MIN Jejeran terdiri dari 25 orang yang dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu guru berdasarkan status kepegawaian, jabatan, golongan dan jenis, untuk lebih jelasnya dapat diketahui bahwa guru MIN Jejeran yang berjumlah tetap ada 14 orang, terdiri 1 orang dari Kepala Sekolah dengan jabatan sebagai gol. III/D, Guru PNS yang berjumlah 14 orang yang terdiri dari gol. III berjumlah 6 orang dengan jenis kelamin laki-laki 3 orang dan jenis kelamin perempuan 3 orang, pembina berjumlah 6 orang yang terdiri dari

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

4 orang perempuan dan 2 orang laki-laki. Jumlah Guru PNS Kemeneg berjumlah 9 orang yang terdiri dari 4 orang laki-laki dan 5 orang perempuan.

Selain Guru tetap, di MIN Jejeran juga terdapat 11 orang guru tidak tetap dengan status dan jabatannya yang terdiri dari Guru bantu dan honorer. Komposisi Guru secara lengkap ada pada lampiran. Agar kualitas guru di MIN Jejeran semakin meningkat, maka sekolah mengadakan suatu program peningkatan mutu guru yang meliputi:

a. Musyawarah Guru Mata Pelajaran yang bertujuan untuk meningkatkan proses belajar - mengajar dan menambah pengetahuan guru terkait dengan mata pelajaran masing - masing.
b. Mengikutsertakan guru dalam seminar, pelatihan, maupun diklat.[117]

2. Keadaan Karyawan

Karyawan merupakan tenaga non pendidikan yang tidak berperan langsung dalam proses belajar, akan tetapi tenaga yang membantu memperlancar kegiatan di sekolah dalam mencapai tujuan pendidikan. Tenaga administrasi MIN Jejeran terdiri dari 2 orang laki-laki dan 4 orang perempuan, dengan jabatan sebagai kepala TU 1 orang 2 orang bendahara, 1 orang petugas perpustakaan, 1 orang juru penjaga sekolah, dan 1 orang sebagai pengaman sekolah.

Adapun keadaan tenaga administrasi MIN Jejeran apabila dilihat dari satutus kepegawaian, golongan dan jenis kelamin dari tenaga

[117] Ibid

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

administrasi MIN Jejeran dapat diketahui ada 6 orang dengan status sebagai pegawai tetap yang terdiri dari golongan III. 2 orang perempuan, dan yang berstatus tidak tetap yang berjumlah 4 orang, yang terdiri dari 3 orang laki-laki dan 1 orang perempuan, jadi jumlah semua karyawan (tenaga administrasi) MIN Jejeran adalah 6 orang. Komposisi tenaga administrasi secara lengkap ada pada lampiran.

3. Keadaan Siswa

Siswa atau saat ini yang dibahasakan oleh undang - undang disebut peserta didik, merupakan subyek sekaligus obyek pendidikan memiliki peranan penting dalam dinamika sekolah / madrasah, siswa juga menjadi unsur primer dalam pendidikan. Oleh karena itu, segala aktivitas yang ada di sekolah secara mutlak diorientasikan untuk penanaman nilai dan pengembangan peserta didik untuk menghadapi kehidupannya di hari depan. Di bawah ini, akan kami deskripsikan kondisi peserta didik di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Jejeran baik secara kuantitatif maupun kualitatif dalam tabel.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 4.3
Jumlah Siswa MIN Jejeran Pada Tahun Ajaran 2013/2014

No	Kelas	L	P	Jumlah Siswa
1	Kelas I	53	57	110
2	Kelas II	55	61	116
3	Kelas III	60	47	107
4	Kelas IV	37	33	70
5	Kelas V	36	36	72
6	Kelas VI	17	25	42
Total		258	259	517

Dalam Penerimaan Siswa Baru pada tahun 2013 – 2014 mengalami peningkatan dibanding dengan tahun sebelumnya (2012-2013, yaitu

Tabel 4.4
Jumlah Siswa MIN Jejeran Pada Tahun Ajaran 2013/2014

No	Kelas	Siswa Mengulang	Mutasi Masuk	Mutasi Keluar	Jumlah Siswa
1	Kelas I	1	-	1	77
2	Kelas II	3	2	5	66
3	Kelas III	-	1	-	58
4	Kelas IV	-	2	2	49
5	Kelas V	1	1	1	42
6	Kelas VI	-	-	-	31
Total		5	6	9	323

Walaupun sekolah dalam penerimaan peserta didik baru telah melakukan seleksi, sekolah tetap melakukan pembinaan dan pengembangan dalam rangka peningkatan kualitas peserta didik baik secara intelektual, moral maupun soft skill. Adapun program–program yang menunjang peningkatan kualitas tersebut adalah sebagai berikut :

a. Program Ekstrakurikuler yang berguna untuk memfasilitasi beberapa siswa yang mempunyai kecerdasan fisik atau mempunyai kemampuan psikomotorik yang bagus dan untuk program ini juga untuk meningkatkan soft skill peserta didik.
b. Peningkatan sarana pembelajaran
c. Peningkatan keagamaan siswa
d. Pembinaan psikis siswa melalui penyelenggaraan bimbingan dan konseling

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

e. Program pendalaman materi dan juga remidi bagi siswa atau siswi yang belum mempunyai ketuntasan belajar.

f. Program komputer maupun internet

g. Program Robotik Program yang disebut diatas merupakan sebuah upaya terpadu untuk meningkatkan kualitas peserta didik, namun dalam faktanya yang terjadi bahwa kualitas akademik (intelektual) peserta didik masih lemah, sehingga yang lebih menonjol adalah dibidang non akademik, oleh karena itu, perlu kiranya dilakukan sebuah evaluasi mendalam terkait hal ini,dan kemudian dicari solusi yang mampu menyelesaikan hal ini, sehingga mampu menghasilkan out put yang memiliki kualitas akademik dan non akademik yang handal. [118]

4. Keadaan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam dunia pendidikan. Dalam pelaksanaan kegiatan belajar mengajar mutlak memerlukan fasilitas yang memadai untuk menunjang keberhasilan proses belajar mengajar. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, maka proses belajar mengajar akan berjalan dengan lancar, efektif dan efisien.

Adapun sarana dan prasarana yang dimiliki Madrasah Ibtidaiyah Negeri Jejeran yaitu memiliki keliling tanah seluruhnya seluas 2.485 M^2 dan sudah dipagar permanen. Proses pembelajaran yang baik dan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kondusif perlu didukung dengan sarana dan prasarana yang baik pula. Keadaan sarana dan prasarana MIN Jejeran adalah sebagaai berikut:

Tabel 4.5 Keadaan sarana dan prasarana madrasah

No	Nama	Jumlah	Keterangan
1.	Ruang Kelas	16	Baik
2.	Kantor Guru	1	Baik
3.	Kantor Kepala Sekolah	1	Baik
4.	Kantor TU	1	Baik
6.	Kamar Mandi/WC	16	Baik
7.	Tempat Parkir	3	Baik
8.	Kantin Madrasah	1	Baik
9.	Ruang Ibadah/Masjid	1	Baik
10.	Tempat Wudlu	2	Baik
11.	Ruang Perpustakaan	1	Baik
12.	Ruang Komputer	1	Baik
13.	UKS	1	Baik
14.	Gudang	2	Baik
15.	Lapangan Olah Raga/Lapangan Upacara	1	Baik
16.	Ruang Keterampilan	1	Baik
17	Westavel	22	Baik
18	Green House	1	Baik
19	Kolam ikan	1	Baik
20	Sumber air bersih	1	Baik

Ketersediaan sarana dan prasarana sangat berpengaruh kepada kesuksesan lembaga pendidikan. Dengan adanya sarana dan prasarana tersebut maka siswa akan terdorong untuk lebih mempunyai prestasi

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dan kreasi . Selain sarana dan prasarana di atas, MIN Jejeran juga mempunyai fasilitas yang menunjang program unggulan bagi peserta didik. Gedung sekolah bergambar mural inspiratif berlantai 2 (dua).

a. Ruang kelas luas, bersih, rapi, tenang, nyaman, dan aman.
b. Sarana penunjang pembelajaran antara lain : TV, DVD, LCD, Laptop, Tape, Alat-alat olahraga, KIT IPA, dan buku pegangan guru.
c. Peralatan Drum Band yang memadai
d. Sarana ibadah berupa Mushalla yang luas dan nyaman
e. Ruang IT
f. Ruang UKS yang bersih dan sehat.
g. Papan Majalah Dinding sebagai media kreasi siswa.
h. Perpustakaan yang sangat memadai
i. Ruang display karya siswa.[119]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sebagai Sekolah Sehat Percontohan Nasional

MIN Jejeran merupakan sekolah unggulan yang ada di daerah Jejeran Bantul Yogyakarta dengan predikat sebagai sekolah sehat dengan berstandar nasional, sekolah adiwiyata, sekolah siaga bencana dan sekarang ditunjuk sebagai salah satu sekolah dengan gelar rintasan madrasah unggul. Sebagai sekolah yang diunggulkan, sekolah ini terus

[119] Ibid

menerus melakukan peningkatan dalam aspek manajemen pendidikan, khususnya dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang berfungsi untuk mempromosikan sekolah dengan kegiatan-kegiatan yang menunjang proses *marketing* sekolah.

Adapun strategi yang dilakukan MIN Jejeran dalam rangka mempromosikan sekolah adalah sebagaimana yang dipaparkan sebelumnya yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran jasa pendidikan yang didefinisikan sebagai sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Adapun konteks bauran pemasaran pendidikan meliputi 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*) yang diterapkan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta adalah sebagai berikut:

a. *Product* (Produk jasa pendidikan)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di MIN Jejeran terkait dengan strategi pemasaran pendidikan, maka produk jasa pendidikan dapat dibagi menjadi lima tingkatan yaitu pertama *core benefit,* ialah manfaat dasar yang sebenarnya dibeli konsumen, dalam hal ini adalah jasa pendidikan, kedua *basic product* atau versi dasar atau ciri khas dari suatu produk, ketiga *expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai di antaranya adalah kurikulum, silabus dan tenaga pendidik, keempat *augmented product* yaitu merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, kelima

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

potensial product, yaitu seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin di dapat produk tersebut di masa depan.

1) Adapun *core benefit* (manfaat dasar) yang sebenarnya dibeli konsumen produk yang ditawarkan dari pihak MIN Jejeran yang paling utama yaitu mempuntai *output* yang memliki *akhlaqul-karimah* yang sesuai dengan visi dan misi MIN Jejeran, hal ini disampaikan oleh Ibu Nasronah, sebagaimana di bawah ini:

> "Setau ku yah., lulus dari MIN yang penting tuh akhlaq (akhlaqul-karimah), yang kedua yaitu visi-misi, mereka bisa menerapkan ilmunya tidak hanya ilmu umum saja"[120]

Adapun target produk yang ditawarkan MIN Jejeran kaitannya dengan jasa pendidikan adalah sebagaimana yang dikemukakan Bapak Agus di bawah ini:

> "., adapun target lulusan produk yang ditawarkan dari MIN Jejeran itu adalah lulus dengan hafalan 5 juz, akademisnya kelas 6 itu nilainya 10 semua, terus peringkat UN impian kita peringkat 1 sekabupaten, di sini juga anak-anak harus memiliki target untuk mempunyai prestasi-prestasinya di luar akademis..,"[121]

Adanya lulusan yang unggul sebagaimana yang dikemukakan Bapak Agus di atas, senada dengan yang disampaikan Bapak Farid terkait dengan produk yang ditawarkan MIN Jejaran, adapun yang disampaikannya adalah sebagai berikut:

> "ya sebenarnya kita pengen *inputnya* itu bagus, karena mau tidak mau, karena kita sudah diamanahkan RMU, ya..berarti

[120] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[121] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

harus unggul semuanya, baik input atau output, baik proses, prosesnya harus unggul, sarana-prasarana harus unggul"[122]

Adanya tawaran produk yang menarik yang diberikan MIN Jejeran terkait dengan *input* yang akan masuk ke MIN Jejaran adalah produk yang unggul dalam segala aspek, berhubung MIN Jejeran telah dijadikan satu dari dua rintisan madarasah unggul tingkat dasar yang ada di Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, maka MIN Jejeran dituntut untuk memiliki keunggulan dalam segala aspek dibanding dengan madrash atau sekolah lain.

2) *Basic product* atau versi dasar atau ciri khas dari suatu produk yang ditawarkan MIN Jejeran adalah sebagaimana yang diungkapkan Ibu Ana, di bawah ini:

> ".., kalo di sini mungkin menawarkan produk itu sesuai dengan budaya masyarakat, sepertinya kan di sini lingkungan pesantrean. Mungkin pembacaannya mungin menurut saya betul program yang ditawarkan itu *tahfidz* dan *tahsin* itu tepat..,"[123]

Informasi yang didapat dari Ibu Ana, bahwa ciri khas dari produk yang ditawarkan MIN Jejeran adalah adanya program unggulan bagi para peserta didik yaitu program *tahsin* dan *tahfidz.* Adanya ciri khas (*tahsin* dan *tahfidz*) yang dimiliki MIN Jejeran sebagai slah satu rintisan madrasah unggul tersebut, disampaiakan juga oleh Bapak Farid dan Bapak Agus, sebagai berikut:

---

[122] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November 2013, pukul 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[123] (wawancara dengan Ibu Ana. 04 November 2013, pukul 12.44 di ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

> ".., kita setelah RMU ini fokusnya lebih ke *tahfidz,* memang ada program tahfidz dan tahsin. *tahfidznya* yaitu yang akan kita jadikan trend untuk mengangkat MIN Jejeran..,"[124]

> ".., kalo di sini kebetulan kan program unggulannya *tahfidz,* jadi otomatis mereka bacaan qurannya lebih tartil, hafalannya bagus meskipun tidak hafal semuanya..,"[125]

Dari informasi hasil penelitian di atas, maka dapat diketahui bahwa ciri khas yang dimiliki MIN Jejeran untuk strategi pemasaran jasa pendidikana adalah adanya dua program unggulan yaitu *tahsin* dan *tahfidz*.

3) *Expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai di antaranya adalah kurikulum, silabus dan tenaga pendidik. Adapun kurikulum yang dilaksanakan di MIN Jejeran adalah kurikulum yang sudah sesuai dengan kurikulum untuk mencapai visi, misi dan tujuan pembelajaran, hal ini disampaikan oleh Bapak Farid, yaitu:

> "Kurikulum yang sedang berjalan adalah sudah sesuai dengan visi, nah visi kita sudah kita tetapkan sehingga apa yang kita tawarkan kepada orang tua, maka visinya tujuan dan kurikulum yang dicapainya nya sudah jelas. Kurikulum yang kita gunakan adalah kurikulum untuk mencapai visi, misi, adapun itu kurikulum itu berbeda dengan sekolah lain, yah.. jelas memang harus berbeda, itu tujuan utamanya untuk mencapai target. Adapun sekolah tidak punya terget, ya salahnya sekolah kenapa visinya dibuat"[126]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

---

[124] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November pukul 2013, 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[125] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[126] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November 2013, pukul 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

Bapak Farid menegaskan bahwa kurikulum yang digunakan di MIN Jejeran adalah kurikulum yang sudah sesuai dengan kurikulum untuk mencapai visi, misi dan tujuan, beliau juga mengungkapkan bahwa adanya perbedaan kurikulum MIN Jejeran dengan sekolah lain memang itu harus ada, mengingat tidak semua sekolah memiliki kebutuhan yang sama. Adapun kurikulum MIN Jejeran yang sudah sesuai tersebut, tidalk terlepas dari kurikulum yang berpedoman pada KTSP, hal tersebut sebagaimana diungkapkan Bapak Agus di bawah ini:

> "kurikulumnya memang kita mengacu pada KTSP, tetapi kita diamanahi Adiwiyata, sekolah sehat, siaga bencana, maka tidak mau tidak mau kita harus menyampaiakn ke siswa adanya integrasi materi tidak mesti sesuai dengan KTSP, jadi perlu ada inovasi dalam penyampaian materi"[127]

Adanya kurikulum yang mengacu pada KTSP, dijelaskan Ibu Nasronah bahwa meskupun kurikulumnya sudah sesuai, tetapi itu juga bergantung pada keprofesional guru dalam proses pembelajaran, hal tersebut sebagaimana diungkapkan Ibu Nasronah yaitu:

> "yo., sepengamatan, mungkin tergantung guru juga, ya kan tidak semuanya guru-guru profesional. Sekarang masih KTSP., ini apa adanya juga, ada yang pake ada yang tidak, jadi beda kualitas yang mereka (guru) yang diberikan"[128]

Adapun di sisi lain, meskipun kurikulum yang ada di MIN Jejeran sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan para peserta didik,

---

[127] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[128] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 12.14 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

tetapi perlu selalu ada peningkatan dalam pelaksanaannya sebagaimana yang diungkapkapkan Ibu Ana di bawah ini:

> "untuk kurikulumnya sudah sesuai, tapi perlu peningkatan, kayak misalkan masih harus ditingkatkan, kemudian metode pengajaran dari guru harus ditingkatkan"[129]

4) *Augmented product* yaitu merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing. Hal ini dapat dianalogikan sebagai ekstrakulikuler sekolah atau lemabaga yang ditawarkan sekolah dalam strategi pemasaran pendidikan yang bertujuan untuk menarik perhatian, yang mana klimaksnya sudah tentu menarik perhatian supaya masuk pada sekolah tersebut, dalam hal ini adalah MIN jejeran. Adapun ekstrakulikuler yang ada di MIN Jejeran di antaranya sebagaimana yang diungkapkan Ibu Nur di bawah ini:

> "ada *drum band*, selain itu ada *qiroah*, pramuka, tekwondo, tekondo juga sering mengadakan pertandingan ke luar juga. ada *drum band*, pramuka,.."[130]

drum band, *qiroah*, pramuka, tekondo, tekondo merupakan sebagian dari ekstra yang ada di MIN Jejeran. Adapun ekstrakulikuler yang lain adalah sebagaimana yang diungkapkan Ibu Nasronah, yaitu:

> "dulu kan kaya dalam bidang agama, *tilawah, MTQ*, kaligrafi, kan anak pondok banyak jadi, anak pondok kualitasnya sekolah di sini faktanya bisa juara kabupaten, propinsi banyak"[131]

---

[129] (wawancara dengan Ibu Ana. 04 November 2013, pukul 12.44 di ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[130] (wawancara dengan Ibu Nur. 28 Oktober 2013, pukul 09.19 di ruang TU MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Dari apa yang disampaikan Ibu Nasronah di atas, bahwa selain *drum band*, *qiroah*, pramuka, tekondo, tekondo juga ada ekstrakulikuler lain di antaranya adalah *tilawah, MTQ*, kaligrafi, di mana peserta didik MIN Jejeran tidak jarang selalu menjadi juara dari perlombaan-perlombaan yang terkait dengan ektrakulikuler tersebut.

Adapun berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari dokumentasi komite, ekstrakulikuler di MIN Jejeran ada dua macam, ada yang sifatnya wajib dan ada yang sifatnya tambahan yaitu:

> "hadroh, qiro'ah, pramuka, marching band, sempoa, komputer, jurnalistik, tiwisada, PKS, MC & pidato empat bahasa, tari, TV MIN Jejeran, Hifdzul quran, english club, robotic club dan tae kwon do"[132]

5) *Potensial product,* yaitu seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin di dapat produk tersebut di masa depan. adalah kata lain reputasi yang dimiliki sekolah, yang dapat dijadikan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan MIN Jejaran. Untuk kulitas atau reputasi MIN Jejaran sejauh ini sudah memiliki banyak reputasi positif, meskipun sudah banyak reputasi positif, tetzp MIN Jejeran harus terus berbenah agar supaya lembaga tersebut lebih baik lagi, hal ini senada dengan yang disampaiakan Bapak Agus di bawah ini:

---

[131] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 12.14 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[132] Buku komite MIN Jejeran, tahun ajar 2012/2013, hlm 17.

> "Belum cukup, tapi kalo punya reputasi baik sudah, mungkin kalo sekolah lain memandang MIN Jejeran itu mungkin reputasinya sudah bagus, tetapi menurut kami ini kita harus terus berbenah, harus melakukan hal yang lebih dari apa yang kita dapatkan"[133]

Adanya pandangan harus terus berbenah dan berbenah adalah satu nilai positif bagi *civitas* MIN Jejeran, di mana hal tersebut dilakukan agar supaya selalu ada peningkatan yang lebih positif, karena disampaikan oleh Bapak Farid bahwa perkembangan selalu menuntut untuk lebih kreatif lagi dalam mengukir presatasi-presatsi, hal ini sebagaimana yang diungkapkan Bapak Farid di bawah ini:

> "ya harus terus selalu ditingkatkan, karena perkembangan selalu menuntut kita untuk lebih kreatif lagi mengukir prestasi yang kita lakukan, mungkin kalo kemarin tilawatil quran menjadi trend, sekarang mungkin harus ditingkatkan lagi mungkin nambah apa"[134]

Adapun salah satu indikator sekolah itu memiliki reputasi yang baik adalah dilihat dari faktor *outputnya,* sebagaiamana yang diungkapakan oleh iBu Nur di bawah ini:

> " ya kalo untuk mutu kualitas itu, yang namanya apa namanya sekolah, kita lihat *out-putnya,* di lihat dari UN'nya, kualitas SDM, atau anak-anak yang keluar nilanya berapa? kemudian diterima di sekolah mana?..,"[135]

dari data di atas, dapat diketahui bahwa adanya reputasu bagus yang dimiliki suatu sekolah adalah dilihat dari *output* atau

---

[133] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[134] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November 2013, pukul 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[135] (wawancara dengan Ibu Nur. 28 Oktober 2013, pukul 09.19 di ruang TU MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

lulusannya. Hal ini biasanya selalu dikaitkan lulusannya diterima dis ekolah-sekolah favorit, adapun indikator lain dari reputasi sekolah baik adalah dapat dilihat dari perolehan nilai UN para peserta didik, dan biasanya itu adalah ujung tombak prestasi suatu sekolah.

b. *Price* (Harga jasa pendidikan)

Price merupakan elemen yang sejajar dengan mutu produk. Adanya tujuan pendidikan ialah untuk mencapai keseimbangan antara biaya yang digunakan untuk "produksi" dalam institusi tersebut, *Price* atau harga jasa pendidikan dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh orang tua peserta didik untuk mendapatkan mutu pendidikan (jasa) untuk suatu produk kaitannya di sini adalah para peserta didik yang tidak lain adalah anak-anaknya.

satrategi dalam penetapan harga jasa pendidikan di MIN Jejeran adalah dengan menerapkan strategi subsidi silang. Adapun elemen harga jasa pendidikan yang ditetapkan MIN Jejeran sangat terjangkau sebagaimana yang diungkapkan Ibu Nur di bawah ini:

> ".., terjangkau untuk semuanya ya, karena Cuma 10 ribu perbulan dan itu juga sudah di pos-pos'kan seperti untuk *mujahadah*, 10 ribu itu sudah macam-macam"[136]

Adanya biaya yang sangat terjangkau dan itu juga sudah ada pos-pos untuk beberapa kegitan pendidikan MIN Jejeran adalah salah satu kelebihan harga yang ditawarkan MIN Jejeran, adapun untuk biaya

[136] (wawancara dengan Ibu Nur. 28 Oktober 2013, pukul 09.19 di ruang TU MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

SPP, maka siswa tidak ada uang SPP melainkan adanya biaya lain seperti uang seragam, hal tersebut sebagaimana yang diuraikan oleh Ibu Ana di bawah ini

> " biaya lain seperti paling seragam, kalo anak-anak setipa Jumat itu di suruh infak untuk musola"[137]

Adanya biaya uang seragam yang dibebabkan kepada siswa di atas adalah salah satu biaya (harga) yang harus dibayar konsumen atau pembeli jasa pendidikan, dalam hal ini kaitannya dengan orang tua peserta didik. Selain itu juga, ada beberapa biaya yang harus dibayar tetapi sifatnya ini bebas tidak mengikat, ayaitu dana untuk pengembangan MIN Jejeran sendiri, dana tersebut disebut dengan dana infak yang dikelola oleh komite sekolah, ini sebagaimana yang dikemukakan Bapak Agus di bawah ini:

> "untuk pembangunan gak ada uang pembangunan, ya mungkin infak-infak mungkin untuk pengembangan, kita tidak memungut biaya, itu kan penanganannya dengan komite, kalo sekolah kan gratis, "kita adanya itu namanya dari KOMITE, itu namanya infak komite dibayar perbulan, sifatnya sukarelawan dan strateginya adalah subsidi silang yang sudah ada pos-posnya, misalnya subsidi bagi yang tidak mampu/anak yatim piatu, subsidi untuk adiwiyata, dana untuk sekolah sehat. jadi ketika siswa baru, orang tua siswa bawa buku infaq komite, di situ ada pom. ketersediaan untuk mengisi, pengelolaanya nanti juga dikembalikna kepada orang tua, misalkan setiap kelas ada paguyuban, jadi setiap paguyuban ada khas sendiri"[138]

Dari informasi yang disampaikan dalam wawancara dengan beliau, maka dapat diketahui peneliti bahwa sekolah di MIN Jejeran sendiri biayanya gratis, tidak ada SPP, tidak ada uang pembangunan, yang

---

[137] Ibid.,

[138] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ada adalah dana pengembangan sekolah yang dinamai dengan *infaq* komite yang dibayar satu bulan sekali dan itu sifatnya sukarelawan.

> *"Infaq* komite terdiri dari uang mujahadah Rp. 5.000,-, uang qurban, Rp 4.000,- dan paguyban Rp. 4.000,- strategi yang digunakan adalah strategi subsidi silang di mana itu kembali pada peserta didik, yaitu digunakan untuk bantu anak yatim piatu, subsidi bagi yang tidak mampu, kegiatan komite, kegiatan patembayan, *infaq* pendirian mushola, dana sehat, dana sekolah adiwiyata, dan program kegiatan sekolah lainnya".[139]

Adapun dalam kegiatan promosi pendidikan, MIN Jejaran memanfaatkan segala yang ada untuk melejitkan promosi. ini sebagaimana yang dikemukakan Bapak Farid di bawah ini:

> "promosi itu kan kita lakukan dengan beberapa kegiatan, jadi prinsipnya kita memanfaatkan segala yang ada untuk melejitkan promosi, kemudian dana yang datang dari orang tua dalam hal ini yang dikelola oleh komite itu kami tidak, kemudian kalo dari Pemerintah itu lebih fokusnya untuk kegiatan siswa dan pengembangan, Adapun kegiatan lain seperti mujahadah itu dananya dari orang tua, kemudian kalo dulu ada Pansob itu memang dananya dari sekolah ada, dananya diambil dari komite, kemudian dari sponsor seperti dari KR, kita gandeng untuk promosi itu seperti pesantren, sehingga memang dananya sangat besar tetepi kita tidak keluar dana besar karena dapat menggandeng beberapa sponsor".[140]

Apa yang disampaikan Bapak Farid di atas, memperkuat data-data dari responden sebelumnya yaitu adanya dana *infaq* yang diberikan para orang tua ke sekolah yang mana dana *infaq* tersebut dikelola oleh komite sekolah. Adapun dana yang diberikan pemerintah adalah fokusnya untuk kegiatan yang menyangkut dengan siswa dan biasanya juga digunakan untuk pengembagan sekolah. Sehingga dana untuk

---

[139] Buku komte MIN Jejeran, tahun 2013/2014

[140] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November 2013, pukul 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

promosi, MIN Jejaran tidak mengambil dari *infaq* atau dana dari pemerintah melainkan dana dari sponsor-sponsor seperti KR, dan donatur.

c. *Place* (Lokasi/tempat jasa pendidikan disampaikan)

Dalam kaitannya dengan temapat, maka para lembaga penyedia jasa pendidikan perlu mempertimbangkan beberapa faktor yaitu 1) akses kemudahan menuju lokasi, 2) visibiltas yaitu lembaga pendidikan tersebut dapat dilihat dengan jelas kebeadaan fisiknya,3) lalulintas dalam arti tingginya tingkat kemacetan akan mempengaruhi 4) tempat parkir yang luas, 5) ekspansi atau ketersediaan tanah untuk kemungkinan perluasan bangunan/usaha, 6) persaingan/lembaga kompetitor 7) peraturan pemerintah tentang untuk peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus dipatuhi oleh setiap lembaga pendidikan.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Berdasar pada pengamatan yang telah peneliti laksanakan maka MIN Jejeran termasuk lembaga pendidikan yang mudah untuk diakses, karena bangunannya terletak dipinggir jalan utama jalan Imogiri timur. Dari segi visibiltas, MIN Jejeran sangat jelas sekali dapat dilihat dengan mata langsung bangunan fisiknya. dari segi kemacatan yang dapat mempengaruhi, berdasarkan pengamatan peneliti dapat dikatakan cukup lancar tidak ada kemacetan yang signifikan. Untuk tempat parkir yang luas, MIN Jejeran masih perlu ada perluasan untuk area parkir, terutama parkir bagi tamu atau orang

tua yang menjemput putra-putrinya. Untuk ekspansi atau ketersediaan tanah untuk kemungkinan perluasan bangunan/usaha MN Jejeran sudah ada sebagaimana yang disampaikan Ibu Nasronah di bawah ini:

> "Lahannya sudah ada, rencannaya mau pake tanah yang dulu bekas pabrik rokok"[141]

Dari informasi yang didapat dari Ibu Nasronah yang mengemukakan bahwa MIN Jejaran sudah punya lahan untuk perluasan bangunan yaitu lahan atau tanah bekas pabrik rokok. Adapun Ibu Ana menyampaiakn inforrmasi tambahan sebagaimana yang disampaikan di bawah ini:

> "kalo lahannya sih ada, tapi ditawarin tanah kas desa, nah rencananya tahun ini di Demangan, tapi masih ada urusan administrasi yang belum selesai"

Dari data di atas, maka dapat diketahui bahwa MIN Jejaran sudah memiliki ekspansi untuk perluasan lembaga itu sendiri, tetapi meskipun sudah punya lahan eksapansi ada beberapa urusan administrasi yang belum selesai. Adapun ditinjau dari pesaing lembaga, MIN Jejeran cukup dekat lokasinya dengan pesaingnya yaitu lokasinya dekat dengan SD Negeri Jejeran dan SD Muhamadiyah Pandes.

Untuk peraturan pemerintah, yaitu MIN Jejeran sendiri sudah sesuai dengan yang dianjurkan pemerintah, salah satu indikatornya yaitu MIN Jejaran sebagai sekolah sehat, maka MIN Jejeran sudah

---

[141] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 12.14 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

sesuai dengan pengelolaan UKS yang sangat baik, di samping itu juga, sebagai sekolah siaga bencana, maka MIN Jejaran untuk bangunannya sudah merupakan bangunan tahan gempa, hal tersebut dibuktikan dengan adanya kerja sama dengan Plan dalam rekonstruksi pembangunan sekolah.

d. *Promotion* (Promosi jasa pendidikan)

Tujuan dari setiap promosi adalah tujuannya untuk penawaran atau iklan, adapun tujuan utama kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh MIN Jejeran adalah merekrut iinput *yang* berkualitas, sebagaimana yang disampaikan Bapak Agus di bawah ini:

> "yang jelas yang pertama adalah *input* yang berkualitas, kita persiapkan 4 tahun terakhir ini kita persiapkan *input*"[142]

Adapun ibu Nasronah menambahkan tujuan lain dari adanya kegiatan promosi atau pemasaran dari MIN Jejeran adalah sebagaimana yang disampaiakan dalam wawancara di bawah ini:

> "*tamuruuna bilma'ruf watanhauna 'anil-munkar,* mengajak pada kebaikan, diantanya memasukan ke madrasah. tanpa di dasai itu kan setidaknya dapat ilmu plus, oran tua dan masyarakat harus tanggap, ya bukan membanding-bandingkan"[143]

Dari informasi di atas, maka tujuan lain dari kegiatan promosi MIN Jejaran adalah *tamuruuna bilma'ruf watanhauna 'anil-munkar,* mengajak pada kebaikan, diantanya memasukan anak-anaknya ke

---

[142] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[143] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 12.14 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

madrasah. karena setidaknya dengan memasukan anak-anak ke madarash dapat ilmu plus terkhusus dengan ilmu agama.

Adapun target utama dari kegiatan pemasaran MIN Jejeran adalah sebagaimana yang diungkapkan Ibu Nasronah di bawah ini:

> "targetnya yang jelas adalah masyarakat sekitar, paling tidak kita menunjukan kemampuan atau mutu kita kepada masyarakat sehingga secara otomatis ada promosi dari masyarakat sekitar seperti mulut ke mulut"[144]

Dari informasi di atas, dapat diketahui bahwa bahwa target utamanya yang jelas adalah masyarakat sekitar, paling tidak dengan adanya promosi pada masyarakat sekitar dapat menunjukan kemampuan atau mutu MIN Jejeran kepada masyarakat sehingga secara otomatis ada promosi dari masyarakat sekitar seperti dari mulut ke mulut antar para orang tua dan masyarakat.

Adapun media lain yang digunakan dalam strategi pemasaran MIN Jejearan adalah sebagaimana yang disampaikan Bapak Agus di bawah ini:

> "lewat *web*, *roadshow* ke TK-TK, kalo dulu ad namanya kegiatan PANSOB, jadi kita undang TK-TK sekitar dan kita mengadakan berbagai macam-macam perlombaan seperti menggambar, mewarnai, pokoknya bermacam-macam. tapi untuk dua tahun terakhir ini tidak dilaksanakan kegitan PANSOB itu."[145]

dari informasi di atas, dapat diketahui bahwa trategi pemasaran yang digunakan MIN Jejearan adalah menggunakan beberapa media yaitu

---

[144] (wawancara dengan Ibu Ana. 04 November 2013, pukul 12.44 di ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[145] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

web, *roadshow* ke TK-TK dengan mengadakan kegiatan-kegiatan seperti menggambar, mewarnai dan lain-lain, dan strategi yang paling optimal adalah dengan mengoptimalkan peran orang tua para peserta didik.

Adapun biaya atau anggaran untk kegiatan pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran tidak membutuhkan dana yang besar karena sudah seleksi alam dengan sendirinya mereka berbondong-bondong untuk mendaftarkan anak-anaknya di MIN jejeran. Fenomena ini sebagaimana yang disampaiak bapak Agus di bawah ini:

> "itu masuknya anggaran siswa, untuk anggarannya tidak begitu banyak, sekitar 10 juta, karena kan kita telalu banyak keluar anggaran dalam PPDB, soalnya mereka sudah datang sendiri dengan seleksi alam tanpa dipromosikan"[146]

e. *People* (Sumber daya manusia)

Elemen-elemen *People* (Sumber daya manusia) yang terlibat di MIN Jejeran adalah terdiri dari orang-orang yeng terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan seperti tata usaha, karyawan, guru, kepala sekolah, pendidik serta tenaga pendidik. Untuk menunjang kualitas sumber daya manusia yang memadai, pihak MIN Jejeran mengadakan sistem perekrutan yang cukup ketat, khususnya dalam memperoleh sumber daya tenaga pendidik. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan Bapak Agus, berikut penuturannya:

> "itu sudah jelas, kita harus paham anak. Guru yang datang ke sini meskipun PNS harus tetep paham anak, dan juga guru yang masuk kesini ada tes komputer, al-qur'an, bahasa Inggris (tidak bisa

[146] Ibid.,

seenaknya), kalo itu tidak memenuhi yah kita kembalikan, yang utama di sini harus ramah anak dan siap-siaga ketika menghadapi anak dan apa sih yang jenengan berikan untuk anak. Untuk sementara guru-guru yang ada di sini sudah berkualitas, dan diharapkan keramahannya juga terus"[147]

Selain dalam perekrutan guru yang dilakukan secara ketat, dalam rangka menunjang dan meningkatkan kompetensi para pendidik dan tenaga kependidikan. maka pihak MIN Jejeran selalu menganjurkan staf-stafnya untuk mengikuti kegiatan *workshop* peningkatan kualitas tenaga pendidikan, pengadaan rapat unternal antar staf sebagaimana yang dikemukakan Bapak Farid di bawah ini:

"salah satunya ya rapat koordinasi antar guru dan pimpinan. Cara ini untuk membina komunikasi antara pimpinan dan bawahan"[148]

Memperkuat informasi di atas, maka kepal sekolah mengemukakan beberapa strategi yang dilakukan MIN Jejeran dalam peningkatan mutu dan kualitas sumber daya manusianya adalah dengan adanya diklat, *outbond*, mengadakan motovasi dan mujahadah.

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

Physical evidence yaitu lingkungan fisik tempat jasa pendidikan diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Ada dua macam bukti fisik yaitu bukti fisik penting dan bukti fisik pendukung.

Dalam konteks pendidikan bukti fisik penting diantaranya berupa desain ruang kelas, gedung sekolah, perpustakaan, dan lapangan olahraga. Adapun bukti fisik utama (penting) yang ditawarkan MIN

[147] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[148] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November 2013, pukul 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Jejeran adalah sebagaimana yang disampaikan Bapak Agus di hawah ini:

> "., setelah gempa itu, terus kita mengadakan kerja sama dengan plan Internasional, terus kita memplopori adanya penelitian bangunan, dilihat apakah bangunan ini layak, seperti oh seharusnya besi dan beton itu ukurannya seperti ini., membuat bangunan. kita juga punya predikat bahwa bangunan ini adalah bangunan tahan gempa"[149]

Adanya bukti fisik utama yang bagus sekali seperti disebutkan di atas, bahwa MIN Jejran memiliki bangunan tahan gempa, kelasnya sudah sesuai dengan standar nasional pendidikan, *green school,* merupakan nilai tinggi bagi pelaksanaan kegiatan pemasaran pendidikan. Selain itu juga berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan di MIN jejeran, dapat dikatakan bahwa bukti fisik utama yang diberikan MIN Jejeran di samping bangunannya tahan gempa, di antaranya yaitu setiap ruang kelas di desain meyenangkan dan menarik seperti ada kelas dengan nama-nama bunga atau dengan nama-nama para sahabat Rasul SAW. Adapun adanya suasana kelas yang menyanagkan diungkapkan juga oleh Ibu Ana, sebagaimana di bawah ini:

> "menyenangkan iya, karena ada tamannya mba,, hehe. UKS semua alat-alatnya lengkap mba, alat medis, lat-alat kedokteran sudah ada semua, ada cek-cek. kalo perpus, dulu ada tempat untuk siaran, di sini khusus media mba"[150]

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

[149] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[150] (wawancara dengan Ibu Ana. 04 November 2013, pukul 12.44 di ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

Apa yang disampaikan ibu Ana di atas, merangkap dengan adanya bukti fisik pendukung yang sudah sangat cukup seperti UKS semua alat-alatnya sudah lengkap dengan segala peralatan medis. Hal tersebut senada dengan yang disampaikan Bapak Agus di bawah ini:

> "untuk tingkatan MI kita bener-bener sudah sangat tercukupi, dan alat sudah modern, karena kalo misalkan kita lihat yang lain bener-bener jauh dari cukup, kita sudah ada lcd, kamera, kita butuh ruang UKS, yang lain belum tentu memiliki kayak kita untuk fasilitas dan penunjang pembelajrannya, intinya kita sudah bener-bener cukup[151]

Informasi yang diterima dari Bapak Agus membuktikan bahwa bukti fisik pendukung sperti sarana dan prasarana yang ditawarkan MIN Jejeran sudah sangat cukup di banding dengan sekolah atau madrasah yang ada di daerah sekitar MIN Jejaran. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya fasilitasyang sudah modern seperti setiap kelas sudah dilengkapi dengan LCD, *shound system*, *viewer*. Hal tersebut didukung oleh Ibu Ana di bawah ini:

> "kalo di sini anu mba, untuk kelas mba, misalkan baca buku batentang planet, maka disediakan visualisasinya, kelengkapan media"[152]

Adapun menurut Ibu Nasronah, untuk sarana-dan prasarana yang ditawarkan MIN Jejeran lebih dari cukup, dan bila dinilai sudah 75%, dan itu semua tidak akan berfungsi dengan optimal menurutt ibu Nasronah apabila SDM yang menggunakan belum efektif dalam penggunaannya, hal ini sebagaimana hasil wawancara di bawah ini:

---

[151] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[152] (wawancara dengan Ibu Ana. 04 November 2013, pukul 12.44 di ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

> "kalo setau saya, untuk sarana prasarana sudah di atas 75%, tapi tergantung motivator/penggunanya itu, ya kalo sarana lengkap, memadai tapi penggunanya belum bisa kan belum bisa dikatakan efektif juga"[153]

Untuk strategi yang digunakan MIN Jejeran dalam pemenuhan bukti fisik untuk menunjang pelaksanaan pendidikan yaitu sebagaimana informasi yang peneliti terima dari Bapak kepala sekolah, yaitu dengan menggunakan strategi mengajukan dana pada pemerintah setempat, adanya kerja sama yang inten dengan komite.

e. *Process*

Proses dalam konteks jasa pendidikan adalah proses pendidikan yang meliputi segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya kegiatan belajar mengajar guna terbentukanya *output* sesuai dengan yang diharapkan.

Terkait dengan proses jasa pendidikan yang terdapat di MIN Jejeran tersebut, sesungguhnya proses merupakan keseluruhan aktifitas yang dimulai sejak awal penerimaan peserta didik baru sampai siswa selesai.tamat dari sekolah tersebut. Adanya seleksi peserta didik, merupakan kegiatan awal MIN Jejeran dalam menentukan jumlah peserta didik yang diterima dan yang tidak diterima. Adapun dalam kegiatan PPDB MIN Jejeran sudah ada quota-quotanya sebagimana yang disampaikan Bapak Agus di bawah ini:

> "..,kita menjaring dulu, kalo di MIN jejeran itu, kalo produk yang pertama yaitu sebelum ditawarkan produk. Yang jelas kalo untuk

[153] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 12.14 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

> target itu ada empat bagian, yang pertama jelas dari kualitas siswa yang masuk dan itu tidak memandang daerah sekitar, itu 60 % boleh dari mana-pun berhak dari manapun, 20% dari TK kita, 10% dari sosial itu katakanlah ada mungkin warga sekitar yang tidak mampu, atau pejabat sekitar seperti lurah dan pak dukuh, dan 10% dari pejabat-pejabat seperti Kemeneg"[154]

kemudian setelah PPDB diadakan penempatan atau pengelompoka peserta didik, pengelompokan ini biasanya berdasarkan atas hasil tes yang diberikan kepada peserta didik, maupun pengelompokan berdasrkan kesamaan-kesamaan seperti jenis kelamin dan umur.

Setelah peserta didik diterima, maka ada pembinaan dan pengembangan. Hal ini dilakukan agar peserta didik mendapatkan bermacam-macam pengalaman belajar untuk bekal hidupnya di masa mendatang. Untuk mendapatkan itu, peserta didik harus melakukan bermcam-macam kegiatan, seperti mengikuti kegiatan ekstrakulikuler dan kegiatan lainnya.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2. Hasil Yang Dicapai Dari Pemasaran Yang Dilakukan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sebagai Sekolah Sehat Percontohan Nasional.

MIN Jejeran Yogyakarta sebagai salah satu madrasah terbaik di daerah Yogyakarta, dapat dikatakan berhasil dalam mendidik peserta didik yang masuk pada sekolah ini, keberhasilan ini terbukti dari *output* sekolah yang selalu mendapat prestasi-prestasi baik yang bisa dibanggakan, salah satunya yaitu dapat dilihat dari hasil ujian nasional, MIN Jejeran Yogyakarta terbukti meraih peringkat nilai tertinggi UN

---

[154] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

tingkat kecamatan dengan nilai yang sangat memuaskan, yaitu peringkat ke-1 berturut-turut tingkat kecamatan.

Terlepas dari keberhasilan yang telah diperoleh, bukan berarti MIN Jejeran sebagai sekolah unggulan di Jejeran tidak memiliki catatan-catatan khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran, hal ini sebagaimana yang dikatakan Ibu Ana dalam wawancara yang telah dilakukan peneliti, beliau mengatakan:

> "kalo hasilnya ini, ini masih Haris efek mba, jadi bisa dikatakan berhasil karena kepemimpinan kepala sekolah sebelumnya"[155]

Informasi dari Ibu Ana di atas, mengemukakan bahwa keberhasilan pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran tidak lain karena adanya efek dari kepemimpinan kepala sekolah sebelumnya. Adapun keberhasilan dari pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran salah satu buktinya dapat dilihat dari banyaknya orang tua yang berminat dan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya di MIN Jejeran, sebagaimana yang diungkapkan Ibu Nasronah di bawah ini:

> "bisa dikatakan berhasil, buktinya kan banyak orang yang tertarik untuk menyekolahkan anaknya dari luar kota, malah banyak. kalo dikatakan bisa nila B belum sempurna A"[156]

Banyaknya orang tua yang berminat dan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya di MIN Jejeran, bukan berati pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran sudah sempurna, dan bila dikomentari dengan penilaian, maka Ibu Nasronah berpendapat bahwa

---

[155] (wawancara dengan Ibu Ana. 04 November 2013, pukul 12.44 di ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

[156] (wawancara dengan Ibu Nasronah. 06 November 2013, pukul 12.14 di ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejaran nilainya B, belum dapat nilai A sempurna, mengingat masih banyak yang harus dibenahi dan ditingkatkan. Adapun Bapak Agus menyikapi keberhasilan dari pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran itu sudah efektif, sebagaimana yang diungkapkan beliau di bawah ini:

> "., sampai tahun ini, pemasaran yang kita lakukan efektif selalu ada terobosan-terobosan dalam pemasaran, awalnya lewat PANSOB PPDB dari tahun ke tahun luar biasa peningkatan peminatnya, dulu kan kalo tidak diterima di sekolah lain, ya buangannya itu adalah MIN Jejeran,. Tapi untuk saat ini peminatnya luar biasa sampai kita mencoba menerapakan dari strategi, bagaimana kalo kita menerapkan pengambilan nomor di mulai tengah malam, ternyata antusias dan perhatian orang tua untuk pengambilan nomor pendaftaran sangat antusias sampai rebutan"[157]

Informasi yang di dapat dari pak Agus, dapat diketahui bahwa pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran Bantul dikatakan efektif dan berhasil karena dalam pemasaran suka melakukan terobosan-terobosan baru sehingga tahun ke tahun ada peningkatan yang signifikan dari peminat untuk memasukan anaknya ke MIN Jejaran.

Adanya peminat yang tinggi dan sangat responsif, dapat dibuktikan salah satunya yaitu dengan adanya penerapan strategi pengambilan nomor pendaftaran peserta didik baru yang dibuka mulai tengah mlam. Adapun hasil yang ada, sangat membanggakan bagi tim MIN Jejeran, karena meskipun pengambilan nomor dilaksanakan mulai pertengahan malam, para orang tua tetap antusias dan berbondong-bondong bahkan

[157] (wawancara dengan Bapak Agus. 06 November 2013, pukul 10.12 di ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

rebutan karena hawatir tidak kebagian nomor untk pendaftaran anaknya. Indikator MIN Jejeran berhasil dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan dapat dikatakan berhasil juga disampaikan oleh Bapak Farid di bawah ini:

> "hasilnya bisa dilihat dari indikatornya ketika penerimaan siswa baru, itu jauh sebelum kita membuka sudah banyak yang *inden*, ketika kita sudah membuka penerimaan siswa baru hasilnya membludak seperti itu. Kemudian kita terpaksa harus memang ada sekitar 100 kira-kira anak yang kita tolak, ada yang kita tolak sebelum *inden* ada yang kita tolak sesudah kita tilai karena tidak layak masuk MIN Jejeran, sebenarnya itu kita kasih refrensi seperti anak Bapak bisa masuk ke sini dengan ketentuan yang berlaku seperti ini di tahun depan. Jadi tahun yang kemaren yang sudah masuk tidak diterima, mereka sudah inden untuk tahun depan padahal tahun kemaren saja sudah tidak masuk sudah inden untuk mendaftarkan anaknya. Jadi seperti itu, menurut kami semuanya tidak ada yang tidak mungkin semuanya ada jalan keluar Cuma mungkin kalo umurnya sudah 7 tahun dan harus tahun itu mungkin tidak bisa karena mungkin satu kuota, kedua minat mereka yang masuk kesini, kemudian dukungan orang tua, baik itu kemampuan anak, orang tua dan dukungan motivasi orang tua semuanya kita kasih point sehingga nanti point yang terbesar adalah yang kita terima, tapi tetep prioritas adalah umur. Jadi umur adalah point tertinggi, misalkan point lain adalah misalkan anak pernah punya penyakit sampe opnam di RS itu masih tidak itu ada pointnya, kemudian di rumah disediakan tempat sampah tidak? kalo iya pointnya berapa? kalo tidak berapa? kalo iya berapa tempat sampah? jadi semuanya ada pointnya sehingga nanti kita fear ini lo penilaiannya, mungkin kan Bapak/Ibunya menulis ada tempat sampah 1, 2, kalo 1 berarti poinnya 1, kalo 2 berarti 2 pointanya, kalo tidak ada berati kosong, kemudian kita kroscek pada anaknya sehingga data itu valid, orang tua bilang A yah anak A kita detail pada anak-anak, karena prinsipnya anak-anak itu masih jujur sekali, itu yang kita lakukan untuk menjajaki minat mereka untuk memasuk MIN Jejeran. Animo masyrakat yang besar untuk masuk MIN jejeran itu salah satu indikasi bahwa promosi MIN Jejeran berhasil. Orang tua harus terlibat dan paling tidak keterlibatannya harus separonya karena tidak mungkin guru menangani semua urusan di sekolah sendiri.[158]

[158] (wawancara dengan Bapak Farid. 06 November 2013, pukul 08.48 di ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Berdasarkan informasi yang diterima dari Bapak Farid, bahwa pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran, sudah bisa dikatakan berhasil, hal ini sama dengan beberapa informasi yang dikemukakan sebelumnya yaitu bahwa indikator dapat dikatakan berhasil tidaknya strtegi pemasaran pendidikan yang dilakukan MIN Jejaran dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah orang tua yang menginginkan anaknya masuk atau daftar untuk sekolah di MIN Jejeran.

Animo masyarakat yang besar untuk memasukan putra-putrinya ke MIN jejeran itu salah satu indikasi bahwa promosi MIN Jejeran berhasil, contoh konkrit yang ditemukan peneliti di lapangan bahwa ketika pelaksanaan penelitian, peneliti sering bertemu dengan orang tua yang ingin melakukan *inden* untuk memasukan putra-putrinya ke MIN Jejaran. Kondisi tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Bapak Farid dia atas, bahwa besarnya animo masyarakat ke MIN Jejeran membuat pihak MIN Jejeran untuk memberikan kebijakan atas penolakan untuk menerima calon peserta didik, hal tersebut terjadi karena terlalu membludaknya calon peserta didik yang ingin masuk ke MIN Jejeran, tetapi karena beberapa hal maka tim MIN Jejeran sendiri tidak mungkin menerima semua yang mendaftar, yang paling utama diperioritaskan dalam penerimaan calon peserta didik adalah kulitas dari *inputnya.*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

C. Analisis Strategi Pemasaran MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sebagai Sekolah Sehat Percontohan Nasional

1. Strategi Pemasaran

Setelah dilakukan analisis, maka strategi yang dilakukan MIN Jejeran dalam rangka mempromosikan sekolah untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran adalah melalui penerapan bauran pemasaran jasa pendidikan yang didefinisikan sebagai sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan lembaga pendidikan. Adapun konteks bauran pemasaran pendidikan meliputi 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*), adapun analisis uraiannya adalah sebagai berikut:

a. *Product* (Produk jasa pendidikan)

Setelah dilakukan analisis, maka produk jasa pendidikan dapat dibagi menjadi lima tingkatan yaitu pertama *core benefit,* ialah manfaat dasar yang sebenarnya dibeli konsumen, dalam hal ini adalah jasa pendidikan, kedua *basic product* atau versi dasar atau ciri khas dari suatu produk, ketiga *expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai di antaranya adalah kurikulum, silabus dan tenaga pendidik, keempat *augmented product* yaitu merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, kelima *potensial product,* yaitu seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin di dapat produk tersebut di masa depan. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

1) *core benefit* (manfaat dasar) yang sebenarnya dibeli konsumen produk yang ditawarkan dari pihak MIN Jejeran yang paling utama yaitu mempuntai *output* yang memliki *akhlaqul-karimah* yang sesuai dengan visi dan misi MIN Jejeran, selian itu juga adanya tawaran produk yang menarik yang diberikan MIN Jejeran terkait dengan *input* yang akan masuk ke MIN Jejaran adalah produk yang unggul dalam segala aspek, berhubung MIN Jejeran telah dijadikan satu dari dua rintisan madarasah unggul tingkat dasar yang ada di Yogyakarta.
2) *basic product* atau versi dasar atau ciri khas dari suatu produk, adapun ciri khas produk yang diberikan MIN Jejeran adalah adanya program unggulan bagi para peserta didik yaitu program *tahsin* dan *tahfidz*. Adanya ciri khas (*tahsin* dan *tahfidz*) yang dimiliki MIN Jejeran sebagai slah satu rintisan madrasah unggul tersebut adalah sebagaimana visi yang telah dicanangkan "Terwujudnya warga madrasah penyelamat lingkungan hidup, modern, religius, sehat, ramah anak, dan siaga bencana", MIN Jejeran ibarat jamu merupakan rajikan yang sangat komplit yang akan mengantarkan peserta didik tidak hanya cerdas, berakhlaqul karimah, namun juga berwawasan lingkungan, sehat paripurna, modern, serta religius.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3) *expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai di antaranya adalah kurikulum, silabus dan tenaga pendidik. Adapun kurikulum yang dilaksanakan di MIN Jejeran adalah kurikulum yang sudah sesuai dengan kurikulum untuk mencapai visi, misi dan tujuan pembelajaran dan mengacu pada SNP yaitu dengan penggunaan KTSP dalam kegiatan belajar mengajar.

Dari segi kurikulum, semua kurikulum, seperti KTSP, Silabus, dan RPP yang ada di MIN Jejeran harus terintegrasi dengan wawasan lingkungan hidup. Semua pelajaran juga harus terintegrasi di dalamnya. Bahkan dari kelas 1 sampai dengan kelas 6 ada pelajaran monolitik, yakni pelajaran lingkungan hidup, seperti bagaimana meletakkan sampah organik, kertas, serta bagaimana mengolah sampah.

4) *augmented product* yaitu merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, misalnya *output* dari MIN Jejeran mempunyai hafalan 6 juz, mampu membaca al-qur'an dengan tartil. Hal ini dapat dianalogikan sebagai ekstrakulikuler sekolah atau lemabaga yang ditawarkan sekolah dalam strategi pemasaran pendidikan yang bertujuan untuk menarik perhatian, yang mana klimaksnya sudah tentu menarik perhatian supaya masuk pada sekolah tersebut. Adapun ekstrakulikuler yang ditawarkan MIN Jejeran adalah *drum*

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

*band, hadroh, tahfidz, qiroah, kaligrafi, tahsin,*tekondo, seni tari, seni musik, PKS (polisi keamanan sekolah), pramuka, dokter cilik dan kelas robotik.

5) *potensial product,* yaitu seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin di dapat produk tersebut di masa depan.

Adapun mengenai komponen produk yang ditawarkan oleh MIN Jejeran adalah berusaha mewujudkan produk lulusan sebagaimana yisi yang telah dicanangkan "Terwujudnya warga madrasah penyelamat lingkungan hidup, modern, religius, sehat, ramah anak, dan siaga bencana", MIN Jejeran ibarat jamu merupakan rajikan yang sangat komplit yang akan mengantarkan peserta didik tidak hanya cerdas, berakhlaqul karimah, namun juga berwawasan lingkungan, sehat paripurna, modern, serta religius. Adapun komponen produk MIN Jejeran dapat dirinci dalam tabel berikut:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 4.6
Komponen pembentuk produk pendidikan

No	Komponen produk	Kelas					
A.	*Core Benefit* (produk inti)	1	2	3	4	5	6
	1.Pendidikan agama islam						
	2.Pendidikan kewarganegaraan						
	3.Bahasa indonesia						
	4.Matematika						
	5.Ilmu pengetahuan alam						
	6.Ilmu pengetahuan sosial						
	7.Seni budaya dan keterampilan						
	8.Penjaskes						

B.	***Basic Product*** **(dasar produk yang khas)**						
	1.Bahasa arab						
	2.Sempoa						
	3.Bahasa inggris						
	4.Bahasa jawa						
	5.TIK						
C.	***Expected Product*** **(produk yang menyertai)**						
	1.Kurikulum berbasis KTSP	-	-	-	-	-	-
	2.Guru merupakan serjana yang kompeten dan kreatif	-	-	-	-	-	-
	3.Sistem pengajaran sangat din amis dan menyenangkan	-	-	-	-	-	-
D.	***Augmented Product*** **(produk tambahan)**						
	1. *Drum band,*	-	-	-	-	-	-
	2. *Hadroh,*	-	-	-	-	-	-
	3. *English club*	-	-	-	-	-	-
	4. *Tahsin* dan *qiroah*	-	-	-	-	-	-
	5. *Tahfidz*	-	-	-	-	-	-
	6.Tae kwon do	-	-	-	-	-	-
	7. Jurnalistik	-	-	-	-	-	-
	8. Seni tari	-	-	-	-	-	-
	9. MC & pidato 4 bahasa	-	-	-	-	-	-
	10.PKS	-	-	-	-	-	-
	11.Pramuka	-	-	-	-	-	-
	12.Dokter cilik	-	-	-	-	-	-
	13.Kelas robotik	-	-	-	-	-	-
	14.TIWISADA	-	-	-	-	-	-
	15.TV MIN Jejeran	-	-	-	-	-	-
E.	***Potensial Product,*** **(produk tambahan)**						
	Lulusan tang diterima di lembaga-lembaga yang berkualitas bagus						

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

b. *Price* (Harga jasa pendidikan)

Price atau harga jasa pendidikan dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh orang tua peserta didik untuk mendapatkan mutu pendidikan (jasa) untuk suatu produk kaitannya di sini adalah para peserta didik yang tidak lain adalah anak-anaknya. Setelah dianalalis, maka elemen harga yang ditawarkan MIN Jejeran, Bantul Yogyakarta di anataranya meliputi:

Tabel 4.7
Komponen penetapan harga biaya pendidikan
MIN Jejeran, Bantul Yogyakarta

No	Komponen	Harga	
1.	Biaya pendaftaran	-	
2.	Dana pengembangan	-	
3.	*Infaq* komite	15.000,-	
4.	Infaq (amal jariyah)	sukarelawan	
4.	Uang seragam	**Putra RP.**	**Putri RP.**
	a. seragam merah putih (jilbab berloga dan nama)	80.000,-	85.000,-
	b. seragam pramuka (jilbab berloga dan nama)	100.00,-	110.000,-
	c. seragam batik (jilbab berloga dan nama)	115.000,-	120.000,-
	d. OR (jilbab)	50.000,-	65.000,-
	e. topi	10.000,-	10.000,-
	f. ikat pinggang	15.000,-	15.000,-
	g. *cocard* dan kartu perpus	12.000,-	12.000,-
	h. tas sekolah	45.000,-	45.000,-
Jumlah		427.000,-	462.000,-

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Adapun strategi dalam penetapan harga jasa pendidikan di MIN Jejeran adalah dengan menerapkan strategi subsidi silang, yang mana dana yang sudah diberikan para orang tua kepada sekolah, maka kembali kepada anak-anaknya dalam bentuk kegiatan yang dirancang oleh sekolah. Adapun elemen harga jasa pendidikan yang ditetapkan MIN Jejeran sangat terjangkau semua kalangan, sehingga memberikan kesempatan sebesar-besarnya bagi para orang tua yang ingin menyekolahkan putra-putrinya di MIN Jejeran.

c. *Place* (Tempat atau lokasi jasa pendidikan dilaksanakan)

Tempat atau lokasi jasa pendidikan berarti berhubungan dengan di mana lembaga pendidikan melangsungkan proses pemberian jasa pendidikan. Dalam kaitannya dengan tempat, maka para lembaga penyedia jasa pendidikan perlu mempertimbangkan beberapa faktor yaitu:

1) Akses kemudahan menju lokasi

Pertama ditinjau dari aspek akses, berdasar pada pengamatan yang telah peneliti laksanakan, maka MIN Jejeran termasuk lembaga pendidikan yang mudah untuk diakses, keberadaan lokasi MIN Jejeran sangat sangat strategis untuk sebuah sekolah karena berada di kawasan lembaga pendidikan formal maupun non formal. Adapun lembaga pendidikan formal yakni SD Negeri Jejeran, SMK 1 Pleret, SMP N 1 Pleret, MTsN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Wonokromo, dan MAN Wonokromo, ditambah lagi di kelilingi oleh banyak pondok pesantren, karena berada bangunannya terletak dipinggir jalan utama jalan Imogiri timur. Selain itu juga, MIN Jejeran terletak di lingkungan masyarakat yang berbasis pondok pesantren dengan kultur religiusitas cukup tinggi yaitu di Desa Wonokromo Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul, sehingga hal ini menjadi satu nilai tambah bagi MIN Jejeran.

2) Visibiltas yaitu lembaga pendidikan tersebut dapat dilihat dengan jelas kebeadaan fisiknya.

Kedua ditinjau dari aspek visibiltas, keberadaan lokasi MIN Jejeran posisinya terletak kurang lebih 4 km di sebelah selatan terminal bus Giwangan. Posisi bangunan Madrasah di pinggir jalan besar dan diantara perumahan penduduk juga berada pada arah tenggara SMK N 1 Pleret. Tepat di depan MIN Jejeran terdapat lahan pertanian. MIN Jejeran berjajar dari ujung utara sampai selatan, yakni MIN Jejeran, PT. Sampoerna, dan Puskesmas Pleret.[159]

. Terlebih karena didukung dengan predikat sebagai juara lomba sekolah sehat tingkat Nasional dan juara lomba sekolah adiwiyata tingkat Nasional, tentu akan semakin mempermudah

[159].) Dokumen : Arsip MIN Jejeran 12 Oktober 2013.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

orang untuk mengetahui keberadaan lokasi bangunan MIN Jejeran.

3) Lalulintas dalam arti tingginya tingkat kemacetan akan mempengaruhi, dari segi kemacatan yang dapat mempengaruhi, berdasarkan pengamatan peneliti dapat dikatakan cukup lancar tidak ada kemacetan yang signifikan.
4) Tempat parkir yang luas, untuk tempat parkir yang luas, MIN Jejeran masih perlu ada perluasan untuk area parkir, terutama parkir bagi tamu atau orang tua yang menjemput putra-putrinya.
5) Ekspansi atau ketersediaan tanah untuk kemungkinan perluasan bangunan/usaha, maka untuk ekspansi MIN Jejeran sudah punya lahan untuk perluasan bangunan yaitu lahan atau tanah bekas pabrik rokok, tetapi meskipun sudah punya lahan eksapansi, masih ada beberapa urusan administrasi yang belum selesai.
6) Persaingan/lembaga kompetitor, ditinjau dari pesaing lembaga, MIN Jejeran cukup dekat lokasinya dengan pesaingnya yaitu lokasinya dekat dengan SD Negeri Jejeran dan SD Muhamadiyah Pandes.
7) peraturan pemerintah tentang untuk peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus dipatuhi oleh setiap lembaga pendidikan. Untuk peraturan pemerintah, yaitu MIN Jejeran sendiri sudah sesuai dengan yang BSNP yang dianjurkan pemerintah, salah satu indikatornya yaitu MIN

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Jejaran sebagai sekolah sehat, maka MIN Jejeran sudah sesuai dengan pengelolaan UKS yang sangat baik, di samping itu juga, sebagai sekolah siaga bencana, maka MIN Jejaran untuk bangunannya sudah merupakan bangunan tahan gempa, hal tersebut dibuktikan dengan adanya kerja sama dengan Plan dalam rekonstruksi pembangunan sekolah.

d. *Promotion* (Promosi jasa pendidikan)

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk pada masyarakat, secara garis besar promosi bertujuan untuk:

1) membangun kepedulian dan ketertarikan pada produk yang ditawarkan
2) membedakan jasa/ produk yang ditawarkan lembaga dari para kompetitornya
3) mengkomunikasikan dan menggambarkan kelebihan jasa yang disediakan lembaga
4) membujuk konsumen untuk membeli jasa yang ditawarkan.

Adapaun tujuan kegiatan promosi yang dilakukan MIN Jejeran adalah merekrut iinput *yang* berkualitas, selain itu juga tujuan dari promosi yang dilaksanakan MIN Jejeran adalah *tamuruuna bilma'ruf watanhauna 'anil-munkar,* mengajak pada kebaikan, diantanya memasukan anak-anaknya ke madrasah. karena setidaknya dengan memasukan anak-anak ke madarash

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

dapat ilmu plus terkhusus dengan ilmu agama. Adapun target utama kegiatan promosi MIN Jejeran yang jelas adalah masyarakat sekitar, paling tidak dengan adanya promosi pada masyarakat sekitar dapat menunjukan kemampuan atau mutu MIN Jejeran kepada masyarakat.

Adapun media yang digunakan MIN Jejearan adalah menggunakan beberapa media yaitu *web*, banner, spanduk, *roadshow* ke TK-TK dengan mengadakan kegiatan-kegiatan seperti menggambar, mewarnai dan lain-lain, dan strategi yang paling optimal adalah dengan mengoptimalkan peran orang tua para peserta didik.

Sementara itu, kegiatan promosi yang terlihat sederhana namun sangat penting adalah kegiatan promosi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*), pentingnya penyerahan dan komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu ciri khusus dari pemasaran jasa, karena pelanggan pendidikan seringkali memperhatikan dengan sangat detail penyerahan jasa dan kemudian menceritakannya pada pelanggan yang lain. Kegiatan promosi melalui mulut ke mulut merupakan kegiatan promosi yang paling efektif oleh pihak pengelola MIN Jejeran.

e. *People* (Sumber daya manusia)

Sumber daya manusia adalah semua orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta dapat

mempengaruhi penilaian konsumen. Elemen-elemen *People* (Sumber daya manusia) yang terlibat di MIN Jejeran adalah terdiri dari orang-orang yeng terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan seperti tata usaha, karyawan, guru, kepala sekolah, pendidik serta tenaga pendidik.

Untuk menunjang kualitas sumber daya manusia yang memadai, pihak MIN Jejeran mengadakan sistem perekrutan yang cukup ketat, khususnya dalam memperoleh sumber daya tenaga pendidik. Selain dalam perekrutan guru yang dilakukan secara ketat, dalam rangka menunjang dan meningkatkan kompetensi para pendidik dan tenaga kependidikan. maka pihak MIN Jejeran selalu menganjurkan staf-stafnya untuk mengikuti kegiatan *workshop* peningkatan kualitas tenaga pendidikan, pengadaan rapat internal antar staf.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Adanya perhatian pada peningkatan mutu SDM, MIN Jejeran mengirim Bapak Ibu Guru untuk mengikuti workshop-workshop peningkatan kompetensi. Bahkan pernah separuh dari para pengajarnya di kirim diklat, separuh yang lain mengajar. Kemudian juga mengupayakan fasilitas yang diperlukan. Salah satunya adalah SAGUSALA (Satu Guru Satu Laptop). Selanjutnya setelah semua guru memiliki laptop, hal tersebut bertujuan agar supaya para guru membuat laporan via online, dikirim langsung ke email, harus diketik sendiri, pakai email sendiri dan rencana

pembelajaran juga dikirim via email. Selain itu juga untuk meningkat SDM MIN Jejeran diadakan *outbond* dan mujahadah yang bertujuan untuk memberikan motivasi.

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

Physical evidence yaitu lingkungan fisik tempat jasa pendidikan diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Ada dua macam bukti fisik yaitu bukti fisik penting dan bukti fisik pendukung.

Adapun bukti fisik penting yang ditawarkan MIN Jejeran adalah bangunan tahan gempa, kelas dengan didesain menyenangkan, perpustakaan, dan lapangan olahraga, kelasnya sudah sesuai dengan BSNP, suasana *green school,* ruang TIK, Gedung sekolah bergambar mural inspiratif berlantai 2 (dua).

1) Ruang kelas luas, bersih, rapi, tenang, nyaman, dan aman.
2) Sarana penunjang pembelajaran antara lain: TV, LCD, Laptop, Tape, Alat-alat olahraga, KIT IPA, dan buku pegangan guru.
3) Peralatan Drum Band yang memadai
4) Sarana ibadah berupa Mushalla yang luas dan nyaman
5) Ruang IT
6) Ruang UKS yang bersih dan sehat.
7) Papan Majalah Dinding sebagai media kreasi siswa.
8) Perpustakaan yang sangat memadai
9) Ruang display karya siswa.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Dari dokumen tang diperoleh dari MIN Jejeran dijelaskan bahwa dari segi sarana prasarana, sekolah membangun ventilasi yang lebarnya minimal 10% dari luas lantai, sehingga terang dan udara lancar. Air juga tidak boleh menetes jika tidak digunakan, lampu pun harus mati jika tidak digunakan. Untuk urusan kertas, kalau bisa memakai kuarto kenapa pakai folio. Alasannya, dengan menggunakan kertas kuarto kita sudah mengirit sekian cm, dan jika dikalkulasi dalam setahun maka sudah bermeter-meter kertas yang dihemat. Kertas ini pun juga dipakai bolak balik, sampai titik sobek yang terakhir.

Sarana prasarana yang ada di sekolah juga dipercantik. Satu siswa diminta membawa satu pot bunga, membawa ikan, serta menyodorkan ide muralisasi dinding kelas. Sehingga di MIN Jejeran terdapat berbagai lukisan kelas bertema kelas antariksa, kelas oceania, kelas flora, kelas fauna, kelas transportasi, dan lain sebagainya. Rumputisasi halaman juga tidak dilupakan. Sekolah juga memiliki *greenhouse*, yang pembangunannya bekerja sama dengan Merapi Farma,, yang mungkin satu-satunya yang memilikinya di tingkat SD di DIY. *Green House* ini terbuat dari paranet yang tertutup rapat untuk menghindarkan hama, yang berisi 115 jenis obat tanaman. Selain itu di tiap tanaman terdapat katalog, mulai dari nama hingga fungsinya, sehingga siswa pun tidak hanya tahu namanya, tetapi juga tahu fungsinya.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Mengenai bukti pendukung yang ditawarkan MIN Jejeran adalah, selain berupa laporan raport per-semester, juga meliputi catatan-catatan prestasi yang berhasil diraih oleh peserta didik MIN Jejeran. Untuk strategi yang digunakan MIN Jejeran dalam pemenuhan bukti fisik untuk menunjang pelaksanaan pendidikan yaitu sebagaimana informasi yang peneliti terima dari Bapak kepala sekolah, yaitu dengan strategi mengajukan dana pada pemerintah setempat, adanya kerja sama yang inten dengan komite.

Berikut adalah tabel mengenai bukti fisik jasa pendidikan di MIN Jejeran.

Tabel 4.8
Data bukti fisik dan pendukung jasa pendidikan
MIN Jejeran Bantul, Yogyakarta

Bukti Fisik Jasa Pendidikan			
A.	**Bukti esensial**		
No	**Nama**	**Jumlah**	**Keterangan**
1.	Ruang Kelas	16	Baik
2.	Kantor Guru	1	Baik
3.	Kantor Kepala Sekolah	1	Baik
4.	Kantor TU	1	Baik
6.	Kamar Mandi/WC.	16	Baik
7.	Tempat Parkir	3	Baik
8.	Kantin Madrasah	1	Baik
9.	Ruang Ibadah/Masjid	1	Baik
10.	Tempat Wudlu	2	Baik
11.	Ruang Perpustakaan	1	Baik
12.	Ruang Komputer	1	Baik

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

13.	UKS	1	Baik
14.	Gudang	2	Baik
15.	Lapangan Olah Raga/Lapangan Upacara	1	Baik
16.	Ruang Keterampilan	1	Baik
17	Westavel	22	Baik
18	Green House	1	Baik
19	Kolam ikan	1	Baik
20	Sumber air bersih	1	Baik
B.	**Bukti pendukung**		
1.	Raport per semester		
2.	Catatan prestasi sekolah, meliputi: tahun 2009. a. peringkat ke-IV lomba sekolah sehat tingkat nasional b. peringkat ke-I lomba sekolah berwawasan lingkungan c. peringkat ke-I UASBN bahasa indonesia kelompok sekolah negeri d. peringkat ke-I UASBN matematika kelompok sekolah negeri e. peringkat ke-I UASBN IPA kelompok sekolah negeri f. peringkat ke-I jumlah nilai UASBN kelompok sekolah negeri g. peringkat ke-I jumlah nilai gabungan sekolah negeri dan swasta h. peringkat ke-I jumlah nilai UASBN kelompok sekolah negeri i. peringkat ke-I jumlah nilai gabungan sekolah negeri dan swasta daftar prestasi 2010-2013 terlampir.		

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

g. (Proses jasa pendidikan)

Proses dalam konteks jasa pendidikan adalah proses pendidikan yang meliputi segala kegiatan yang mendukung

terselenggaranya kegiatan belajar mengajar guna terbentukanya *output* sesuai dengan yang diharapkan.

Terkait dengan proses jasa pendidikan yang terdapat di MIN Jejeran tersebut, sesungguhnya proses merupakan keseluruhan aktifitas yang dimulai sejak awal penerimaan peserta didik baru sampai siswa selesai.tamat dari sekolah tersebut. Adanya seleksi peserta didik, merupakan kegiatan awal MIN Jejeran dalam menentukan jumlah peserta didik yang diterima dan yang tidak diterima dan dalam kegiatan PPDB MIN Jejeran sudah ada quota-quotanya. kemudian setelah PPDB diadakan penempatan atau pengelompoka peserta didik, pengelompokan ini biasanya berdasarkan atas hasil tes yang diberikan kepada peserta didik, maupun pengelompokan berdasrkan kesamaan-kesamaan seperti jenis kelamin dan umur.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Setelah peserta didik diterima, maka ada pembinaan dan pengembangan. Hal ini dilakukan agar peserta didik mendapatkan bermacam-macam pengalaman belajar untuk bekal hidupnya di masa mendatang. Untuk mendapatkan itu, peserta didik harus melakukan bermcam-macam kegiatan, seperti mengikuti kegiatan ekstrakulikuler dan kegiatan lainnya.

Adapun pembinaan yang dilakukan MIN Jejeran adalah, pertama adanya program *tahfidz* dengan target 6 juz selama sekolah di MIN jejran dan *tahsin*, doa sehari-hari, bacaan sholat,

pancasila dan UUD 1945. *Kedua*, ramah lingkungan, cinta sesama, siaga bencana, tanggap IT. *Ketiga*, pembiasaan datang langsung mengaji, tidak menginjak rumput kecuali kondisi tertentu, tidak membawa mainan di sekolah karena datang ke sekolah untuk belajar dan berprestasi, serta meninggalkan ruang kelas kembali bersih, *Keempat,* tamat kelas 6, nilai sepuluh semua. *Kelima,* dapat menorehkan segudang prestasi.

Adapun kemudian, setelah memaparkan seluruh komponen bauran pemasaran pendidikan yang diimplemtasikan di MIN Jejeran. Berikut ini peneliti mencoba meringkasnya dalam bentuk tabel, hal ini bertujuan agar supaya memudahkan pembaca dalam memahami seluk-beluk startegi pemasarn pendidikan yang dilaksanakan di MIN Jejeran.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Tabel 4.9
Implementasi strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran, Bantul Yogyakarta

No	Aspek Bauran Pemasaran Pendidikan	Realitas Implementasi di lapangan
1.	*Product*	Mewujudkan *output* yang memliki *akhlaqul-karimah* yang sesuai dengan visi dan misi MIN Jejeran dengan *input* yang unggul dalam segala aspek.
2.	*Price*	Penerapan strategi subsidi silang dan memberikan keistimewaan lebih terhadap pelanggan jasa pendidikan, yaitu dengan adanya biaya pendidikan yang dapat dijangkau oleh seuma kalangan dengan kualitas jasa pendidikan yang bagus.
3.	*Place*	Ditinjau dari aspek 1. Akses menju lokasimudah untuk diakses, keberadaan lokasi MIN Jejeran sangat strategis, karena berada bangunannya terletak dipinggir jalan utama jalan Imogiri timur. 2. aspek visibiltas, keberadaan lokasi MIN Jejeran

		berada di pinggir jalan raya sehingga sangat mudah untuk dilihat oleh masyarakat umum 3. Lalulintas dikatakan cukup lancar tidak ada kemacetan yang signifikan. 4. Tempat parkir MIN Jejeran masih perlu ada perluasan untuk area parkir, terutama parkir bagi tamu atau orang tua yang menjemput putra-putrinya. 5. Ekspansi, MIN Jejeran sudah punya lahan untuk perluasan bangunan yaitu lahan atau tanah bekas pabrik rokok dan tanah kas desa 6. Persaingan/lembaga kompetitor, ditinjau dari pesaing lembaga, MIN Jejeran cukup dekat lokasinya dengan pesaingnya yaitu lokasinya dekat dengan SD Negeri Jejeran dan SD Muhamadiyah Pandes. 7. Untuk peraturan pemerintah, yaitu MIN Jejeran sudah sesuai dengan yang BSNP yang dianjurkan pemerintah.
4.	*Promotion*	1. Mengadakan *roadshow* ke TK-TK dengan mengadakan kegiatan-kegiatan seperti menggambar, mewarnai dan lain-lain. 2. Adapun media yang digunakan MIN Jejeran adalah menggunakan beberapa media yaitu *web*, banner, spanduk, dan strategi yang paling optimal adalah dengan mengoptimalkan peran orang tua para peserta didik, kegiatan promosi yang terlihat sederhana namun sangat penting adalah kegiatan promosi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*),
5.	*People*	1. Untuk menunjang kualitas sumber daya manusia yang memadai, pihak MIN Jejeran mengadakan sistem perekrutan yang cukup ketat, khususnya dalam memperoleh sumber daya tenaga pendidik.pihak MIN Jejeran selalu menganjurkan staf-stafnya untuk mengikuti kegiatan *workshop* peningkatan kualitas tenaga pendidikan, pengadaan rapat internal antar staf. 2. Adanya perhatian pada peningkatan mutu SDM, MIN Jejeran mengirim Bapak Ibu Guru untuk mengikuti workshop-workshop peningkatan kompetensi. Kemudian juga mengupayakan fasilitas yang diperlukan. Salah satunya adalah SAGUSALA (Satu Guru Satu Laptop).
6.	*Physical evidence*	Ditinjau dari aspek: 1. Bukti fisik penting, di antaranya a. Gednung bangunan tahan gempa b. Ruang kelas luas, bersih, rapi, tenang, nyaman, dan aman. c. Sarana penunjang pembelajaran antara lain :

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

		TV, DVD, LCD, Laptop, Tape, Alat-alat olahraga, KIT IPA, dan buku pegangan guru. d. Peralatan Drum Band yang memadai e. Sarana ibadah berupa Mushalla yang luas dan nyaman f. Ruang IT g. Ruang UKS yang bersih dan sehat. h. Papan Majalah Dinding sebagai media kreasi siswa. i. Perpustakaan yang sangat memadai j. Ruang display karya siswa. 2. Bukti fisik pendukung, berupa laporan raport persemester dan catatan- catatan prestasi yang berhasil ditorehkan sekolah atau peserta didik MIN Jejeran
7.	*Process*	Berupa keseluruhan aktifitas yang dimulai sejak awal penerimaan peserta didik baru sampai siswa selesai/tamat, di antaranya: 1. Seleksi penerimaan peserta didik yang diterima dan tidak diterima, kemudian melakukan penempatan atau pengelompokan peserta didik. 2. Pembinaan dan pengelolaan, diadakannya Pertama program *tahfidz* dengan target 6 juz selama sekolah di MIN jejran dan *tahsin*, doa sehari-hari, bacaan sholat, pancasila dan UUD 1945. Kedua, ramah lingkungan, cinta sesama, siaga bencana, tanggap IT. Ketiga, pembiasaan datang langsung mengaji, tidak menginjak rumput kecuali kondisi tertentu, tidak membawa mainan di sekolah karena datang ke sekolah untuk belajar dan berprestasi, serta meninggalkan ruang kelas kembali bersih, Keempat, tamat kelas 6, nilai sepuluh semua. Kelima, dapat menorehkan segudang prestasi.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran MIN Jejeran

Tidak disangka, sekolah yang dulunya roboh total pada saat terjadi Gempa 27 Mei 2006 di Yogyakarta, kini menjadi Juara Lomba Sekolah Sehat tingkat Nasional dan Juara Lomba Sekolah Adiwiyata tingkat Nasional. Adalah MIN Jejeran, Madrasah Ibtidaiyah Negeri yang berlokasi di Jalan Imogiri Timur Km 7, Jati, Wonokromo, Pleret,

Bantul. Pada saat terjadinya gempa yang meluluh lantakkan bangunan gedung MIN Jejeran, Abdul Haris baru saja 6 bulan bertugas disana sebagai Kepala Sekolah. Setelah gempa, MIN Jejeran benar-benar berada di titik nol. Karena selain bangunan yang hancur, murid-muridpun banyak yang keluar sekolah. Tercatat 40 anak pindah ke sekolah-sekolah di daerah yang dianggap lebih aman dari bahaya gempa.

Adapun untuk saat ini fenomena di atas hanya bisa dijadikan sejaran saja bagi MIN Jejeran, karena berbalik dengan kondisi di atas kini MIN Jejeran Yogyakarta sebagai salah satu madrasah terbaik di daerah Yogyakarta, dapat dikatakan berhasil dalam mendidik peserta didik yang masuk sekolah ini, keberhasilan ini terbukti dari *output* sekolah yang selalu mendapat prestasi-prestasi baik yang bisa dibanggakan, salah satunya yaitu dapat dilihat dari hasil ujian nasional, MIN Jejeran Yogyakarta terbukti meraih peringkat nilai tertinggi UN tingkat kecamatan dengan nilai yang sangat memuaskan, yaitu peringkat ke-1 berturut-turut tingkat kecamatan.

Terlepas dari keberhasilan yang telah diperoleh, bukan berarti MIN Jejeran sebagai sekolah unggulan di Jejeran tidak memiliki catatan-catatan khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran, yaitu keberhasilan pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran tidak lain karena adanya efek dari kepemimpinan kepala sekolah sebelumnya.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Adapun keberhasilan dari pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran salah satu buktinya dapat dilihat dari banyaknya orang tua yang berminat dan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya di MIN Jejeran, banyaknya orang tua yang berminat dan tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya di MIN Jejeran, bukan berati pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran sudah sempurna mengingat masih banyak yang harus dibenahi dan ditingkatkan.

Indikator dapat dikatakan berhasil tidaknya strtegi pemasaran pendidikan yang dilakukan MIN Jejaran dapat dilihat dari terus meningkatnya jumlah orang tua yang menginginkan anaknya masuk atau daftar untuk sekolah di MIN Jejeran, salah satu buktinya yaitu pada penerimaan peserta didik baru tahun ajaran 2013-2014 tercatat 430 pendaftar, dan yang diterima hanya 25% pendaftar yaitu hanya 110 peserta didik yang diterima MIN Jejeran.

Animo masyarakat yang besar untuk memasukan putra-putrinya ke MIN jejeran itu indikasi bahwa promosi MIN Jejeran berhasil, contoh konkrit yang ditemukan peneliti di lapangan bahwa ketika pelaksanaan penelitian, peneliti sering bertemu dengan orang tua yang ingin *inden* untuk memasukan putra-putrinya ke MIN Jejaran. Kondisi tersebut membuat pihak MIN Jejeran untuk memberikan kebijakan atas penolakan untuk menerima calon peserta didik, ini terjadi karena terlalu membludaknya calon peserta didik yang ingin masuk ke MIN Jejeran.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di diuraikan pada pembahasan sebelumnya, maka simpulannya adalah:

1. Strategi yang dilakukan MIN Jejeran dalam rangka mempromosikan lembaga (sekolah) untuk mencapai tujuan pemasarannya adalah melalui penerapan bauran pemasaran jasa pendidikan yang meliputi 7P yaitu: *product*, *price*, *place*, *people*, *physical evidence* dan *process*.

   Dari hasil temuan yang di dapat, maka yang paling lemah dari ketujuh aspek di atas, adalah aspek *people* (sumber daya manusia). Adapun aspek terkuat dari strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran adalah aspek *price* yang terjangkau dan aspek *product* yang ditawarkan yaitu mewujudkan *output* yang memliki *akhlaqul-karimah* dengan *input* yang unggul dalam segala aspek.

2. Adapun hasil yang dicapai dari pelaksanaan starategi pemasaran pendidikan MIN Jejeran Bantul dapat dikatakan berhasil dan terlaksana dengan baik walaupun masih belum sempurna, hal tersebut dapat dilihat dari tinggi dan terus meningkatnya animo masyarakat untuk memasukan putra-putrinya ke MIN Jejeran. Data statistik membuktikan bahwa PPDB tahun ajaran 2013-2014 tercatat 430 pendaftar, padahal yang diterima hanya 25% dari pendaftar yaitu hanya 110 peserta didik.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran antara lain:

1. Kepada sekolah, hendaknya agar selalu mempertahankan kedisiplinan yang telah diterapkan di sekolah, mengingatkan, memberikan semangat kepada guru-guru dan mengikut sertakan guru-guru dalam berbagai kegiatan pendidikan seperti seminar, workshop, penataran dan lain sebagainya supaya para guru lebih berkompeten di bidang masing-masing, karena dengan adanya kedisiplinan maka hal-hal yang telah direncanakan akan dapat dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang tealah ditentukan;
2. Kepada para guru dan siswa, untuk senantiasa melaksanakan dan mematuhi tata tertib sek olah yang telah dibuat, karena tata tertib dibuat bukan untuk dilanggar melainkan untuk ditaati;
3. Kepada segenap pelaku (*marketer*) pendidikan, untuk lebih ditingkatkan lagi kinerjanya sehingga dapat teratasinya problem-problem yang timbul dalam pemasaran pendidikan MIN Jejeran Bantu.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Daftar Pustaka

Agus Hidayat, *Sekolah Sehat* di http://gusppy.blogspot.com/2010/04/sekolah-sehat.html, diakses 08/-6/2013, pukul 12:17 WIB

Ahmad Muthofi'in, 2009. Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang). *Skripsi,* Institut Agama Islam Negeri Walisongo Fakultas Tarbiyah.

Alma, Buchari. 2005. *Pemasaran Strtejik Jasa Pendidikan,* Bandung: Alfabeta.

Ametembun, A.N. 1974, *Management Kelas Penuntun Bagi Para Guru dan Calon Guru,* Bandung, IKIP

Amir, M. Taufiq. 2011. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi,* Jakarta: Rajawali Press.

Amstrong, Michael. 2003, *Strategic Human Resource Management A Guide To Action,* (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer).

Ardiyos. 1996. *Kamus Produksi dan Manajemen,* Jakarta: Citra Harta Prima.

Arikunto, S dan Yuliana, L. 2008. *Mananajemen Pendidikan.* Yogyakarta: Aditya Media

Arikunto. 2005. *Manajemen Penelitian.* Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 1988. *Organisasi dan Administrasi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan.* Jakarta: Departemen Pendid, ikan dan Kebudayaan Ditjen Dikti P2LPTK.

Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Rineka Cipta.

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Penelitian Data Kualitatif.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Elis, Rohayani di http://eulisrohayaniips2.blogspot.com/2012/09/pengertian-sekolah-sehat 3.html, diakses 08/06/2013, pukul 12.05 WIB.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Hairil Anam, 2012 "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Madrasah Ibtidaiyah Al-Hikmah Desa Palasa Kecamatan Talango", *Skripsi,* STAIN Pamekasan.

Handoko, Hani. 2003, *Manajemen Edisi Dua,* Yogyakarta: BPFE.

Hariadi, Bambang. 2003. *Strategi Manajemen,Strategi Memenangkan Perang Bisni,* Malang: Bayumedia Publishing.

Henry Sumurung Octavian, 2005. "*Manajemen Pemasaran Sekolah Sebagai Salah Satu Kunci Keberhasilan Persaingan Sekolah,* No.05/ Th.IV / Desember.

A Hit, Michael, dkk, 2001, *Manajemen Strategis Daya Bersaing dan Globalisasi,* Jakarta: Salemba Empat, *Edisi Pertama,*

Hunger, David dan Thomas, 2003. *Manajemen Strategis,*Yogyakarta: ANDI,

http://bantul.kemenag.go.id/kemenag/daftar-berita-2/118-min-jejeran-sekolah-adiwiyata-sekolah-sehat-tingkat-nasional.html, diakses 08/06/2013, pukul 09:26 WIB

Idrus, Muhammad. 2009, *Metode Penelitian Ilmu Sosial,* Jakarta: Erlangga.

Kharoni, Cahaya. 2012. *Strategi Pemasaran pendidikan (*Studi Komparasi di SD Masjid Syuhada dan MI Sultan Agung Yogyakarta*), Tesis.* UIN Sunan Kalijaga.

Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimnana Meraih Keunggulan Kompetitif,* Jakarta: Erlangga.

Kufman, R. 1972. *Educational System Planing.* Florida State University: Hall, Cliff, N.J.

Mulyana, AZ. 2012. *Reformation Marketing Sekolah (*Cara Cerdas Membersihkan Sekolah*),* Surabya: Bening Pustaka.

Muhammad, Suwarsono. 2008. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus,*Yogyakarta: UPP STIM YKPN, *Edisi ke-4.*

Nanang Fatkhur Rozi, 2007. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus pada Yayasan Pondok Modern Al-Rifai'e Gondanglegi Malang), *Skripsi,* Universitas Malang, Jurusan Manajemen, Malang.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Nawawi, Hadari. 1982, *Administrasi dan Organisasi Bimbingan dan Penyuluhan,* Pontianak: Ghalia Indonesia.

Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran modern,* Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.

Panglaykim, J dan Tanzil, Hazil. 1984, *Manajemen Suatu Pengantar,* Jakarta: Ghalia Indonesia

Patton, Q.M. 2009. *Manajemen Evaluasi Kualitatif.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2009 Tentang Pemberian Bantuan Pengembangan Sekolah Sehat.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 12* (Indonesia: PT Indeks) hlm. 6. jilid 1, alih bahasa Benyamin Bolan.

Saladin, Djaslim. 1991, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* intisari dari Buku William J. Stanton-Michael J-Bruce J. Walker edisi ke-IX th. (Bandung:Mandar Maju, 1994).

Sukarna. 1992. *Dasar-Dasar Manajemen*. Mandar Maju: bandung

Ulfa Saroh, 2008. Manajemen Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Malang (Studi Kasus Di Unmer, Universitas Kanjuruhan dan Unisma). *Tesis.*UIN Maulana Malik Ibrahim. Fakultas pascasarjana,

Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran,* Jogjakarta: Amara Books.

Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan (*Mengapa Sekolah Memerlukan Marketing?*),* Jakarta: Salemba Empat.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Kejuaraan yang pernah diraih oleh Madrasah Ibtidaiyah Negeri Jejeran
Tahun 2007-2013

No	Nama	Jenis Lomba	Hasil Kejuaraan	Tingkat	Tahun
1	Kelompok Dokcil		I	FK UGM	2007
2	Kelompok Dokcil		III	FK UGM	2007
3	Sulalatus Sa'adah	Dokcil	III	FK UGM	2007
4	Estri Mustikawati	Lomba Minat dan Budaya	II	Perpusda Bantul	2007
5	Sulalatus Sa'adah	Cerdas Cermat	Harapan I	Kecamatan	2008
6	Putra CS	Per-Sa-Rom	I	Kwaran Pleret	2008
7	Siswa MIN Jejeran	Drumb Band	II	Kacamatan	2008
8	Siswa MIN Jejeran	Takbir Keliling	III	Desa Wonokromo	2008
9	Muh Mufid Musaddad	Gigi Sehat	III	Kabupaten	2008
10	Kun Ulya Umami	Bid. Studi IPA	III	Kabupaten	2008
11	Siswa MIN Putra	Musik Islami	III	Kabupaten	2008
12	Siswa MIN Putri	Musik Islami	III	Kabupaten	2008
13	Muh Ibnu N	Azan	II	Kabupaten	2008
14	Muh Ibnu N	Quran Hadits	III	Kabupaten	2008
15	Siswa MIN Putra	Seni Suara	III	Kabupaten	2008
16	Siswa MIN Putri	Bulu Tangkis	II	Kabupaten	2008
17	Ahmad Mufti Althof	MHQ	II	Provinsi	2008
18	Maulana Ilyas	MKQ	IV	Provinsi	2008
19	Ismah Nur Mahya	Pidato Bahasa Jawa	III	Provinsi	2008
20	Ahmad Mufti Althof	MTTQ	II	Provinsi	2008
21	Rifka Nur Latifa	Tembang Jawa	III	Provinsi	2008
22	Abdul Halim	MTQ	II	Provinsi	2008
23	Doni Rizaldi Isnanto	Bulu Tangkis	IV	Provinsi	2008
24	Abdul Rouf	Tembang Jawa	II	Provinsi	2008
25	Siti Asfiyatun	Bahasa Arab	II	Kabupaten	2008
26	Maikhatul Karimah	Bahasa Indonesia	II	Kabupaten	2008
27	Rohana	Pidato Bahasa Indonesia	III	Kabupaten	2008
28	Aisyah	Pidato Bahasa Arab	II	Kabupaten	2008
29	Ismah Nur Mahya	Pidato Bahasa Jawa	II	Provinsi	2008
30	Ahmad Mufti Althof	Tartil	I	Kabupaten	2008
31	Najmussaqib	Hifdzil	I	Kabupaten	2008
32	Maulana Ilyas	Kaligrafi	I	Kabupaten	2008
33	Abdul Rouf	Tembang Jawa	I	Kabupaten	2008
34	Rifka Nur Latifa	Tembang Jawa	I	Kabupaten	2008
35	Ilmi Mubarok	Tenis Meja	I	Kabupaten	2008
36	Abdul Halim	MTQ	I	Kabupaten	2008
37	Diandari Siti Nur	Catur	III	Kabupaten	2008
38	Sulalatus Sa'adah	MTK	I	Kecamatan	2008

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

39	Porseni MI se Kabupaten Bantul	Juara Umum	Kabupaten	2008	
40	Ana Choirunnisa	Menyanyi Tunggal	I	Kecamatan	2008
41	Doni Rizaldi Isnanto	Bulu Tangkis	I	Kabupaten	2008
42	Nidaul Mufidah	Lomba Melukis	II	Kecamatan	2008
43	Mustofa Agung	Lomba Gigi	III	Kecamatan	2008
44	Pelaksanaan Program "Fresh"	I	Kabupaten	2008	
45	Pelaksanaan Program "Fresh"	Juara Umum	Kabupaten	2008	
46	Hartini, S.Pd.I	Pembuatan Alat peraga	I	Muslimat Kab Bantul	2008
47	Festifal Anak Merdeka		II	Plan Indonesia	2008
48	Muh Althof	Khifdil Quran	III	LPTQ Kab Bantul	2009
49	LSS TK KAB		I	Kabupaten	2008
50	LSS TK Provinsi DIY		I	Provinsi	2008
51	Sulalatus Sa'adah	Olimpiade Matematika	II	Kecamatan	2008
52	Anna Choirunnisa	Menyanyi tunggal putri	II	Kecamatan	2008
53	Misbahul Ulum	Puisi	III	Kecamatan	2008
54	M.Sabiq Abdul K	Kerajinan Tangan	I	Kecamatan	2008
55	Ferri Riyan Pratama	Menyanyi tunggal putra	III	Kecamatan	2008
56	Nidaul Mufidah	Lomba Menggambar	I	Kecamatan	2008
57	Siti Aminah	Kerajinan Tangan	I	Kecamatan	2009
58	Aisyah	Menyanyi Tunggal Putri	II	Kecamatan	2009
59	Putri Afifah	Tae Kwon Do	II	Provinsi	2009
60	M.Izzudin Rahmad	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2009
61	M.Yuzuf Murtadlo	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2009
62	Tamara Ayu Fadilla	Tae Kwon Do	II	Provinsi	2009
63	M. Nuruzzaman	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2009
64	Wibowo aji	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2009
65	Ahmad Rosyid	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2009
66	Lomba Sekolah Berwawasan Lingkungan	I	Kabupaten	2009	
67	Lomba Sekolah Sehat Tingkat Pusat	IV	Nasional	2009	
68	Lomba Sekolah Berwawasan Lingkungan	I	Provinsi	2009	
69	Pasukan Drumb Band	III	Kecamatan	2009	

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

	MIN Jejeran				
70	Farah, Diandari, Aisyah	Cerdas Cermat Agama	II	Kabupaten	2009
71	Aisyah	Pildacil	II	Kabupaten	2009
72	Aisyah	Hafalan Juz 'Amma	I	Kabupaten	2009
73	Nidaul Mufidah	Menggambar	I	Kabupaten	2009
74	Wibowo aji	Tae Kwon Do	II	Provinsi	2010
75	M. Luthfi Azar	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2010
76	M.Faris	Tae Kwon Do	I	Provinsi	2010
77	Wahyu Aji	Tae Kwon Do	III	Provinsi	2010
78	Ahmad Rosyid	Tae Kwon Do	II	Provinsi	2010
	Adiwiyata Nasional			Propinsi	2011
79	Adiwiyata Nasional			Nasional	2011
80	Bulu Tangkis Ganda		I	Kabupaten	2011
81	Mengarang dan Membaca Puisi		I	Kecamatan	2011
82	Menyanyi Tunggal		I	Kecamatan	2011
83	Olimpiade		I	Kecamatan	2011
84	Mencipta dan Membaca Puisi		I	Kabupaten	2011
85	Lomba CCA		II	Kecamatan	2011
86	Lomba Cerdas Cermat Pramuka		II	Kecamatan	2011
87	Lomba Pidato		II	Kecamatan	2011
88	Lomba Adzan		III	Propinsi	2011
89	Lomba Renang		I	Kecamatan	2012
90	Menulis Cerpen dan Puisi		I	Kabupaten	2012
91	Menulis Cerpen		II	Kabupaten	2012
92	Menulis Cerpen		I	Kecamatan	2013
93	Desain Batik		I	Kecamatan	2013
93	Lomba Pantonim		II	Kecamatan	2013
94	Lomba Mengayam		II	Kecamatan	2013
95	Lomba Membaca Syair		III	Kecamatan	2013
96	Lomba Mendongeng		III	Kecamatan	2013
97	Lomba Melukis		III	Kecamatan	2013
98	Lomba Menulis Puisi dan Baca		III	Kecamatan	2013
99	Lomba Seni Daerah		III	Propinsi	2013[1]

[1] Sumber Buku Komite MIN Jejeran T.A 2013-2014.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Wawancara dengan:

Bapak Agus	: Humas MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta
Tanggal	: 06 November 2013
Waktu	: 10.12 WIB.
Tempat	: Ruang UKS MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta

1. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan Islam di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "kalo saat ini peran kepala sekolah kita kan baru, terus program-program yang kaitannya dengan strategi pemasaran ada sebelum kepemimipinan Bapak Musadad, komite mengadakan program *idad,* itu usulannya dari kepala madrasah tapi yang menjalankan adalah komite. Program itu adalah strategi pemasaran sebelum anak masuk kelas 1, jadi 3 bulan sebelum kegiatan PPDB, jadi kegiatan *idad* itu tujuannya untuk sosialisasi dengan temannya, sehingga nanti setelah masuk di kelas 1, jadi masih melanjutkan, maka si anak benar-benar siap, itu di antaranya" untuk strategi yang akan datang itu ada yang namanya *roadshow* ke sekolah-sekolah TK, lembaga pengajian yang ada di masyarakat kita, ataupun mengadakan *event- event* yang tujuannya untuk promosi, ada juga misalnya dengan mengadakan program-program baru disamping untuk mmeningkatkan kualitas mutu pendidikan yang ada di MIN juga, itu secara tidak langsung untuk strategi pemasaran yang bagus juga, ada program unggulan t*ahfidz* dan *tahsin* juga yang lingkupnya masuk di program RMU juga, di samping itun juga kita mau menyelenggarakan namanya penjaringan minat siswa, supaya PPDB itu maju, jadi sebelum kita melakukan PPDB Juni, kita melaksanakannya karena kita diberi kewenangan oleh Kanwil bulan Desember sudah melakukan PPDB insAllah kita sudah melaksanakannya, untuk November-Desember itu kita memnfaatkan untuk *roadshow*. oh jadi perannya kepala sekolah sekrang ini sangat bagus, dan masih melanjutkan program-program yang sudah ada ketika kepemimpinan pak haris dilanjutkan dengan adnya program tahfidz, tahsin, *roadshow"*

2. Bagaimana pengorganisasian yang dilakukan dan siapa saja yang berperan dalam strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "kalo kemaren kita kan lingkupnya , eh..apa itu dalamb tim PPDB itu kerjasama dengan komite, pelaksanaan PPDB dilaksanakan, Tim dari komite ini bekerja dulu lewat *idad* itu, penjaringannya lewat *Idad* (kelas persiapan), masuk itu 1 mingggu tiga kali itu. Tahun kemaren kita promosinya tidak melalui brosur, nyebar leplet. Timnya sudah terbentuk, tim ini-ini"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3. Apakah ada tim khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul, siapa saja yang terlibat?

   Jawab:

   "ya., harus ada tim khusus dibentuk"

4. Bagaimana bentuk/strategi pemasaran yang dilakukan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   a. Produk

   1) Bagaimana MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam melakukan segmentasi pasar, targeting, positioning dan diferensiasi produk?

      Jawab:

      "kita menjaring dulu, kalo di MIN jejeran itu, kalo produk yang pertama yaitu sebelum ditawarkan produk. Yang jelas kalo untuk target itu ada empat bagian, yang pertama jelas dari kualitas siswa yang masuk dan itu tidak memandang daerah sekitar, itu 60 % boleh dari mana-pun berhak dari manapun, 20% dari TK kita, 10% dari sosial itu katakanlah ada mungkin warga sekitar yang tidak mampu, atau pejabat sekitar seperti lurah dan pak dukuh, dan 10% dari pejabat-pejabat seperti Kemeneg, Kanwil, jadi nanti biasanya kendala ada dari sosial ini karena mungkin kadang lingkup tidak sesuai dengan yang kita harapkan, tetapi yang penting kita bener-bener memantapkannya, sebenarnya ketika penjaringan kan tidak boleh ada tes baca tulis hitung, al-qur'an seperti surat-surat pendek seperti ad-duha, tapi kan kenyataannya tetap ada. Tetapi yang terpenting adalah kemandiriannya itu yang pertama, yang kedua penjaringannya lewat orang tua juga, ketika penjaringan orang tua juga ada kelas khusus juga, jadi orang tua disendirikan, di situ dikasih angket yang di dalamnya ada kaitan dengan program-program yang ada di MIN Jejeran, seperti apakah sanggup mengikuti paguyuban selama 1 bulan sekali, apakah ada sanggup mengikuti Patembayan MIN Jejeran.
      Adapun target lulusan produk yang ditawarkan dari MIN Jejeran itu adalah lulus dengan hafalan 5 juz, akademisnya kelas 6 itu nilainya 10 semua, terus peringkat UN impian kita peringkat 1 sekabupaten, di sini juga anak-anak harus memiliki target untuk mempunyai prestasi-prestasinya di luar akademis"

   2) Apakah kurikulum yang ada di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan siswa?

      Jawab:

      "kurikulumnya memang kita mengacu pada KTSP, tetapi kita diamanahi Adiwiyata, sekolah sehat, siaga bencana, maka tidak mau tidak mau kita harus menyampaiakn ke siswa adanya integrasi materi tidak mesti sesuai dengan KTSP, jadi perlu ada inovasi dalam penyampaian materi"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki reputasi yang baik?

Jawab:

"Belum cukup, tapi kalo punya reputasi baik sudah, mungkin kalo sekolah lain memandang MIN Jejeran itu mungkin reputasinya sudah bagus, tetapi menurut kami ini kita harus terus berbenah, harus melakukan hal yang lebih dari apa yang kita dapatkan"

b. Price

1) Apakah biaya SPP (pendidikan) Biaya SPP mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

Jawab:

"gak ada SPP"

2) Apakah biaya lain seperti ujian mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

Jawab:

"kita adanya itu namanya dari KOMITE, itu namanya infak komite dibayar perbulan, sifatnya sukarelawan dan strateginya adalah subsidi silang yang sudah ada pos-posnya, misalnya subsidi bagi yang tidak mampu/anak yatim piatu, subsidi untuk adiwiyata, dana untuk sekolah sehat. jadi ketika siswa baru, orang tua siswa bawa buku infaq komite, di situ ada pom. ketersediaan untuk mengisi, pengelolaanya nanti juga dikembalikna kepada orang tua, misalkan setiap kelas ada paguyuban, jadi setiap paguyuban ada khas sendiri"

3) Apakah sekolah melakukan riset dalam meningkatkan efektivitas perolehan dana untuk kebutuhan sekolah?

Jawab:

"yah., itu sebelum kita mendapatkan predikat sekolah sehat nasional, kita datang dan meneliti ke sekolah yangg sudah mendapatkan predikat itu seperti kita datang ke sekolah SD Kanisius, jadi sebelum kta mendapatkan itu, kita cari-cari terus. Ada, jadi sistem komite itu, ketika masuk ada edaran agniya juga di situ tertera nomina dari 250 ribu, 2 juta, dan ada kotak kosong yang bisa diisi oleh setiap orang tua"

4) Apa strategi yang dilakukan sekolah dalam menentukan biaya/harga dalam pelasanaan jasa pendidikan?

Jawab:

"subsidi silang"

c. Place

1) Apakah akses ke sekolah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta mudah dan lancar?

Jawab:

"iya"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2) Apakah gedung/bangunan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dapat dilihat dengan jelas?

   Jawab:

   "iya"

3) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta banyak dapat diakses orang-orang?

   "iya"

4) Apakah lingkungan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kondusif untuk dijadikan sebagai tempat belajar?

   Jawab:

   "iya"

5) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki lahan untuk perluasan sekolah?

   Jawab:

   "ini baru dalam proses, ada lahan di seberang jalan dan selatan jalan"

6) Bagaimana upaya di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam menghadapi persaingan dunia lembaga pendidikan saat ini?

   jawab:

   "kalo dalam bidang akademik, kita yang jelas, TIM UN'nya itu harus memberikan motivasi dalam belajar, harus mempunyai mimpi harus-dan harus menjadi peringkat kesatu lagi, jadi mulai dari sekarang siswa sudah disuruh baca, dan baca, kita mengadakan parenting dari Bapak-Ibu Guru, tim parenting dari Jakarta, mengadakan tim matematika, ada ESQ juga untuk anak-anak"

7) Apa startegi yang dilakukan MIN Jejeran Bantul dalam penentuan tempat untuk jasa pendidikan agar berhasil dalam pemasaran jasa pendidikannya?

   Jawab:

   "yah.. salah satunya pengelolaan kelas, kalo dikelas kita menerapkan pendekatan ke anak itu pendekatan personal sehingga timbul suasana yang menyenangkan, seperti di kelas kita sering ada yel-yel untuk menyemangati, ada cerita-cerita motivasi, biasanya bidang kelas itu tempat duduk itu mereka berubah-berubah, kita juga menggunakan media pembelajran dengan LCD, ada juga pembelajaran di luar kelas juga, pokoknya pinter-pinter guru juga, sehingga nanti ketika mereka pulang yang diceritakan itu guru-gurunya"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

d. *Promotion*

1) Apa tujuan promosi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MIN Jejeran Bantul?

jawab:

"yang jelas yang pertama adalah *input* yang berkualitas, kita persiapkan 4 tahun terakhir ini kita persiapkan *input*"

2) Berapa anggaran yang dikeluarkan sekolah dalam rangka promosi sekolah kepada masyarakat?

Jawab:

"itu masuknya anggaran siswa, untuk anggarannya tidak begitu banyak, sekitar 10 juta, karena kan kita telalu banyak keluar anggaran dalam PPDB, soalnya mereka sudah datang sendiri dengan seleksi alam tanpa dipromosikan"

3) Apa sarana/media yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam memasarkan lembaganya?

Jawab:

"lewat *web*, *roadshow* ke TK-TK, kalo dulu ad namanya kegiatan PANSOB, jadi kita undang TK-TK sekitar dan kita mengadakan berbagai macam-macam perlombaan seperti menggambar, mewarnai, pokoknya bermacam-macam. tapi untuk dua tahun terakhir ini tidak dilaksanakan kegitan PANSOB itu."

e. *People*

1) Apakah guru di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta meruapakan guru yang berkualitas dan ramah?

Jawab:

"itu sudah jelas, kita harus paham anak. Guru yang datang ke sini meskipun PNS harus tetep paham anak, dan juga guru yang masuk kesini ada tes komputer, al-qur'an, bahasa Inggris (tidak bisa seenaknya), kalo itu tidak memenuhi yah kita kembalikan, yang utama di sini harus ramah anak dan siap-siaga ketika menghadapi anak dan apa sih yang jenengan berikan untuk anak. Untuk sementara guru-guru yang ada di sini sudah berkualitas, dan diharapkan keramahannya juga terus"

2) Apakah tenaga administrator di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta merupakan tenaga yang ramah dan handal?

Jawab:

"iya"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

3) Apakah peserta didik MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki kesadaran terhadap kewarganegaraannya?

jawab:

"iya, kerena kita selalu suka memberikan bekal, kemudian komite memfasilitasi dengan wadah. paguyuban alumni untuk mendemo-demokan almamaternya"

4) Apa satrategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam meningkatkan SDM sekolah supaya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan jasa pendidikan?

Jawab:

"strateginya yaitu ada silaturahim ke rumah guru-guru, misalkan setiap minggu datang ke rumah guru oh ternyata benar guru ini ramah, terus ada juga pengiriman guru-guru ke pelatihan meskipun misalnya tidak di bayar karena itu strategi yang menyeluruh"

f. *Physical Evidence*

1) Apakah *Physical Evidence* yang dimiliki MIN Jejeran sudah modern dan memenuhi kebutuhan sekolah?

jawab:

"untuk tingkatan MI kita bener-bener sudah sangat tercukupi, dan alat sudah modern, karena kalo misalkan kita lihat yang lain bener-bener jauh dari cukup, kita sudah ada lcd, kamera, kita butuh ruang UKS, yang lain belum tentu memiliki kayak kita untuk fasilitas dan penunjang pembelajrannya, intinya kita sudah bener-bener cukup

2) Apakah bangunan/gedung sekolah kuat dan dalam keadaan yang baik dan menyenangkan secara estetika bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"insAllah sudah, karena setelah gempa itu, terus kita mengadakan kerja sama dengan plan Internasional, terus kita memplopori adanya penelitian bangunan, dilihat apakah bangunan ini layak, seperti oh seharusnya besi dan beton itu ukurannya seperti ini., membuat bangunan. kita juga punya predikat bahwa bangunan ini adalah bangunan tahan gempa"

3) Apakah ruang kelas cukup memadai dan peralatan yang tepat untuk efektivitas belajar?

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

jawab:

"sudah"

4) Apakah fasilitas pendidikan memiliki ukuran yang memadai dan menarik bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"sudah"

5) Apa strategi yang digunakan dalam pemenuhan bukti fisik sekolah agar dapat memberikan pelayanan jasa pendidikan yang memuaskan dan menarik para pelanggan jasa pendidikan untuk menyekolahkan anaknya di lembaga ini?

Jawab:

"biasanya dalam PPDB, kita gunakan sebagai marketing juga, ibu-ibu MIN jejeran sudah punya prestasi di sini-sini, kemudian siswanya juga sudah punya prestasi di mana-mana juga, jadi strateginya pendekatan kepada orang tua"

e. *Process*

1) Apakah sekolah memiliki peraturan sekolah yang tegas dan jelas?

Jawab:

"sudah, biasanya kita upgrade dan kita sampaikan kepada orang tua siswa, misalnya anda tidak sesuai dengan pertauran kami, silahkan untuk menyekolahkan putra anda di tempat lain"

2) Bagaimana proses evaluasi yang dilakukan kepala sekolah terkait pelasanaan streategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"proses evaluasi kepala sekolah, setiap minggu kita suka ada evaluasi di arapat koordinasi"

5. Bagaimana proses pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"secara apa, sampai tahun ini, pemasaran yang kita lakukan efektif selalu ada terobosan-terobosan dalam pemasaran, awalnya lewat PANSOB PPDB dari tahun ke tahun luar biasa peningkatan peminatnya, dulu kan kalo tidak diterima di sekolah lain, ya buangannya itu adalah MIN Jejeran,. Tapi untuk saat ini peminatnya luar biasa sampai kita mencoba menerapakndari strategi, bagaimana kalo kita menerapkan pengambilan nomor di mulai tengah malam, ternyata sntusias dan perhatian orang tua untk pengambilan nomor pendaftaran sangat antusias sampai rebutan"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

6. Faktor apa yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "faktor penghambatnya ketika PPDB, ketika nyeleksi anak itu ada secara inpt, sosial, atau pejabat terkait, tapi ada beberapa anak yang ternyata dari IQ itu kurang, maka di kelas mau tidak mau guru di kelas harus dapat mengajar dengan ekstra, terus juga ada faktor dari orang tua, biasanya kita mengadakan program. Biaslah kontra itu, misalnya orang tua sudah mengarahkan anak saya dengan si ini, itu, padahal kita sudah mengarahkan ketika anak masuk sini harus bisa mandiri"

7. Faktor apa yang menjadi pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "adanya faktor kepemimpinan kepala sekolah yang dulu, semangat dan motivasinya yang tinggi, kemudian faktor orang tua/ wali murid yang memiliki profesi strategis sehingga bisa menginfokan informasi MIN Jejeran, kemudian kita libatkan untuk pemasar secara langsung *(dor to dor),*adanya keahlian khusus yang dimiliki para guru, kemudian sekolah mengadakan *event-event* suapaya mejadikan tertarik untuk memasukan anaknya ke MIN Jejeran, kemudaian adanya prestasi-prestasi yang miliki oleh siswa"

8. Bagaimanakah hasil yang dicapai dari stategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "secara apa, sampai tahun ini, pemasaran yang kita lakukan efektif selalu ada terobosan-terobosan dalam pemasaran, awalnya lewat PANSOB PPDB dari tahun ke tahun luar biasa peningkatan peminatnya, dulu kan kalo tidak diterima di sekolah lain, ya buangannya itu adalah MIN Jejeran,. Tapi untuk saat ini peminatnya luar biasa sampai kita mencoba menerapakndari strategi, bagaimana kalo kita menerapkan pengambilan nomor di mulai tengah malam, ternyata sntusias dan perhatian orang tua untk pengambilan nomor pendaftaran sangat antusias sampai rebutan"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Wawancara dengan:

Bapak Didi : Humas MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta
Tanggal : 06 November 2013
Waktu : 08.48 WIB.
Tempat : Ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta

9. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan Islam di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "justru pengembang utamanya adalah kepal madrasah, apalagi sekarang MIN Jejeran dijadikan RMU" Pemimpin kepala sekolah sangat penting, nanti kepala sekolah RMU akan berbeda dengan sekolah yang bukan RMU, misalkan di sekolah lain kepala sekolah 2x jabatan periode, tapi kalo di RMU apabila bagus kepala sekolahnya akan menjadi rujukan untuk sekolah lain, sebaliknya apabila kurang bagus akan langsung ada pergantian kepala sekolah, akrena istilahnya kepala sekolah adalh nahkodanya sedangkan yang lain adalah pembantunya"

10. Bagaimana perencanaan yang dilakukan dan siapa saja yang berperan dalam strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "jadi, kalo dari awal kita ada sosialisasi dari kanwil. Itu juga langsung diarahkan dari sana siapa saja yang berperan sebagai kehumasan, karena yang berungsi untuk mempromosikan adalah humas dan kepala sekolah. beberapa kali kita mengadakan meeting dengan Kanwil, ternyata se-DIY ada 6n (2 MI, 2 MTS, 2 MA), ternyata perubahan dari madrasah biasa menjadi unggul adalah membutuhkan perubahan yang unggul juga, setelah ada sosialisasi, kemudian kita ada worksop RMU, di sana bener-bener di sosialisasikan. harapan dari kanwil itu seperti apa, kaitannya dengan perubanah dari sekolah biasa menjadi unggulan. Semua termasuk pada pemeran pemasaran"

11. Apakah ada tim khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul, siapa saja yang terlibat?

    Jawab:

    " iya ada, kepala sekolah nahkodanya, yang lain awak kapalnya, tepatnya pelaksana adalah bagian kehumasan"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

g. Produk

4) Bagaimana MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam melakukan segmentasi pasar, targeting, positioning dan diferensiasi produk?

Jawab:

"ada mba, jadi kita harus memberikan jaminan kaitannya dengan kualitas, kalo dulu kita ketika adiwiyata, sekolah sehat, jadi siswa memiliki kepekaan dengan penyelamatan lingkungan, siswa harus sehat secara mandiri, kemudian sebelum RMU, ada juga sekolah siaga bencana, yang juranya no 3 se-ASIA. itu pemberian sertifikatnya di Bangkok, jadi siaga bencana sangar erat kaitannya dengan tempatnya misalnya kontek Bantul yang rawan bencana (gempa), ternyata secara historis bukan hanya gempa kemarin, jadi kaitannya dengan sekolah siaga bencana ada ko materi-materinya tetapi belum menjadi materi yang monolitik karena masih banyak materi-materi lain, hanya saja kita integrasikan pada materi-materi di setiap pembelajaran.
Adapun program unggulannya adalah tahfidz dan tahsin, meskipun ada program-program lain seperti drum band, tekondo, yang paling disoroti adalah target madrasah dengan perolehan UN secra umumnya, kemudian ciri khususnya yaitu di tahfidznya, jadi ketika siswa yang sekarang kelas 1 ketika lulus dari MIN Jejeran sudah hafal 6 Juz, jadi mba ketika kita penerimaan siswa baru, setiap tahun kita selalu tingkatkan, contohnya dulu yang masuk di sini cukup bisa menbaca, tapi perlahan tiap tahun kita targetkan sampai terakhir ini apabila sekolah yang dari TK'nya belum lancar membaca al-quran, ya mhon maap tidak bisa diterima"

5) Apakah kurikulum yang ada di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan siswa?

jawab:

"sebenarnya itu kompleks sih mba, jadi misalnua begini untuk adiwiyata kerjasamanya dengan BLH. Sementara program mereka adalah mengadiwiyatakan semua sekolah secara nasional, tapi belum tau kapan terwujudnya. Kenapa? jadi begini, kalo soal butuh atau tidak? mungkin kalo untuk tingkat dasar/madrasah, mereka tidak akan berfikir ke sana, terus kita yang mengarahkan termasuk di dalamnya kita atau globalnya pemerintah, seperti sering disebut Indonesia adalah paru-paru dunia tapi belakangan ini kerusakan lingkungan sangat parah buang sampah sembarangan. Saya kira siswa yang masih dasar mereka belum berfikir ke sana tapi kita yang mengarahkan. pertanyaannya kenapa sekolah? karena berawal dari sekolah, kita tidak mungkin langsung terjun kepada masyarakat, kayaknya kurang efektif, kalo dimulai dari sekolah dasar. harapannya mereka ketika lulus dari madrasah/ sekolah adiwiyata memiliki wawasan lingkungan bagaimana hidup sehat, lebih cinta lingkungan, mereka bahkan ketika di Bnatul, mereka tau bagaimana menjadi orang yang siaga bencana",

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

5) Apakah sekolah melakukan riset dalam meningkatkan efektivitas perolehan dana untuk kebutuhan sekolah?

Jawab:

"begini mba, kalo yang dulu-dulu saya belum dapat informasi. tetapi selama disini saya juga belum tau, kalo guru-guru di sini melakukan penelitian, kalo penelitian itu, kita sedang penelitian tapi bukan seperti yang mba maksudkan, tapi ini kaitannya dengan sekolah adiwiyata, misalnya MIN Jejeran harus berhasil dalam penelitian yang berkaitan dengan adiwiyata yang diajukan pada BLH"

6) Apa strategi yang dilakukan sekolah dalam menentukan biaya/harga dalam pelasanaan jasa pendidikan?

jawab:

"untuk pendanaan jadi kita tidak mandiri, ketika MIN Jejeran dipromosikan ke sekolah Adiwiyata Nasioanal, jadi ini merupakan dana dari bantuan, tapi untuk RMU itu sendiri, kita ada dana infak. Muaranya bagaimana kita mencatak siswa yang unggul, kita sosialisasikan kepada orang tua, maka apabila Bapak/Ibu menyekolahkan anaknya di sekolah adiwiyata, sekolah sehat, maka kami butuh dana, nah ini cara untuk strategi penarikan dana untuk sekolah"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Wawancara dengan:

Bapak Parid : Humas MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta
Tanggal : 06 November 2013
Waktu : 08.48 WIB.
Tempat : Ruang *Microteaching* MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta

12. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan Islam di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "Kepala sekolah yang sekarng, ya sebenarnya kita masih melanjutkan kebijakan-kebijakan kepala sekolah yang kemarin, tetapi ya ada beberapa perubahan terkait dengan Rintisan madrasah unggul.Fokusnya yang sekarang itu adalah output, khususnya yanh kelas 5, targetnya sih nomotr 1ditingkat kabupaten dan propinsi"
    Yang kedua kita selalu melibatkan media baik KR, internet, Kemeneg kita manfaatkan untuk merilis kegitan yang ada di sini. itu pelaksanaan kegitan promosi kita, terus kita juga bentuk tim khusus, dan kita bentik promosinya"

13. Apakah ada tim khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul, siapa saja yang terlibat?

    Jawab:

    "ya., harus ada tim khusus, ini ada dari guru, komite ini kaitannya dengan pencitraan madrasah, karena kaitannya ini akan jadi proyek Kemeneg"

14. Bagaimana bentuk/strategi pemasaran yang dilakukan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    h. Produk

    6) Bagaimana MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam melakukan segmentasi pasar, targeting, positioning dan diferensiasi produk?

    Jawab:

    "ya sebenarnya kita pengen *inputnya* itu bagus, karena mau tidak mau, karena kita sudah diamanahkan RMU, ya..berarti harus unggul semuanya, baik input atau output, baik proses, prosesnya harus unggul, sarana-prasarana harusunggul. logikanya gini., anak-anak yang memeng menurut kami ketika memang diawal PPDB itu, ia sudah siap di MIN Jejeran nah itu yang kita terima (targetnya seperti itu), kemudian kita juga tidak menutup mata, targetnya adalah masyarakat sekitar karena memang pendukung MIN jejeran itu adalah masyarakat sekitar bukan yang jauh-jauh. Masyarakat sekitar juga ada presentasi yang kita buat, sehingga masyarakat sekitar itu tetep ada dan kita prioritaskan kemudian yang memang melalui penjajakan minat ke MIN jejeran, dan yang 20% adalah untuk dari kalangan sosial, memang masyarakat sosial itu sangat besar dukungannya kepada kita, misalnya

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

sekolah mengadakan lomba, tanpa dukungan masyarakat sekitar tidak bisa kan radius lomba itu adalah 500 meter dari sekolah memang harus tau program apa yang sedang diadakan oleh sekolah. Ini pentingnya kenapa harus diketahui, karen auntuk partisipasi"

7) Apakah kurikulum yang ada di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan siswa?

jawab:

"Kurikulum yang sedang berjalan adalah sudah sesuai dengan visi, nah visi kita sudah kita tetapkan sehingga apa yang kita tawarkan kepada orang tua, maka visinya tujuan dan kurikulum yang dicapainya nya sudah jelas. Kurikulum yang kita gunakan adalah kurikulum untuk mencapai visi, misi, adapun itu kurikulum itu berbeda dengan sekolah lain, yah.. jelas memang harus berbeda, itu tujuan utamanya untuk mencapai target. Adapun sekolah tidak punya terget, ya salahnya sekolah kenapa visinya dibuat"

8) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki reputasi yang baik?

Jawab:

"ya harus terus selalu ditingkatkan, karena perkembangan selalu menuntut kita untuk lebih kreatif lagi mengukir prestasi pa yang kita lakukan, mungkin kalo kemarin tilawatil quran menjadi trend, sekarang mungkin harus ditingkatkan lagi mungkin nambah apa"

9) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki kegiatan ekstrakulikuler yang dapat diakui?

Jawab:

"menurut saya semuanya unggul, kemudian target kita setelah RMU ini fokusnya lebih ke tahfidz, memanga ada program tahfidz dan tahsin. tahfidznya aitu yang akan kita jadikan trend untuk mengangkat MIN Jejeran"

10) Apa strategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kaitannya dengan produk?

jawab:

"ini sebenarnya panjang, RMU inikan sebenarnya baru, tapi kita sudah melakukan mungkin apa yang dimau RMU, kita di upgade pengetahuan kita, bagaimana model pendidikan Pakem, orang tua juga diberi pelatihan-pelatihan, jadi orang tua sudah menemukan kesadarannya bagaimana ia seharusnya ketika menyekolahkan anaknya sehingga kita menggandeng semua elemen, orang tua, industri, dunia usaha, perangkat-perangkat desa pokoknya berbagai lembaga kita jalin komunikasi kita jadikan mereka sumber pembelajaran bagi anak, kita kaitkan semuanya kita pengen mengkaitkan dengan dunia yang senyatanya, khususnya Pakem, kadnag kita melakukan pemeblajaran di sawah, pabrik, pasar, kelurahan, kerajinan atau bahkan membuat batu

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

bata, di depan sekolah ini menghitung volume kendaraan, itu kita lakukan agar siswa mendapatkan pengalaman seperti yang seharusnya apa yang mereka dapat. kemudia orang tua kita ajak untuk berpartisipasi, mereka di sini menitipkan anaknya bukan barang, tapi menitipkan orang, sehingga kerja sama dari orang tua baik pikiran, tenaga, materi, sangat kita harapkan mereka juga OK, meskipun juga ada yang tidak begitu antusias untuk hal tersebut"

i. Price

7) Apakah biaya SPP (pendidikan) Biaya SPP mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

Jawab:

"tidak, tapi jadi begini, kalo sekolah tidak, tapi itu pengelolaannya oleh komite, yang disebut dana infak"

8) Apakah sekolah melakukan riset dalam meningkatkan efektivitas perolehan dana untuk kebutuhan sekolah?

Jawab:

"ada"

9) Apa strategi yang dilakukan sekolah dalam menentukan biaya/harga dalam pelasanaan jasa pendidikan?

Jawab:

"promosi itu kan kita lakukan dengan beberapa kegiatan, jadi prinsipnya kita memanfaatkan segala yang ada untuk melejitkan promosi, kemudian dana yang datang dari orang tua dalam hal ini yang dikelola oleh komite itu kami tidak, kemudian kalo dari Pemerintah itu lebih fokusnya untuk kegiatan siswa dan pengembangan, Adapun kegiatan lain seperti mujahadah itu dananya dari orang tua, kemudian kalo dulu ada Pansob itu memang dananya dari sekolah ada, dananya diambil dari komite, kemudian dari sponsor seperti dari KR, kita gandeng untuk promosi itu seperti pesantren, sehingga memang dananya sangat besar tetepi kita tidak keluar dana besar karena dapat menggandeng beberapa sponsor"

j. Place

8) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki lahan untuk perluasan sekolah?

Jawab:

"iya, perencanaannya kan yang sebelah selatan ini yang masih sawah ini kita mau beli tapi masih ada nego dengan pemerintah, tapi kalo urusannya dengan Adiwiyata, itu kan sebenarnya kan begini sekolah yang berwawasan penyelamatan lingkungan hidup bukan atau tidak harus menyediakan tempat yang luas untuk menjadi sekolah Adiwiyata, yang jelas pembelajaran di sekolah itu mengarahkan untuk penyelamatan lingkungan, ntuk Adiwiyata itu tidak menembah materi,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

adiwiyata itu tidak menambah biaya, adiwiyata itu hanya memanfaatkan dan mengoptimalkan standar kompetensi dan komptensi dasar/pembelajaran agar itu dicapai dengan cara pembelajaran yang berwawasan lingkungan hidup prinsipnya seperti itu, yang paling bagus itu adalah yang integratif/jadi satu dengan mata pelajaran. Ada sekolah-sekolah tertentu yang memang itu monolitik jadi dia punya kurikulum khusus untuk sekolah adiwiyata. tapi ternyata akhir-akhir ini ada informasi memang yang paling bagus adalah yang integratif. Pada prinsipnya orang belajar/sekolah sampe kemanapun tujuannya adalah untuk mengelola lingkungan. Itu prinsipnya yang menjadi tujuan adiwiyata. Jadi tidak harus luas, hijau, ada hutan, tidak.. itu memang bagus terus akalo punya hutan binaan, daerah lahan praktek itu bagus sekali karena itu bisa menjadi wawasan baru bagi anak-anak. ketika orang tua mereka bukan petani, ketika orang tua mereka tidak sempat ngajari anaknya bertani atau anaknya tidak mau bertani, ketika diajarkan di sekolah mereka wajib belajar. Ini nanti yang diharapkan program Adiwiyata ke depan, sehingga nanti ketika mereka sudah menjadi apapun/pejabat itu dia kembalinya pada bagaimana dia menegelola lingkungan, sekolah sekedar memberikan dasar—dasar bahwa orang hidup itu harus berdampingan dengan lingkungan, jadi bukan lahannya besar, lahannya luas"

9) Bagaimana upaya di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam menghadapi persaingan dunia lembaga pendidikan saat ini?

Jawab:

"Jadi gini, itu sangat tergantung oleh banyak faktor, jadi bukan. Cuma tingkat penurunannya harus dilihat secara teliti lagi, satu dari siswanya, kemudian mungkin dari cara kita mengelola siswanya belum benar, bagaimana membuat anak itu bergairah untuk membaca ternyata yang kita temukan kemaren dari anak-anak kelas 6 itu tingkat bacanya rendah, ya sudah berbagai upaya kita lakukan sampe membuat ringkasan, kita kasih PR ternyata ya memang setelah ketemu permasalahannya itu adalah setelah mereka ujian, ko nilainya seperti ini? lah.. kalian sinau ora..? mereka bilang tidak. sebenarnya itu sudah kita tau dari semester 1itu ko nilainya tidak signifikan, kemudian ya dari orang tuanya yang kurang perhatian, Tapi kalo tahun-tahun kemaren kenapa bagus karena faktor orang tua yang bagus, tapi kelas enam yang tahun ini kurang ada perhatian dan koordinasi"

10) Apa startegi yang dilakukan MIN Jejeran Bantul dalam penentuan tempat untuk jasa pendidikan agar berhasil dalam pemasaran jasa pendidikannya?

Jawab:

"sebenarnya berawal dari yang apa yang ada mbak, apa yang ada kita kelola, apa yang ada kita manfaatkan seoptimal mungkin untuk berbagai kegiatan, Misalkan sebelum ada kerja sama dengan BLH, kita mau melangkah ke sekolah Adiwiyataitu yang di depan di konblok semua, kemudian sekarang kan sumur serapan, kita tanami tumbuhan-tumbuhhan yang menghasilkan, kemudian kita kurangi pohon yang

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

kurang bermanfaat, memnafaatkna orang yang lewat itu tau MIN Jejeran, kota pasang plang MIN Jejeran, seperti kita kerja sama dengan Maharani, Maharani itu titip umbul-umbul tiap bulan. jadi setiap bulan ada kegiatan rutin, mau tidak mau kan orang tetep melihat, sehingga orang yang lalu lalang akan tau, minimal bertanya pada orang lain, kemudian strategi lain adalah k\kita memasang tulisan-tulisan misalnya "selamat atas di raihnya sekolah adiwiyata tingkat nasional, kemudian yang lain nya bekerja samam ya biaya-biaya yang sering dikeluarkan sperti itu"

5) Apa satrategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam meningkatkan SDM sekolah supaya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan jasa pendidikan?

Jawab:

"salah satunya ya rapat koordinasi antar guru dan pimpinan. Cara ini untuk membina komunikasi antara pimpinan dan bawahan"

k. *Physical Evidence*

6) Apakah ruang kelas cukup memadai dan peralatan yang tepat untuk efektivitas belajar dan apakah fasilitas pendidikan memiliki ukuran yang memadai dan menarik bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"nek menurut saya, meskipun belum bisa 100% tapi sudah berusaha menuju ke sana. LCD itu sebenarnya paktis aja, bukan hal yang utama, karena yang utama adalah ketika pembelajaran adalah strateginya benar, kalo kita sudah mencanangkan untuk PAKLM, kemudian ada alat peraga sebenarnya seperti itu. Karena sekarang sudah ada komputer, dalam hal ini dipake untuk membuat media pembelajaran (power point) yang paling mudah itu sehingga ada untuk menayangkan, sebenarnya praktis saja"

15. Bagaimana proses pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"oh iya gini, terkadang perencanaan yang sudah kita buat kadang itu dikit meleset, target pelakuknya ya yang mepet kadang seperti itu, itu karena banyak hal yang sebenarnya sudah kita tergetkan, tapi kenapa kita tidak bisa? ya kita harus memenuhi target dari Kanwil, kemudian dari sini sendiiri juga harus segera menyelesaikan program, yang jelas apa ya..? untuk promosi pelaksanaan itu terus jalan, untuk hasil yang kita targetkan sekian, itu akan kita lihat setelah PPDB tapi pada prinsipnya target yang kita harapkan bisa berjalan dengan matang, kemudian orang tua siswa adalah faktor yang utama untuk alat promosi yang paling bagus, sehingga bukan kita memberikan undangan setiap bulan itu untuk mereview anak-anak mereka, itu menjadi promosi yang paling bagus untuk kita, mengundang mereka untuk diajak berembug, bagaimana baiknya sekolah itu dengan mereka kita adakan kesepakatan-kesepakatan"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

16. Faktor apa yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "saya melihatnya semua berjalan cuma belum optimal saja, semua perencanaan berjalan, jadi pada primsipnya saya melihat semua yang ada adalah pendukung untu kemajuan kita, entah itu psitif atau negatif, itu semua pendukung sehingga MIN Jejeran itu, sudah punya komitmen melakukan hal yang biasa dengan cara yang berbeda. Tapi kian kita sikapi faktor penghambat itu sebagai faktor pendukung, jadi kita tidak menganggap sesuatu yang negatif misalnya ada beberapa guru yang belum bisa mengikuti kami yang di depan itu bukan penghambat tapi itu adalah sesuatu yang membuat kita untuk berani lagi melakukan susatu perubahan, kami lakukan hal biasa mengajar biasa tapi caranya berbeda, kita berfikir semua anak itu berani, semua anak itu pinter, semua anak itu perlu dihargai, kemampuan sekecil apapun semuanya dihargai"

17. Faktor apa yang menjadi pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "orang tua dan masyarakat, untuk tempat sih menurut saya sih standar, tapi yang jelas anak-anak senang ketika guru masukkemudian bercerita, kadang diberi motivasi, kadang ada teka-teki atau tulisan bermakna di papan tulis, jadi memanpaatkan rasa ingin tau mereka, sering kita adakan motivasi outbond kemana? kemudian ada kita CTL ke beberapa tempat, contoh ke Kasongan, itu juga dijadikan media promosi untuk kita, kadang belajarnya di Prambanan, di kolam renang itu juga dijadikan sebagai ajang promosi "

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

18. Bagaimanakah hasil yang dicapai dari stategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "hasilnya bisa dilihat dari indikatornya ketika peneriamaan siswa baru, itu jauh sebelum kita membuka sudah banyak yang *inden*, ketika kita sudah membuka penerimaan siswa baru hasilnya membludak seperti itu. Kemudian kita terpaksa harus memang ada sekitar 100 kira-kira anak yang kita tolak, ada yang kita tolak sebelum *inden* ada yang kita tolak sesudah kita tilai karena tidak layak masuk MIN Jejeran, sebenarnya itu kita kasih refrensi seperti anak Bapak bisa masuk ke sini dengan ketentuan yang berlaku seperti ini di tahun depan. Jadi tahun yang kemaren yang sudah masuk tidak diterima, mereka sudah inden untuk tahun depan padahal tahun kemaren saja sudah tidak masuk sudah inden untuk mendaftarkan anaknya. Jadi seperti itu, menurut kami semuanya tidak ada yang tidak mungkin semuanya ada jalan keluar Cuma mungkin kalo umurnya sudah 7 tahun dan harus tahun itu mungkin tidak bisa karena mungkin satu kuota, kedua minat mereka yang masuk kesini, kemudian dukungan orang tua, baik itu kemampuan anak, orang tua dan dukungan motivasi orang tua semuanya kita kasih point sehingga nanti point yang terbesar adalah yang kita terima, tapi tetep prioritas adalah umur. Jadi umur adalah point tertinggi, misalkan point lain adalah misalkan anak pernah

punya penyakit sampe opnam di RS itu masih tidak itu ada pointnya, kemudian di rumah disediakan tempat sampah tidak? kalo iya pointnya berapa? kalo tidak berapa? kalo iya berapa tempat sampah? jadi semuanya ada pointnya sehingga nanti kita fear ini lo penilaiannya, mungkin kan Bapak/Ibunya menulis ada tempat sampah 1, 2, kalo 1 berarti poinnya 1, kalo 2 berarti 2 pointanya, kalo tidak ada berati kosong, kemudian kita kroscek pada anaknya sehingga data itu valid, orang tua bilang A yah anak A kita detail pada anak-anak, karena prinsipnya anak-anak itu masih jujur sekali, itu yang kita lakukan untuk menjajaki minat mereka untuk mmasuk MIN Jejeran. Animo masyrakat yang besar untuk masuk MIN jejeran itu salah satu indikasi bahwa promosi MIN Jejeran berhasil. Orang tua harus terlibat, karena sekolah tidak mungkin jalan sendiri, jadi orang tua harus terlibat dan paling tidak keterlibatannya harus separonya paling tidak, karena tidak mungkin guru menangani semua urusan di sekolah sendiri, kemudian masih urusan karirnya, kemudian masih urusan siswanya, pembeljarannya, kemudian untuk urusan yang lain seperti sarana-prasarana. Jadi keterlibatan orang tua kalo di sini kita terlibatkan secara optimal"

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Wawancara dengan:

Ibu Ana : Staf MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta
Tanggal : 04 November 2013
Waktu : 12.44
Tempat : Ruang Perpus MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta

19. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan Islam di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "Dalam pelaksanaannya masih meneruskan, untuk yang lebih tinggi sih pengen, tapi kita belum ketemu.untuk keaktifannya saya belum baca, kalo setau saya, kita kan ketemunya kan pas rapat koordinasi, jadi disitulah kita saling baca, misalnya kepala bisa membaca bawahan, terus bawahan bisa mengoreksi atasan, nah itu kan terlihat dari rapat koordinasi setau saya seperti itu, terus kalo saya melihat orang itu dari segi personalitinya biasanya mbak. Misalkan dari segi psikologinya, gerakannya atau motivasinya, memotivasi bawahannya kalo saya melihat motivasinya kurang mbak"

20. Bagaimana perencanaan yang dilakukan dan siapa saja yang berperan dalam strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "kalo saya tidak dilibatkan mba" tapi sedikit bocoran kalo dari pak Agus itu, untuk perencanaan pemasaran tuh mau ada *roadshow*"

21. Bagaimana bentuk/strategi pemasaran yang dilakukan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    l. Produk

    11) Bagaimana MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam melakukan segmentasi pasar, targeting, positioning dan diferensiasi produk?

        Jawab:

        "targetnya yaitu dilihat dari hasil NIM'nya yang jadi patokan adalah tingkat kabupatennya, TK sekitar sini (MIN Jejeran), kalo di sini kebetulan kan program unggulannya *tahfidz,* jadi otomatis mereka bacaan qurannya lebih tartil, hafalannya bagus meskipun tidak hafal semuanya"

    12) Apakah kurikulum yang ada di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan siswa?

        Jawab:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

"untuk kurikulumnya sudah sesuai, tapi perlu peningkatan, kayak misalkan masih harus ditingkatkan, kemudian metode pengajaran dari guru harus ditingkatkan"

13) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki reputasi yang baik?

Jawab:

"kalo reputasi, kalo di luar ya, memang baik, luar biasa mungkin menurut orang, tapi pelakunya sendiri sepertinya harus lebih kerja keras lagi untuk mempertahankan, yaitu ketika kepala sekolah Pak Haris itu Adiwiyata, sekolah yang tinkat Internasional, sekolah tanggap bencana juara ketiga, yah tapi harus berfikir cerdas dan kerja keras juga"

14) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki kegiatan ekstrakulikuler yang dapat diakui?

Jawab:

" *tahfid* dan *tahsin* itu yang diunggulkan"

15) Apa strategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kaitannya dengan produk?

Jawab:

"kalo di sini mungkin menawarkan produk itu sesuai dengan budaya masyarakat, sepertinya kan di sini lingkungan pesantrean. Mungkin pembacaannya mungin menurut saya betul program yang ditawarkan itu *tahfidz* dan *tahsin* itu tepat. Apalagi Depag itu kan yang nemanya MTQ itu sering sekali, kayaknya sih tepat pemilihan strategi yaitu melalui metode *tahfidz*"

m. Price

10) Apakah biaya SPP (pendidikan) Biaya SPP mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

Jawab:

"gak ada SPP"

11) Apakah biaya lain seperti ujian mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

Jawab:

"masih mba"

12) Apakah sekolah melakukan riset dalam meningkatkan efektivitas perolehan dana untuk kebutuhan sekolah?

Jawab:

"iya mba, misalnya pak Parid yang sering melakukan penenelitian sosial"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

n. Place

11) Apakah akses ke sekolah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta mudah dan lancar?

Jawab:

"iya, sangat"

12) Apakah gedung/bangunan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dapat dilihat dengan jelas?

Jawab:

"iyah"

13) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sudah dikenal orang?

Jawab:

"kalo untuk kalangan kecamatan, terutama santri pesantren, mungkin mengenal ya MIN itu udah biasa, tapi walaupun di kecamatan masih ada yang awam, madrasah itu opo? taunya pondok, saya kan sering mendengar, jadi masyarkat belum banyak tau, taunya SD gitu. Untuk ciri khasnya itu yaitu sekolah sehatnya itu masih diunggulkan, tata kelola lingkungannya yang masih dijaga dan diperhatikan"

14) Apakah lingkungan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kondusif untuk dijadikan sebagai tempat belajar?

Jawab:

"kalo menurut saya, lokasinya kurang luas mba, nah apalagi untuk masuk ke adiwiyata to sekolah sehat nasional, yah untuk pengelolaan sampah, itu kan sangat sempit kan tempatnya jadi pupuk organik, jadi tempatnya masih kurang"

15) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki lahan untuk perluasan sekolah?

Jawab:

"kalo lahannya sih ada, ditawarin tanah kas desa, nah rencananya tahun ini di Demangan, tapi masih ada urusan administrasi yang belum selesai"

16) Bagaimana upaya di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam menghadapi persaingan dunia lembaga pendidikan saat ini?

Jawab:

"kalo menurut saya ya, adanya metode untuk menghadapi murid bermacam-macam, adanya pembacaan khusus dari guru, dan itu akan menjadi rumusan dari guru itu? piye tuh murid itu...? supaya mereka unggul. maka harus ada kreatif guru dalam melakukan inovasi metode"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

17) Apakah sekolah memiliki ketentuan peraturan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai standar pelayanan minimum sekolah?

Jawab:

"untuk ketentuan masih intern mba"

18) Apa startegi yang dilakukan MIN Jejeran Bantul dalam penentuan tempat untuk jasa pendidikan agar berhasil dalam pemasaran jasa pendidikannya?

Jawab:

"kalo strategi ya,, kalo saya melihatnya dari pertama dari pembuangannya. strateginya yaitu salah satunya membiasakan hidup bersih seperti di setiap ruangan ada westaplnya"

o. *Promotion*

4) Siapa yang menjadi target/sasaran dari pemasaran jasa pendidikan MIN Jejeran Bantul?

jawab:

"targetnya yang jelas adalah masyarakat sekitar, paling tidak kita menunjukan kemampuan atau mutu kita kepada masyarakat sehingga secara otomatis ada promosi dari masyarakat sekitar seperti mulut ke mulut"

5) Apa tujuan promosi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"tujuannya untuk penawaran atau iklan"

6) Apa sarana/media yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam memasarkan lembaganya?

Jawab:

"dulu brosur, kemudian mengadakan kegiatan menggambar yang dilakukan ke TK-TK, menggunakan *website*"

p. *People*

6) Apakah guru di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta merupakan guru yang berkualitas dan ramah?

Jawab:

"kalo memang handal,

7) Apakah tenaga administrator di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta meruapakan tenaga yang ramah dan handal?

Jawab:

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

"kalo dibilang handal, kayaknya secara batin ya kuat mbak, maksudnya ya ramah juga, mampu mengajar berapa jam itu kan juga membutuhkan kekuatan lahir dan batin:

8) Apakah tenaga non-administrator di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta merupakan tenaga yang ramah dan handal?

Jawab:

"ramah, handal., mungkin handal iya mba, soalnya dengan keadaan pegawai yang minim jumlahnya bisa *menghandle* sekian dengan baik. tapi kalo untuk ramah lebih ke hubungan interpersonal, secara umum cukup lah ramahnya. untuk satpam ya saya bangga., tanggung disiplinnya juga tinggi, jawabnya tinggi, loyal.

9) Apa satrategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam meningkatkan SDM sekolah supaya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan jasa pendidikan?

Jawab:

"kayaknya kalo dari kepala sekolah, strateginya masih ada kekeluargaan,kalo kepala sekolah dulu lebih profesional"

q. *Physical Evidence*

7) Apakah *Physical Evidence* yang dimiliki MIN Jejeran sudah modern dan memenuhi kebutuhan sekolah?

Jawab:

"kalo media sepertinya sudah mbak, karena setiap kelas sudah ada LCD, leptop, itu perkelas sama sound, kalo ada materi-materi guru pake itu"

8) Apakah bangunan/gedung sekolah kuat dan dalam keadaan yang baik dan menyenangkan secara estetika bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"sudah kuat mbak"

9) Apakah ruang kelas cukup memadai dan peralatan yang tepat untuk efektivitas belajar?

Jawab:

"kalo untuk pembelajaran di sini di prioritaskan mba, iya sudah memadai mbak, sudah lengkap"

10) Apakah fasilitas pendidikan memiliki ukuran yang memadai dan menarik bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"menyenangkan iya, karena ada tamannya mba,, hehe. UKS semua alat-alatnya lengkap mba, alat medis, lat-alat kedokteran sudah ada semua, ada

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

cek-cek. kalo perpus, dulu ada tempat untuk siaran, di sini khusus media mba"

11) Apa strategi yang digunakan dalam pemenuhan bukti fisik sekolah agar dapat memberikan pelayanan jasa pendidikan yang memuaskan dan menarik para pelanggan jasa pendidikan untuk menyekolahkan anaknya di lembaga ini?

Jawab

Jawab:

"kalo di sini anu mba, untuk kelas mba, misalkan baca buku batentang planet, maka disediakan visualisasinya, kelengkapan media"

f. Process

3) Apakah sekolah memiliki peraturan sekolah yang tegas dan jelas?

Jawab:

"kalo jelasnya iya ada peraturannya dan itu sudah dibuat, cuman kalo ketegasan, gimna ya masih menggunakan pendekatan kekeluargaan"

4) Bagaimana proses evaluasi yang dilakukan kepala sekolah terkait pelasanaan streategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"evaluasinya lewat rapat koordinasi, misalkan ada yang sering keluar, dikoreksi" itu dilakukan tiap minggu setiap hari selasa/rabu"

22. Adakah strategi khusus dalam pemasaran pendidikan Islam di di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

Jawab:

"strategi khusus yang sudah ada, dulu MIN ini harus menjadi mecusuar dunia, memang itu dipegang betul2, di bawah otak sadar"

23. Apa saja program kegiatan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta terkait dengan pemasaran pendidikan?

Jawab:

"kalo saya belum melihat untuk program lain"

24. Bagaimana proses pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"kalo yang sudah ya baik secara umum, yang penting keberanian mbak, motivasinya tinggi, tidak takut dengan resiko-resiko, mimpinya harus tinggi, itu kan yang bisa dijadikan untuk promosi sampe sekarangkan nolak-nolak murid karena efek dari pak haris itu sendiri"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

25. Bagaimana pengendalian/pengawasan yang dilakukan dalam pelaksanaaan strategi pemsaran MIN Jejeran Bantul?

    Jawab:

    " nek secara personality belum optimal"

26. Bagaimana cara melakukan tindakan perbaikan jika terdapat penyimpangan-penyimpangan?

    Jawab:

    "kalo saya lebih suka itu *preventif*, jadi harus ada *control intern* sendiri dimana membuat sistem di dalam sendiri. karena kalo mengikuti tata usaha negara itu kurang, menurut saya kurang, alangkah lebih baiknya harus ada transfarasi dalam semua aspek misalkan dari perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasinya. Dan tidak cukup hanya transfransi dana aja"

27. Bagaimana upaya di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas (mutu) sebagai lembaga pendidikan Islam dan meningkatkan citra lembaga di mata publik, sehingga nantinya calon siswa dan orang tua tertarik masuk di di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "memperkuat pemahaman intern dulu, kalo untuk pelaksanaan gampang mba, tapi harus ada bangunan jiwanya dulu"

28. Faktor apa yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "adanya penurunan prestasi, ya tadi itu berkaitan dengan prosesnya itu. Kompleks sih mba, misalkan adanya pergantian kepala sekolah.. beda orang maka beda kepemimpinan juga"

29. Faktor apa yang menjadi pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab;

    "faktor pendukungnya, fasilitas ok, media yang disukai anak-anak, kayaknya itu aja mba"

30. Bagaimanakah hasil yang dicapai dari stategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta?

    jawab:

    "kalo hasilnya ini, ini masih Haris efek mba, jadi bisa dikatakan berhasil karena kepemimpinan kepala sekolah sebelumnya"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Wawancara dengan:

Ibu Nasronah	: Guru Pendamping MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta
Tanggal	: 07 November 2013
Waktu	: 12.14 – 13-08
Tempat	: Ruang Tunggu MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta

31. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan Islam di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "peran sekolah sebagai pembina segalanya, sebagai pembina dan pengatur manajemen segalanya, silahkan dijabarkan sendiri"

32. Bagaimana perencanaan yang dilakukan dan siapa saja yang berperan dalam strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "tentang promosi, kemarin atau dulu kan belum maju sekolahnya masih ada keterpurukan, ketika gempa maka ada kemajuan strategi pelajaran, strategi pokoknya struktur semuanya maju juga, karena pengaruh kepala sekolah juga, karena orangya tegas, manajemennya juga bagus, karena berkembangnya sekolah kan dipengaruhi oleh seorang pemimipin, Pemimpinnya seperti itu, maka jalan. Diangkatnya MIN jejeran diangkat sebagai sekolah sehat, Adiwiyata, sekolah siaga bencana"

33. Apakah ada tim khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul, siapa saja yang terlibat?

    Jawab:

    " semuanya ikut terlibat"

34. Bagaimana bentuk/strategi pemasaran yang dilakukan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    r. Produk

    16) Bagaimana MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam melakukan segmentasi pasar, targeting, positioning dan diferensiasi produk?

        Jawab:

        "dulu kan asal tampung aja, kalo dulu, sekarang nggak. klao masuk itu sekarang ada program *idad*, jadi pembimbingan anak agar supaya dia itu ketika masuk sudah bisa semuanya, nah masuk sini juga ada tesnya juga surat-surat pendek, baca tulis. yo.. maklum karena di bawah Kemeneg, diutamakan yang daerah MIN Jejeran (TK sekitar).

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Setau ku yah., lulus dari MIN yang penting tuh akhlaq (akhlaqul-karimah), yang kedua yaitu visi-misi, mereka bisa menerapkan ilmunya tidak hanya ilmu umum saja"

17) Apakah kurikulum yang ada di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan siswa?

Jawab:

"yo., sepengamatan, mungkin tergantung guru juga, ya kan tidak semuanya guru-guru profesional. Sekarang masih KTSP., ini apa adanya juga, ada yang pake ada yang tidak, jadi beda kualitas yang mereka (guru) yang diberikan"

18) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki reputasi yang baik?

Jawab:

"lumayan,, faktanya yang sampean lihat apa? yah karena MIN jejeran sudah dikatakan sekolah sehat standar nasional, ya keadaannya seperti itu, yang dulunya terpuruk menjadi apa ini berstandar nasional itu kan prosesnya luar biasa"

19) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki kegiatan ekstrakulikuler yang dapat diakui?

Jawab:

"dulu kan kaya dalam bidang agama, *tilawah, MTQ*, kaligrafi, kan anak pondok banyak jadi, anak pondok kualitasnya sekolah di sini faktanya bisa juara kabupaten, propinsi banyak, sekarang kan anak-anak wong sugih, wong kaya yo anak-anak manja. ya mungkin secara kualitas di bidang olympiade matematika, fisika mungkin maju, tapi di bidang MTQ dan sebagainya bagus dulu ketika banyak anak pondok, sekarang kan anak pondok sudah beda gak ada, Cuma pondok tertentu saja, pondok biasa bukan pondok gede yang kualitasnya biasa"

20) Apa strategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kaitannya dengan produk?

Jawab:

"corone ya marketingnya itu kan, mereka kan cuma melihat dari faktanya yang ada aja, pengennya ya sekolahnya bagus oh sekolahnya bagus dilihat dari fisik bangunanya apik, ya udah terus kualitasnya, lulusannya, juara kecamatan, nah lewat itu juga to, biasanya yang lulus dari sini nilainya di atas rata-rata"

s. *Price*

13) Apakah biaya SPP (pendidikan) Biaya SPP mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

Jawab:

" yang lebih tau bendahara itu"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

14) Apakah sekolah melakukan riset dalam meningkatkan efektivitas perolehan dana untuk kebutuhan sekolah?

Jawab:

" ya pernah ada, kalo dulu jaman pak Haris ya dulu tuh untuk pengembangan sekolah"

15) Apa strategi yang dilakukan sekolah dalam menentukan biaya/harga dalam pelasanaan jasa pendidikan?

Jawab:

"iya., seperti donatur, di bawah Kemenag otomatis, dari kemeneg sendiri kan guru-guru kan ada zakatnya, untuk beasiswa anak, ada wali murd yang kaya-kaya, adanya paguyuban atau patenbayan antar orang tua murid, ya kalo dulu kepala sekolah yang memiliki relasi yang luar sampe internasional"

t. Place

19) Apakah akses ke sekolah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta mudah dan lancar?

Jawab:

"nek dulu iya, tapi ya kalo sekarang ya piye ya, mungkin muridnya terlalu membludak penerimaan muridnya selektif tapi belum efektif karena kan seharusnya kalo memang posisi keadaan seperti ini, kualitas seperti ini, kenapa harus menerima yang banyak sedangkan gedung kurang. Jadi kan jadi dua sama yang di al-Munajah, selatannya SMP 1 Pleret, tapi karena banyak, jadi di sana juga ga muat kan"

20) Apakah gedung/bangunan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dapat dilihat dengan jelas?

Jawab:

"kalo bangunannya jelas, strategis secara geografis tapi karena dari depan kecilnya bangunan jadi tidak kelihatan, padahal kan besar banget kan lantai 2"

21) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta banyak dan mudah dilalui orang-orang?

Jawab:

"mudah"

22) Apakah lingkungan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kondusif untuk dijadikan sebagai tempat belajar?

Jawab:

"ya ada positifnya ada negatifnya, masalah kondusifnya, kaya gini deket masjid enak, tapi seperti kayak gini kan denger adzan keras banget seperti jalan anak-anak mau nyebrang ketika tidak ada satpam itu kan bahaya itu negatifnya, tpi untuk kegiatan lain mudah"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

23) Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki lahan untuk perluasan sekolah?

Jawab:

"Lahannya sudah ada, rencannaya mau pake tanah yang dulu bekas pabrik rokok"

24) Bagaimana upaya di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam menghadapi persaingan dunia lembaga pendidikan saat ini?

Jawab:

" seharusnya dalam pemilihan pengajar harus selektif dan efektif, tepat sasaran, jangan hanya asal ada ikatan kekeluargaan, seharusnya kan ada rekruitmen untuk pegayaan SDM yang bagus sesuai dengan bidangnya, guru harus mengajar sesuai dengan bidangnya, jangan hanya dilihat dari title aja, seharusnya kan ada guru-guru khusus untuk kegiatan khusus, moso yo guru agama mengajar, yo ga usah gitu.,, tapi kan ada hadis yang menyatakan pekerjakanlah orang sesuai dengan bidangnya"

25) Apa startegi yang dilakukan MIN Jejeran Bantul dalam penentuan tempat untuk jasa pendidikan agar berhasil dalam pemasaran jasa pendidikannya?

Jawab:

" Adanya penambahan tempat dan ruangan"

u. *Promotion*

7) Apa tujuan promosi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"*tamuruuna bilma'ruf watanhauna 'anil-munkar,* mengajak pada kebaikan, diantanya memasukan ke madrasah. tanpa di dasai itu kan setidaknya dapat ilmu plus, oran tua dan masyarakat harustanggap, ya bukan membanding-bandingka"

8) Apa sarana/media yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam memasarkan lembaganya?

Jawab:

"brosur, web ada, saling *dor to dor* masih sangat erat"

9) Apa bentuk strategi dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam memasarkan lembaganya?

Jawab:

"strategi utama, promosi ke Tkmana, mengadakan kegiatan dalam ajang promosi"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

v. *People*

10) Apakah guru di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta merupakan guru yang berkualitas dan ramah?

Jawab:

"macam-macam, ada yang ramah, aada yang berkualitas, ada yang handal, ada yang biasa saja, belum sepenuhnya"

11) Apakah tenaga administrator di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta meruapakan tenaga yang ramah dan handal?

Jawab:

" kalo menurut saya, ya kalo berkualitas belum, ramahnya juga masih kurang, handalnya juga masih sangat kurang karena itu tidak sesuai dengan bidangnya, contohnya TU itu serjana Teologi dipaksa jadi TU dan mengajar, makanya masih kurang"

12) Apakah tenaga non-administrator di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta merupakan tenaga yang ramah dan handal?

Jawab:

"mulai dari satpam, ya tegas, keamanannya juga bagus dan tertib tapi kekurangannya kasar pada anak, untuk perpus tidak sesuai dengan bidang, awalnya penyuluh dari KUA, dipaksa di perpus"

13) Apakah peserta didik MIN Jejeran Bantul Yogyakarta bisa menjaga almamaternya?

Jawab:

"tergantung orangnya, nek ilmunya sudah sampe, ya seperti SMA ke atas ya mungkin bisa dan ada kebanggaan tersendiri"

14) Apa satrategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam meningkatkan SDM sekolah supaya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan jasa pendidikan?

Jawab:

"itu kaitannya dengan kepala sekolah, memiliki ketegasan sebagai pemimpin"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

w. *Physical Evidence*

12) Apakah *Physical Evidence* yang dimiliki MIN Jejeran sudah modern dan memenuhi kebutuhan sekolah?

Jawab:

"lumayan, 75%"

13) Apakah bangunan/gedung sekolah kuat dan dalam keadaan yang baik dan menyenangkan secara estetika bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"kalo secara struktur mungkin sudah, karna kan sudahdi desain bangunan tahan gempa"

14) Apakah ruang kelas cukup memadai dan peralatan yang tepat untuk efektivitas belajar?

Jawab:

"kalo setau saya, untuk sarana prasarana sudah lebih dari cukup, nyaris sempurna"

15) Apakah fasilitas pendidikan memiliki ukuran yang memadai dan menarik bagi siswa, karyawan sekolah dan pengunjung sekolah?

Jawab:

"kalo setau saya, untuk sarana prasarana sudah di atas 75%, tapi tergantung motivator/penggunanya itu, ya kalo sarana lengkap, memadai tapi penggunanya belum bisa kan belum bisa dikatakan efektif juga"

16) Apa strategi yang digunakan dalam pemenuhan bukti fisik sekolah agar dapat memberikan pelayanan jasa pendidikan yang memuaskan dan menarik para pelanggan jasa pendidikan untuk menyekolahkan anaknya di lembaga ini?

Jawab:

"strateginya yang subjek dengan objeknya harus seimbang"

g. *Process*

5) Apakah sekolah memiliki peraturan sekolah yang tegas dan jelas?

Jawab:

"sudah, contohnya karyawan harus berpakain menutup aurat, ada presensi digital, gak boleh merokok juga"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

35. Apa saja program kegiatan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta terkait dengan pemasaran pendidikan?

Jawab:

"banyak, mulai dari drum band, tilawah, tekondo, sempoa"

36. Bagaimana proses pelaksanaan strategi pemasaran MIN Jejeran Bantul?

Jawab:

"lancar, tapi belum sempurna seutuhnya"

37. Bagaimana upaya di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas (mutu) sebagai lembaga pendidikan Islam dan meningkatkan citra lembaga di mata publik, sehingga nantinya calon siswa dan orang tua tertarik masuk di di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

Jawab:

"banyak, kepala harus memiliki ketegasan,siswanya juga harus dipilih secra rekruitmen, jangan asal menerima siswa"

38. Faktor apa yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

Jawab:

"masih ada sistem kekeluargaan yang erat, contohnya ini anak kiyai meskipun IQ rendah tetep di prioritaskan, sebelum pendaftaran sudah dibuka pendaftaran sehingga sudah menerima siswa sebelum pendaftaran padahal tidak di seleksi, sehingga ketika waktu pendaftaran dibuka, peserta didik yang mau masuk membludak dan sedikit yang diterima, adanya kecemburuan antar guru. contohnya pimpinannya apik, maka didekati"

39. Faktor apa yang menjadi pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

Jawab:

"adanya program pendampingan, itu bisa dikatakan faktor pendukung, adanya pengaruh positif dari *side effect* Pak haris (kepala sekolah dulu)"

40. Bagaimanakah hasil yang dicapai dari stategi pemasaran yang dilakukan MIN Jejeran bantul Yogyakarta?

Jawab:

"bisa dikatakan berhasil, buktinya kan banyak orang yang tertarik untuk menyekolahkan anaknya dari luar kota, malah banyak. kalo dikatakan bisa nila B belum sempurna A"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Wawancara dengan:

Ibu Nur	: Staf TU MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta
Tanggal	: 26 Oktober 2013
Waktu	: 09.19 – 11,08
Tempat	: Ruang TU MIN Jejeran, Bantul, Yogyakarta

1. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan Islam di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "oh iya itu sangat penting sekali, karena kalo dulu itu kita bisa seperti ini kan peran kepala sekolah yang pertama, karena adanya faktor-faktor kepala sekolah, pada waktu kan kepala sekolahnya adalah pak Haris Nutfika, yang punya ide kan beliau sampe kemana-kemana sampe ke luar kota artinya bukan di dalam kabupaten saja tapi di luar kabupaten juga sudah banyak yang sekolah ke sini, ya itu berpengarug. tapi kalo untuk sekarang ya., lewat ini masuk di website, masuk website'nya Kemeneg, websitenya MIN Jejeran"

2. Bagaimana perencanaan yang dilakukan dan siapa saja yang berperan dalam strategi pemasaran pendidikan di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

   Jawab:

   "ya ini ya., biasanya kita kan bisa semakin buming keluar itu karena ada *event* atau lomba yang sifatnya bukan hanya lokal tapi keluar ya., kita sudah sampe ke tingkat Internasional. Kemaren yang masuk ke luar negeri itu ke Bangkok, itu sesuai dengan visinya yaitu sekolah siaga bencana, MIN Jejeran sekolah juara nomor tiga setelah filipina dan Vietnam. Siaga bencana ini nomor 3, sekolah sehat secara nasional nomor 4, sekolah Adiwiyata nomor satu"

3. Apakah ada tim khusus dalam pelaksanaan strategi pemasaran di MIN Jejeran Bantul, siapa saja yang terlibat?

   Jawab:

   "ya., saya kira seluruh *tim work*-nya ya., seluruh tim di MIN Jejeran ini berperan semuanya. karena kan ada perannya masing-masing seperti bagian humas sampai penjaga sekolah pun di sini diikutkan. tapi ya., yang berperan sekali adalah kepala sekolah dan humas"

4. Apakah kurikulum yang ada di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan siswa?

   Jawab:

   "nah.. kalo masalah kurikulum wawancaranya sama guru"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

5. Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki reputasi yang baik?

   Jawab:

   " ya., dalam berbenah ya., semakin baik dan semakin baik. Kalo di bidang akademik kita beru berbenah dan berbenah terutama di tingkat nasional seperti sekolah Adiwiyata sudah dibuktikan, UKS'nya juga sudah dibuktikan, lomba-lombanya ada piala dari Menteri dari Presiden juga ada"

6. Apakah MIN Jejeran Bantul Yogyakarta memiliki kegiatan ekstrakulikuler yang dapat diakui?

   Jawab:

   "ada *drum band*, selain itu ada *qiroah*, pramuka, tekondo, tekondo juga sering mengadakan pertandingan ke luar juga. ada *drum band*, pramuka, *qiroah* ditambah *tahfidz* dan *tahsin* juga"

7. Apa strategi yang digunakan MIN Jejeran Bantul Yogyakarta kaitannya dengan produk?

   Jawab:

   " ya kalo untuk mutu kualitas itu, yang namanya apa namanya sekolah, kita lihat *out-putnya,* di lihat dari UN'nya, kualitas SDM, atau anak-anak yang keluar nilanya berapa? kemudian diterima di sekolah mana?

8. Apakah biaya SPP (pendidikan) Biaya SPP mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

   Jawab:

   "kalo terjangkau, itu terjangkau untuk semuanya ya, karena Cuma 10 ribu perbulan dan itu juga sudah di pos-pos'kan seperti untuk *mujahadah*, 10 ribu itu sudah macam-macam"

9. Apakah biaya lain seperti ujian mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

   Jawab:

   " biaya lain seperti paling seragam, kalo anak-anak setipa Jumat itu di suruh infak untuk musola"

10. Apakah sumbangan/uang pembangunan mampu dijangkau yang mampu dijangkau oleh pelanggan pendidikan?

    Jawab:

    "untuk pembangunan gak ada uang pembangunan, ya mungkin infak-infak mungkin untuk pengembangan, kita tidak memungut biaya, itu kan penanganannya dengan komite, kalo sekolah kan gratis"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

11. Apakah sekolah melakukan riset dalam meningkatkan efektivitas perolehan dana untuk kebutuhan sekolah?

    Jawab:

    "ya sering keluar. ke sekolah-sekolah yang lebih maju, lebih berprestasi, kita keluar untuk mengadakan *study banding*"

12. Adakah strategi khusus dalam pemasaran pendidikan Islam di di MIN Jejeran Bantul Yogyakarta?

    Jawab:

    "ya., kita ikut semacam masuk kegiatan *olympiade- olympiade*, terus apa namanya lomba porseni termasuk ajang sperti di pendidikan itu biasanya mengadakan lomba-lomba yang berprestasi yang hubungannya dengan akademik, berdasarkan agama, ada lomba sains dan lain sebagainya ada yang termasuk ekstra kulikuler seperti perkemahan pramuka, lomba drumb band"

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR LAPORAN JUMLAH GURU DAN MURID

Untuk Bulan : **Juli 2013**

SEKOLAH DASAR/MI : **MIN JEJERAN**
CABANG DINAS : PLERET

JUMLAH GURU

Kelas	Guru Kelas/ Mata pelajaran		ORKES		GURU AGAMA										KS	Jumlah Semua
					Islam		Katholik		Kristen		Hindu		Budha			
	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P		
I	1	3	1		3										1	
II	0	4														PNS : 14
III	2	2														GTT : 11
IV	2	1														
V	2	1														Jml : 25
VI	1	1														

JUMLAH KELAS DAN MURID

Kelas	Jumlah Kelas	Jumlah Awal Bulan			Jumlah Masuk			Jumlah Keluar			Jumlah Akhir Bulan		
		L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J
I	4	53	58	111	0	0	0	0	1	1	53	57	110
II	4	56	62	118	1	0	1	1	1	2	56	61	117
III	4	60	48	108	1	0	1	1	1	2	60	47	107
IV	3	37	33	70	0	0	0	0	0	0	37	33	70
V	3	38	38	76	0	0	0	2	2	4	36	36	72
VI	2	17	25	42	0	0	0	0	0	0	17	25	42
Jumlah	20	261	264	525	2	0	2	4	5	9	259	259	518

JUMLAH MURID BERDASARKAN AGAMA

Islam			Katholik			Kristen			Hindu			Budha		
L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J
259	259	518												

*) Jumlah gedung 2

*) Jumlah local/ruangan 20

Pleret, 1 Agustus 2013
Kepala MIN Jejeran

Ahmad Musyadad, S.Pd.I
NIP.19780502 200501 1 004

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR LAPORAN JUMLAH GURU DAN MURID

Untuk Bulan : **Agustus 2013**

SEKOLAH DASAR/MI : **MIN JEJERAN**
UPT PPD KECAMATAN : PLERET

JUMLAH GURU

Kelas	GURU KELAS		PENJAS		GURU AGAMA										GURU KELAS		GURU KELAS		GURU KELAS		GURU KELAS		Jumlah Semua
					ISLAM		KATHOLIK		KRISTEN		HINDU		BUDHA										
	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	
I	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
II	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
III	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IV	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
V	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
VI	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Jumlah	0	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5

JUMLAH KELAS DAN MURID

Kelas	Jumlah Kelas	Jumlah Awal Bulan			Jumlah Masuk			Jumlah Keluar			Jumlah Akhir Bulan		
		L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J
I	4	53	57	110	0	0	0	0	0	0	53	57	110
II	4	56	61	117	0	0	0	1	0	1	55	61	116
III	4	60	47	107	0	0	0	0	0	0	60	47	107
IV	3	37	33	70	0	0	0	0	0	0	37	33	70
V	3	36	36	72	0	0	0	0	0	0	36	36	72
VI	2	17	25	42	0	0	0	0	0	0	17	25	42
Jumlah	20	259	259	518	0	0	0	1	0	1	258	259	517

JUMLAH MURID BERDASARKAN AGAMA

Kelas	ISLAM			KATHOLIK			KRISTEN			HINDU			BUDHA		
	L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J
I	53	57	110												
II	55	61	116												
III	60	47	107												
IV	37	33	70												
V	36	36	72												
VI	17	25	42												
Jumlah	258	259	517												

Keterangan :

- Jumlah Gedung : 1
- Jumlah Lokal/Ruangan : 17
- Guru Kelas PNS : 14
- Guru Kelas CPNS : 0
- Guru PAI PNS : 2
- Guru Penjas PNS : 1
- GTT : 11
- PTT : 2
- Penjaga PNS : 0

Pleret, 1 September 2013
Kepala

Ahmad Musyadad, S.Pd.I.
NIP.19780502 200501 1 004

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR LAPORAN JUMLAH GURU DAN MURID

Untuk Bulan : **September 2013**

SEKOLAH DASAR/MI : **MIN JEJERAN**
UPT PPD KECAMATAN : PLERET

JUMLAH GURU

Kelas	GURU KELAS		PENJAS		GURU AGAMA										GURU KELAS		GURU KELAS		GURU KELAS		GURU KELAS		umlah
					ISLAM		KATHOLIK		KRISTEN		HINDU		BUDHA										emua
	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	L	P	
I	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
II	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
III	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IV	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
V	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
VI	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
umla	0	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5

JUMLAH KELAS DAN MURID

Kelas	Jumlah Kelas	Jumlah Awal Bulan			Jumlah Masuk			Jumlah Keluar			Jumlah Akhir Bulan		
		L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J
I	4	53	57	110	0	0	0	0	0	0	53	57	110
II	4	55	61	116	0	0	0	0	0	0	55	61	116
III	4	60	47	107	0	0	0	0	0	0	60	47	107
IV	3	37	33	70	0	0	0	0	0	0	37	33	70
V	3	36	36	72	0	0	0	0	0	0	36	36	72
VI	2	17	25	42	0	0	0	0	0	0	17	25	42
Jumlah	20	258	259	517	0	0	0	0	0	0	258	259	517

JUMLAH MURID BERDASARKAN AGAMA

Kelas	ISLAM			KATHOLIK			KRISTEN			HINDU			BUDHA		
	L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J	L	P	J
I	53	57	110												
II	55	61	116												
III	60	47	107												
IV	37	33	70												
V	36	36	72												
VI	17	25	42												
Jumlah	258	259	517												

Keterangan :

- Jumlah Gedung : 1
- Jumlah Lokal/Ruangan : 17
- Guru Kelas PNS : 11
- Guru Kelas CPNS : 0
- Guru PAI PNS : 2
- Guru Penjas PNS : 1
- GTT : 11
- PTT : 2
- Penjaga PNS : 0

Pleret, 1 Oktober 2013
Kepala

Ahmad Musyadad, S.Pd.I.
NIP.19780502 200501 1 004

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PROFIL SINGKAT PENULIS

Nama	: Yelis Nur Wahidah
NIM	: 11913036
Tempat, Tanggal Lahir	: Garut, 15 Juni 1989
Alamat Rumah	: Jejeran, Wonokromo, Pleret, Bantul
Agama	: Islam
Satatus	: Sudah Menikah
No hp	: 082134981015 /08579 414 8055
Konsentrasi	: Pendidikan Islam
Daftar Riwayat Pendidikan	: 1. MI Al- Mustaqim
	2. MTsN Sukamanah Tasikmalaya
	3. MAN Sukamanah Tasikmalaya
	4. S1 *Tarbiyah* FIAI UII
	5. S2 *Magister Study Islam* UII
	6.Pondok Pesantren KH. Z. Mustafa Sukahideng, Sukamanah, Tasikmalaya
Pengalam Bekerja	: 1. Staf Pengajar Bintang Edukids Yogyakarta
	2. Staf Pondok Pesantren UII
	3. *Owner Online Shop* Produk Herbal.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA