

**PEMASARAN STRATEJIK JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA DI MIN TEMPEL
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Islam (S.Pd.I)

Disusun oleh :

Esti Winarni
10471004

**JURUSAN KEPENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2014**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Esti Winarni

NIM : 10471004

Jurusan : Kependidikan Islam

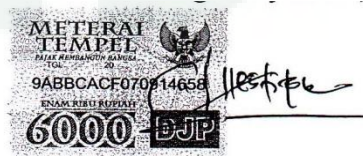
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri

Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plagiat dari hasil karya orang lain kecuali bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan.

Yogyakarta, 16 Januari 2014

Yang Menyatakan,



Esti Winarni

NIM. 10471004



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Persetujuan Pembimbing

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan pembimbingan seperlunya, maka kami selaku Pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Esti Winarni

NIM : 10471004

Judul Skripsi : Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta.

sudah dapat diajukan kepada Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 28 Januari 2014
Pembimbing,


Dr. Imam Machali, M.Pd
NIP. 19791011 200912 1 005



SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah dilaksanakan munaqasyah pada hari Kamis tanggal 06 Februari 2014, dan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini dinyatakan lulus dengan perbaikan, maka setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi perbaikan seperlunya, kami selaku Konsultan berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Esti Winarni
NIM : 10471004
Judul Skripsi : Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta.

sudah dapat diajukan kembali kepada Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan Islam.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 13 Februari 2014
Konsultan,


Dr. Imam Machali, M.Pd
NIP. 19791011 200912 1 005



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DT/PP.01.1/325/2014

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan
Kepuasan Siswa di Min Tempel Yogyakarta**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Esti Winarni
NIM : 10471004
Hari/Tanggal Munaqasyah : Kamis, 06 Februari 2014
Nilai Munaqasyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UINSunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Dr. Imam Machali, M.Pd
NIP. 19791011 200912 1 005

Penguji I

Drs. Misbah Ulmunir, M.Si
NIP. 19550106 199303 1001

Penguji II

Dr. Subiyantoro, M.Ag
NIP. 19590410 198503 1 005

Yogyakarta, **17 FEB 2014**

Dekan

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga



Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si
NIP. 19590525 198503 1 005

MOTTO

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: "dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan."

(Q.S Asy-Syu'araa': 183)

PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Ku Persembahkan Untuk
Almamatrku Tercinta
Jurusan Kependidikan Islam
Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ، اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى أَسْعَدِ مَخْلُوقَاتِكَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, dengan menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji hanya milik Allah Tuhan semesta alam yang telah memberikan taufik, rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini meskipun dalam prosesnya banyak halangan dan hambatan. Namun demikian, penulis sadari dengan sepenuh hati bahwa ini adalah pertolongan Allah SWT.

Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan dalam dunia pendidikan yang patut dicontoh. Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang pemasaran strategik jasa pendidikan sebagai upaya meningkatkan kepuasan siswa di MIN Tempel Yogyakarta. Penyusun menyadari dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

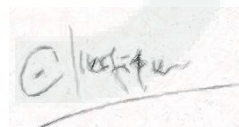
1. Bapak Prof. Dr. Hamruni, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengarahan yang berguna selama penulis menjadi mahasiswa.
2. Ibu Dra. Hj. Nur Rohmah, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi dukungan kepada penulis selama menempuh studi.
3. Bapak Drs. Misbah Ulmunir, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Kependidikan Islam sekaligus penguji I, yang telah memberikan masukan, arahan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Rinduan Zain, M.A, selaku Penasehat Akademik, selama menempuh program Strata Satu (SI) di Jurusan Kependidikan Islam, yang telah memberikan bimbingan, dan dukungan selama menempuh studi.
5. Bapak Dr. Imam Machali, M.Pd, selaku Pembimbing Skripsi yang telah mencurahkan ketekunan dan kesabarannya untuk memberikan bimbingan dan arahan penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak Dr. Subiyantoro, M.Ag, selaku Penguji II, yang telah memberikan masukan, arahan, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh perkuliahan.
8. Bapak Ali Shofa, S.Ag, selaku Kepala Madrasah MIN Tempel Sleman Yogyakarta beserta seluruh Bapak dan Ibu guru dan Karyawan Madrasah yang telah memberikan kesempatan dan kesediaannya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Bapak Suroto dan Ibu Suminah, selaku Orang Tua penulis dan seluruh keluarga yang telah merelakan seluruh hidupnya untuk berjuang dan berusaha keras memberikan dukungan baik moral maupun spiritual demi terwujudnya cita-cita penulis.
10. Teman-teman KI-A (Suvi, Syafa, Pungka, Khotim, Rani, Riski, Nida, Nurul, Aufa, Desti, Lukman, Ubaid, Nia, Yuni, Ukie, Ani, Eka, Ulfa, Mila) selama tiga setengah tahun menemani dan kerjasama yang baik selama perkuliahan, susah senang selama kita bersama tidak akan pernah penulis lupakan. Semoga kesuksesan selalu berpihak pada kita.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan 2010 yang selama ini bersama-sama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga.

Penulis hanya bisa mendoakan semoga bantuan, arahan, bimbingan, dorongan dan pelayanan yang baik tersebut mendapatkan pahala yang setimpal dari Allah SWT Yang Maha Adil dan Bijaksana.

Yogyakarta, 23 Januari 2014

Penulis,



Esti Winarni

NIM. 10471004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Landasan Teori.....	14
F. Metode Penelitian.....	23
G. Sistematika Pembahasan	31

BAB II GAMBARAN UMUM MIN TEMPEL YOGYAKARTA

A. Letak Geografis	32
B. Sejarah Berdiri Dan Perkembangan Madrasah	33
C. Visi, Misi, Tujuan dan Program MIN Tempel	36
D. Struktur Organisasi.....	38

E. Pendidik dan Tenaga Kependidikan.....	43
F. Peserta Didik	47
G. Sarana dan Prasarana.....	49
 BAB III PEMASARAN STRATEJIK JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA DI MIN TEMPEL YOGYAKARTA	
A. Penerapan Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan di MIN Tempel Yogyakarta.....	54
1. <i>Internal Analysis</i>	56
2. <i>External Analysis</i>	66
3. <i>Strategy Identification and Selection</i>	73
B. Peranan Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta	
1. Prinsip A I D A + S.....	90
2. Peranan Pemasaran Strategik dalam Kaitannya dengan Kepuasan Siswa	93
 BAB IV PENUTUP	
A. Simpulan	96
B. Saran-saran.....	100
C. Kata Penutup	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Program Kerja Tim Pengembang MIN Tempel	40
Tabel 2 : Daftar Pendidik dan Tenaga Kependidikan MIN Tempel Tahun 2013/2014	43
Tabel 3 : Jumlah Peserta Didik	48
Tabel 4 : Sarana dan Prasarana	50
Tabel 5 : SWOT Matrix	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Kerja Analisis SWOT	18
Gambar 2 : Konsep Kepuasan Pelanggan	23
Gambar 3 : Grafik Jumlah Siswa MIN Tempel Tahun 2006-2012.....	35
Gambar 4 : Struktur Organisasi	39
Gambar 5 : Launching Kelas Tahfidz Qur'an MIN Tempel.....	60
Gambar 6 : MIN Tempel Juara 1 Olimpiade Sains dan Matematika.....	61
Gambar 7 : Baliho RMU MIN Tempel.....	68
Gambar 8 : Stand MIN Tempel di Pasar Malam Sekaten.....	87
Gambar 9 : Penanaman Pohon Disekitar Lingkungan Madrasah	89
Gambar 10 : Beberapa Piala yang Diraih oleh Siswa MIN Tempel	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Penunjukan Pembimbing
Lampiran II	: Surat Perubahan Judul
Lampiran III	: Bukti Seminar Proposal
Lampiran IV	: Surat Ijin Penelitian
Lampiran V	: Pedoman Pengumpulan Data
Lampiran VI	: Transkrip Wawancara
Lampiran VII	: Catatan Observasi
Lampiran VIII	: Foto-Foto Dokumentasi
Lampiran VIII	: Surat Keterangan telah Melakukan Penelitian
Lampiran IX	: Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran X	: Sertifikat PPL 1, PPL-KKN Integratif, TOEC, IKLA, ICT
Lampiran XI	: Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Esti Winarni, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa Di MIN Tempel Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014.

Penelitian ini memiliki latar belakang bahwa lembaga pendidikan Islam khususnya madrasah masih dipandang sebagai lembaga pendidikan kelas dua tingkat favorisitas di bawah lembaga pendidikan umum. Masih banyak masyarakat yang belum atau kurang mengenal madrasah. dari permasalahan tersebut penelitian ini mencoba mengungkap dari kacamata manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep pemasaran strategik jasa pendidikan. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan penerapan pemasaran strategik jasa pendidikan dan menjelaskan peranan pemasaran strategik dalam meningkatkan kepuasan siswa.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil latar di MIN Tempel Yogyakarta. Penentuan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *indepth interview*, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles and Huberman yakni reduksi data, display data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah penerapan pemasaran strategik jasa pendidikan meliputi analisis faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan, analisis faktor eksternal berupa peluang dan tantangan kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Selanjutnya dari hasil analisis SWOT dirumuskan strategi-strategi pemasaran. Kepuasan siswa dapat dicapai melalui prinsip AIDA+S (*Attention* mendapat informasi, merasa tertarik. *Interest* mengunjungi MIN Tempel melihat dan mengamati. *Desire* menanyakan syarat-syarat pendaftaran. *Action* mendaftar dan mengikuti proses pembelajaran. *Satisfaction* kepuasan yang didapat stakeholder). Adapun peranan pemasaran strategik jasa pendidikan dalam meningkatkan kepuasan siswa antara lain: 1) Meningkatkan animo masyarakat terhadap madrasah; 2) dapat menganalisis kebutuhan dan keinginan *stakeholder*; 3) meningkatkan loyalitas pelanggan pendidikan; 4) dapat memengaruhi kebutuhan dan keinginan *stakeholder*.

Kata kunci: Madrasah, Pemasaran Strategik, Kepuasan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam sesungguhnya menghadapi tantangan, di satu sisi madrasah harus berupaya meningkatkan mutu dan kompetensi lulusan sehingga dapat memenuhi harapan *stakeholders* (pengguna pendidikan); dapat memenuhi harapan dan kebutuhan orangtua, masyarakat, dunia kerja, pemerintah, dan sebagainya. Di sisi lain madrasah masih dipandang sebagai lembaga pendidikan kelas dua, tingkat favorisitas di bawah lembaga permadrasahan, dan ternyata masih banyak masyarakat yang belum/kurang mengenal lembaga madrasah. Madrasah juga mempunyai beban tertentu yaitu harus menyesuaikan diri dengan pola-pola kebudayaan masyarakat yang dapat memberikan keuntungan ekonomis bagi pribadi siswa, dan keuntungan lain bagi masyarakat, misalnya munculnya budaya gemar membaca, gemar meneliti, berfikir kritis, munculnya manusia kreatif, dan humanis. Lembaga madrasah dalam proses produksinya menawarkan lingkungan atau iklim pendidikan seperti madrasah yang tenang, indah dan nyaman yang mendorong semangat belajar, proses administrasi yang lancar,

proses pengambilan keputusan yang mencerminkan keagungan, kelancaran, ketepatan dan kecepatan dari proses manajemen modern.¹

Rata-rata siswa mendaftar diberbagai lembaga pendidikan Islam karena merasa tidak mungkin diterima di lembaga pendidikan umum yang maju dan terutama yang berstatus negeri. Sebagian mereka yang telah gagal masuk di lembaga pendidikan umum negeri kemudian memilih lembaga pendidikan Islam. dengan demikian pendidikan Islam menjadi tempat pelarian siswa yang gagal masuk lembaga pendidikan umum negeri, atau karena menyadari kemampuannya rendah dan mungkin amat rendah sehingga tidak pernah mendaftar di lembaga pendidikan umum negeri.²

Keadaan ini menunjukkan adanya unsur keterpaksaan; *daripada tidak sekolah masih lebih baik memasuki lembaga pendidikan Islam*. kalaulah bukan keterpaksaan, setidaknya lembaga pendidikan Islam tetap bukan pilihan utama bagi siswa. Kondisi psikologis ini tentunya tidak dapat memberikan pengaruh positif untuk membangkitkan gairah belajar guna mengejar penguasaan pengetahuan, baik yang difasilitasi lembaga maupun atas inisiatif sendiri. Kondisi potensi intelektual siswa yang lemah ini kemudian diperburuk dengan kurikulum lembaga pendidikan Islam yang tidak memadai.³ Menurut Siradj (1999:152) bahwa Pola kurikulum MTs/MA

¹Imam Machali, “manajemen pemasaran jasa pendidikan madrasah sebuah strategi bauran pemasaran marketing mix untuk”. <http://imammachali.com>. Dalam Google.com. 2011.

² Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hal. 24

³ Baharuddin, *Pengembangan Lembaga pendidikan Islam: Menuju Pengelolaan Profesional dan Kompetitif*, (Malang: UIN Malang Press, 2011) hal. 30

atau madrasah lainnya yang menetapkan 75% umum dan 25% agama sudah tidak relevan lagi, karena institusi semacam itu hanya akan menghasilkan manusia yang setengah-setengah. Output lembaga tersebut mau disebut ulama tidak layak, ilmuwan apalagi.

Pada dasarnya dukungan masyarakat terhadap keberadaan lembaga pendidikan Islam sebenarnya menyimpan potensi besar⁴ karena secara umum, sebagian masyarakat sudah mulai menaruh kepercayaan kepada lembaga pendidikan Islam. Oleh karena itu, para pemimpin lembaga pendidikan Islam harus mampu “membaca” potensi dukungan masyarakat tersebut sehingga madrasah dapat berkembang menjadimadrasah unggul. Caranya antara lain: *Pertama*, membangun berbagai kekuatan di madrasah. *Kedua*, membangun leadership/ kepemimpinan dan manajemen madrasah. *Ketiga*, membangun pencitraan (*image building*) madrasah. *Keempat*, mengembangkan program-program unggulan yang akan diminati oleh varian masyarakat. *Kelima*, harus berani mengubah *mindset* atau cara berfikir umat Islam.⁵

Selain itu, madrasah semestinya telah melakukan atau paling tidak mengetahui tentang kepuasan pelanggannya (*Madrasah Customer Satisfaction*), namun nyatanya (*de facto*) konsep dan praktek kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) lebih banyak digunakan oleh lembaga-lembaga profit (*provit motive organizations*) sementara lembaga-lembaga

⁴ Baharuddin, *Pengembangan...*, hal 52

⁵ Muhaimin, *Pemikiran dan Aktualisasi Pengembangan Pendidikan Islam*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2012), hal. 105

non-profit seperti lembaga pendidikan (madrasah) tidak begitu memperhatikan tentang konsep dan praktek kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*).⁶

Madrasah seperti yang telah diketahui sebagai lembaga pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa murid, siswa, dan juga masyarakat umum yang dikenal dengan “*stakeholder*”. Lembaga pendidikan pada hakekatnya bertujuan memberi layanan. Pihak yang dilayani menginginkan kepuasan dari layanan tersebut, karena mereka sudah membayar melalui pajak dan berbagai pungutan untuk masuk lembaga pendidikan pemerintah seperti SPP, iuran bangunan, dan sebagainya. Jadi pihak konsumen berhak memperoleh layanan yang memuaskan. Layanan ini dapat dilihat dalam berbagai bidang, mulai dari layanan dalam bentuk fisik bangunan, sampai layanan berbagai fasilitas dan guru yang bermutu. semua layanan tersebut akan bermuara kepada sasaran memuaskan konsumen. Inilah tujuan hakiki dari pemasaran lembaga pendidikan.⁷

Pada dasarnya pemasaran pendidikan bukan bekerja dengan iklan dan promosi yang mengelabui masyarakat, tapi mendidik dan meyakinkan masyarakat ke arah yang benar dan percaya bahwa madrasah ini bermutu.⁸ Intinya penerapan pemasaran tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba

⁶Imam Machali, “manajemen pemasaran jasa pendidikan madrasah sebuah strategi bauran pemasaran marketing mix untuk”. <http://imammachali.com>. Dalam Google.com. 2011.

⁷Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung; CV Alfabeta, 2003), hal. 45

⁸Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 14

lembaga akan tetapi bagaimana menciptakan kepuasan bagi pelanggan sebagai bentuk tanggung jawab kepada *stakeholder* atas mutu dari outputnya.

Penerapan pemasaran terlebih dahulu harus memperbaiki fondasi-fondasi (*image building*), diantaranya perhatian pada kualitas yang ditawarkan (*quality offered in core service*), serta jeli melihat segmentasi dan penentuan sasaran (*careful market segmentation and targeting*).⁹ Penerapan pemasaran pendidikan akan menciptakan budaya kualitas dalam setiap segmen dan langkahnya, sehingga proses pendidikan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan *customer* dan menimbulkan kepuasan, sedangkan kepuasan dari pelanggan pendidikan akan mengantarkan lembaga tersebut pada citra yang lebih baik serta peningkatan peminat pendidikan, sehingga pendapatan lembaga menjadi meningkat pula.

Dengan demikian jelas, bahwa pemasaran madrasah merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat.¹⁰ Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, jika lembaga tersebut menginginkan untuk mampu bersaing. Pemberian kepuasan secara terus-menerus dan berkesinambungan mengindikasikan adanya proses layanan yang harus selalu melakukan inovasi dan pengembangan, karena kepuasan *stakeholder* merupakan proses yang selalu berubah.

⁹Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung; CV Alfabeta, 2011), hal. 337

¹⁰Muhaimin, et al., "*Manajemen Pendidikan*" *Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Madrasah/Madrasah*, (Jakarta; Kencana, 2000), hal. 98

Sebagaimana fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik sejumlah calon siswa. Citra baik tersebut salah satunya dilakukan dengan cara memengaruhi kebutuhan dan harapan *stakeholder* agar sesuai dengan produk dan layanan yang ada di madrasah tersebut. Oleh karena itu, pihak madrasah perlu untuk menerapkan manajemen pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada *stakeholder* sehingga madrasah tersebut dapat bertahan dan berkembang sesuai perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian diatas, secara keseluruhan masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini adalah penerapan pemasaranstrategijkjasa pendidikan sebagai upaya meningkatkan kepuasan siswa dan peranan pemasaran strategikdalam meningkatkan kepuasan siswa terhadap sebuah lembaga pendidikan Islam.Penelitian ini menjadi penting untuk diangkat demi perbaikan dan peningkatan mutu lembaga pendidikan Islam. Selain itu, hasil penelitian ini akan memberikan manfaat pada lembaga pendidikan Islam untuk terus memperhatikan dan meningkatkan kepuasan siswa sehingga *stakeholder* akan tetap berempati pada lembaga pendidikan Islam yang nantinya akan memberikan umpan balik yang positif terhadap lembaga pendidikan Islam tersebut. Sehingga eksistensi lembaga pendidikan Islam dapat terjaga dan dapat terus meningkatkan kualitas baik mutu maupun pelayanan pendidikan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan dua masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan pemasaran stratejikdi MIN Tempel Yogyakarta?
2. Bagaimana peranan pemasaran stratejik dalam meningkatkan kepuasan siswa di MIN Tempel Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Merujuk dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini diharapkan bertujuan untuk:

1. Mengetahui pemasaran stratejik jasa pendidikan yang digunakan di MIN Tempel Yogyakarta.
2. Memahami perananpemasaran stratejik jasa pendidikan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan mutu pendidikan dengan menganalisis kepuasan siswa di MIN Tempel Yogyakarta.

Dengan adanya hasil dari penelitian, diharapkan dapat memberikan manfaat :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai wacana untuk memperluas wawasan dan pengetahuan tentang pemasaran stratejik jasa pendidikan sebagai upaya untuk lebih meningkatkan mutu pendidikan di suatu lembaga pendidikan.
 - b. Penelitian ini setidaknya dapat dijadikan panduan atau pedoman keilmuan dan pengetahuan tentang pemasaran yang selama ini

banyak diartikan oleh masyarakat awam sebagai tindakan mengelabui masyarakat. Sehingga masyarakat dapat memahami dengan benar pemasaran jasa pendidikan yang berorientasi pada mutu pelayanan.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan data ilmiah dan wahana baru bagi perkembangan ilmu pendidikan terutama bagi pengembangan ilmu manajemen pendidikan khususnya manajemen pemasaran jasa pendidikan.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan menambah referensi bagi para praktisi pendidikan untuk mengembangkan lembaga pendidikan Islam di masa sekarang dan yang akan datang.

D. Kajian Pustaka

Untuk mengetahui perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang pernah ada, maka penulis menelaah skripsi-skripsi yang pernah ada yang terkait dengan penelitian ini.

Gradus¹¹ dalam penelitiannya menjelaskan bahwa taktik pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MAN 1 Kalibawang Kulonprogo menggunakan strategi *Marketing Mix* meliputi 7P yakni *product* (produk) yang dihasilkan madrasah tersebut ialah memfasilitasi peserta didik untuk

¹¹ Gradus, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan MAN 1 Kalibawang Kulonprogo*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

meneruskan ke jenjang pendidikan tinggi dan siap kerja serta mengikutsertakan siswanya dalam setiap perlombaan, *price* (harga) yakni dengan memberikan biaya pendidikan yang terjangkau, *place* (tempat) lokasi madrasah tersebut cukup strategis karena dekat dengan sekolah-sekolah lain, berdekatan dengan kecamatan dan koramil, *promotion* (promosi) yang dilakukan dengan mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di masyarakat, *people* (sumber daya manusia) yang dimiliki madrasah tersebut ialah tenaga pendidik yang profesional dan rata-rata memiliki sertifikat mengajar, *physical evidence* (bukti fisik) memiliki berbagai fasilitas yang dapat menunjang kegiatan proses pembelajaran dan setiap tahun mengalami peningkatan dan perbaikan fasilitas, *process* (proses) dalam proses belajar mengajar guru menggunakan berbagai strategi dan metode pembelajaran selain itu, madrasah juga menyediakan ekstrakurikuler sebagai wadah untuk meningkatkan bakat dan minat siswa.

Kemudian Tri Paryatun¹² menjelaskan bahwa peran humas dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Insan Cendekia Yogyakarta yang menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) melalui 7P yaitu mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan publikasi lembaga pendidikan kepada publik intern dan publik ekstern. Perlunya humas mengenalkan lembaganya kepada masyarakat atau calon siswa baru yaitu untuk menarik perhatian masyarakat atau calon siswa baru, serta berusaha menciptakan *image* (citra) positif kepada masyarakat.

¹² Tri Paryatun, *Peran Humas dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Terpadu Insan Cendekia Yogyakarta*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013

Tujuannya agar masyarakat dapat membuat keputusan untuk mendaftarkan anaknya ke lembaga pendidikan tersebut meskipun hasil yang diharapkan belum maksimal.

Selain itu, Andik Sismanto¹³ juga menjelaskan bahwa analisis yang digunakan oleh IAIN Walisongo dalam menetapkan strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu analisis visi dan misi karena telah melakukan program penawaran sebagai pengejawantahan visi dan misi yang ingin dicapai IAIN, analisis *stakeholder* karena melibatkan masyarakat sebagai partner dalam setiap program yang ditawarkan. Analisis kebutuhan karena menitikberatkan pada kebutuhan sosial keagamaan masyarakat dari program-programnya seperti bimbingan, prodi dan sebagainya. Demikian dalam marketing lembaga pendidikan IAIN juga menggunakan analisis SWOT karena selalu memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dari setiap tindakan pemasaran yang dilakukan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan lembaga dan mengupayakan peningkatan mutu lembaga sebagai wujud dari tujuan yang diinginkan.

Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Tinggi yang dilakukan di IAIN Walisongo Semarang adalah penguatan pada masyarakat bahwa IAIN adalah lembaga yang peduli pada keadaan sosial keagamaan masyarakat. Proses manajemen pemasaran dilakukan mulai dari perencanaan yang dipimpin oleh anggota UPMA yang melibatkan pihak rektorat, dekanat dan masyarakat sebagai stakeholder sedang pelaksanaan dilakukan oleh dosen dan

¹³ Andik Sismanto, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Lembaga Pendidikan Tinggi Islam (Studi Kasus di IAIN Walisongo Semarang)*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang, 2008.

mahasiswa dengan dibawah UPMA, pengawasan dilakukan oleh pihak rektorat dengan memberikan saran dan evaluasi yang dilakukan setelah selesai pekerjaan. Model pemasaran yang dilakukan pihak IAIN melalui jalur Muhibbah, pameran pendidikan maupun dilakukan dengan mengajak kerja sama media masa dan media elektronik, juga selebaran.

Penerapan manajemen pemasaran yang ditawarkan baik Gradus maupun Tri Paryatun dalam penelitiannya sama-sama menggunakan bauran pemasaran (7P). Namun hasil yang didapat terdapat perbedaan diantara keduanya. Menurut Gradus, taktik pemasaran jasa pendidikan bauran pemasaran diperlukan untuk mencapai tujuan madrasah dalam menarik konsumen. Sedangkan menurut Tri Paryatun, bauran pemasaran diperlukan untuk mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan publikasi lembaga pendidikan kepada publik intern dan publik ekstern. Berbeda dengan Andik Sismanto, penerapan manajemen pemasaran jasa pendidikan menggunakan pendekatan analisis visi misi, *stakeholder*, kebutuhan, dan analisis SWOT. Dalam penelitian ini, penulis lebih menekankan pada strategi pemasaran stratejik dengan menggunakan analisis eksternal dan internal kemudian mengidentifikasi dan memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi madrasah dan masyarakat sekitar.

Ila Nurmaliya Sofha¹⁴ mengemukakan hasil penelitiannya bahwakualitas jasa dan kepuasan konsumen berdasarkan *servqual* diukur

¹⁴ Ila Nurmaliya Sofha, *Analisis Kualitas Jasa Dan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Model SERVQUAL (Studi Kasus : Analisis Kualitas Jasa Dan Kepuasan Konsumen Rumah Bersalin Gratis (RBG) Rumah Zakat Indonesia (RZI) Yogyakarta)*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

dengan lima dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dari hasil olah data dan analisis data menunjukkan adanya gap yang terjadi pada empat dimensi, yaitu dimensi reliabilitas, daya tanggap, empati dan bukti fisik sedangkan dimensi yang bernilai positif atau tidak terjadi gap adalah dimensi jaminan. Atribut-atribut kualitas jasa RBG RZI Yogyakarta yang perlu mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan kinerjanya yaitu pelayanan karyawan yang mengutamakan kepentingan dan kepuasan pasien.

Selanjutnya Yunawan¹⁵ mengemukakan dalam penelitiannya bahwa dari hasil pengolahan *servqual* yang telah dilakukan dengan melihat kesenjangan (gap) antara kinerja dengan harapan yang diukur dengan lima dimensi yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Selanjutnya diurutkan berdasarkan atribut yang memiliki gap terbesar. Hasilnya menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum memberikan kepuasan bagi pelanggan *service* sepeda motor di PT. Magelang Putra Jaya Motor karena seluruh atribut memiliki gap dengan nilai negatif.

Selanjutnya secara jelas Nikmatun Sa'diyah¹⁶ menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara strategi pemasaran produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap kepuasan nasabah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Penerapan strategi pemasaran memberikan kontribusi sebesar

¹⁵ Yunawan, *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus PT. Magelang Jaya Motor)*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.

¹⁶ Nikmatun Sa'diyah, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah di Baituttamwil Tamzis Kotagede Yogyakarta Tahun 2005*, Skripsi, Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.

42,1% terhadap kepuasan nasabah sedangkan yang lain dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti *people* (sumber daya manusia), proses manajemen BMT, dan kondisi fisik. Lebih jelas dikemukakan oleh Anesti Margarina¹⁷ bahwa tingkat kepuasan dapat tercapai dengan mempertimbangkan beberapa hal; pelayanan yang prima, bagi hasil simpanan yang memuaskan dan bagi hasil pembiayaan yang tidak memberatkan selain karena bagi hasil sesuai dengan syariah Islam. Disamping itu, lokasi perusahaan tetap menjadi pertimbangan sebagian nasabah meskipun jumlahnya tidak sebanyak nasabah yang memperhatikan bagi hasil dan kualitas pelayanan. Kelengkapan produk menjadi bahan pertimbangan terakhir dibandingkan yang lainnya, dikarenakan pada umumnya nasabah hanya terfokus pada produk yang dibutuhkannya saja.

Kepuasan pelanggan menurut Ila Numaliya Sofha dan Yunawan dapat diukur dengan lima dimensi kualitas jasa yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Menurut Sofha pelayanan karyawan haruslah ditingkatkan sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga. Sedangkan menurut Sa'diyah, penerapan manajemen pemasaran memiliki pengaruh yang cukup tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian menurut Margarina, kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan meningkatkan pada pelayanan prima, kenyamanan lokasi, kelengkapan produk yang dibutuhkan pelanggan. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada indikator kepuasan siswa dengan menekankan pada kebutuhan, keinginan, dan harapan siswa. Selain

¹⁷Anesti Margarina, *Analisis Kepuasan nasabah BMT Bina Martabat Insani (BMI) Yogyakarta*, Skripsi, Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007), hal. 152

itu, penelitian ini akan dilakukan pada lembaga *nonprofit* berbeda dengan penelitian Sofha, Yunawan, Sa'diyah dan Margarina yang objek penelitiannya pada lembaga *profit*.

Berdasarkan pemaparan dari skripsi-skripsi diatas, perlu penulis tegaskan bahwa penelitian ini akan mengkaji penerapan pemasaran stratejik jasa pendidikan. Adapun unsur-unsur pemasaran stratejik meliputi *external analysis*, *internal analysis*, dan *strategy identification and selection*. Kepuasan pelanggan akan diukur melalui prinsip AIDA+S yaitu *attention*, *interest*, *desire*, *action and satisfaction*. Semua ini akan diteliti dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sehingga, inilah yang akan membedakan penelitian ini dengan penelitian yang pernah ada berdasarkan pada tema manajemen pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya meningkatkan kepuasan siswa.

E. Landasan Teori

1. Pemasaran Jasa Pendidikan

Penggunaan istilah pemasaran (*marketing*) pada saat ini sudah sangat berkembang disegala sektor kegiatan. Demikian pula pengertian pemasaran sudah lebih luas dan lebih halus. Sekarang istilah pemasaran fokusnya ialah kepuasan konsumen. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan menurut Ara hidayat dan Imam Machali¹⁸ adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan

¹⁸Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), hal. 229

diinginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.

Seperti diketahui bahwa lembaga pendidikan adalah sebuah lembaga penyedia jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa murid, siswa, mahasiswa dan juga masyarakat umum yang dikenal dengan “*stakeholder*”. Lembaga pendidikan pada hakekatnya bertujuan memberi layanan. Pihak yang dilayani menginginkan kepuasan dari layanan tersebut, karena mereka sudah membayar cukup mahal kepada lembaga pendidikan. Jadi pemasaran jasa pendidikan berarti kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan.¹⁹

2. Pemasaran Stratejik

Lembaga pendidikan tidaklah mengutamakan mencari keuntungan dalam bisnisnya, tapi ia mengutamakan *customer value* demi kepentingan hubungan jangka panjang. Kepuasan yang diciptakan ini akan menghasilkan loyalitas konsumen. Inilah yang pada madrasah favorit, mereka bisa menanamkan *value* tertentu dan menciptakan loyalitas masyarakat. Untuk merealisasikan kepuasan dan loyalitas ini maka peranan pemasaran stratejik sangat penting. Pemasaran stratejik sangat mengutamakan orientasi pada konsumen dengan memberikan kepuasan tertinggi dan focus pada tampilan lembaga dalam melayani konsumen dan ini berbeda dengan pemasaran tradisional yang hanya mengutamakan

¹⁹Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen...*, hal 30

peningkatan volume penjualan. Dengan perencanaan yang dilakukan secara aktif dan baik akan dapat mengantisipasi perkembangan masa depan, bahkan faktor diluar lingkungan bisnis akan dapat dikuasai atau diramalkan lebih dulu.

Pemasaran stratejik ini akan menghasilkan keuntungan kompetitif dengan mengkombinasikan cara-cara mempengaruhi konsumen dengan kegiatan terpadu yang dilakukan oleh seluruh personil lembaga. Dengan demikian akan terjalin hubungan lembaga dengan lingkungan dan usaha-usaha marketing harus dipandang sebagai kegiatan dari keseluruhan lini lembaga, bukan kegiatan pada satu bagian saja.

Menurut Aaker yang dikutip oleh Buchari Alma²⁰ memberikan kerangka besar dari manajemen pemasaran stratejik ke dalam tiga aspek utama yaitu:

a. *External analysis* (Analisis Peluang dan Ancaman)

Menyangkut *external analysis* yang perlu diamati menyangkut peluang dan tantangan dari luar lembaga tersebut, menganalisis bagaimana keadaan lingkungan sekitar lembaga. Menurut Kotler dan Keller²¹, tujuan utama pengamatan lingkungan adalah melihat peluang pemasaran baru. Pemasaran yang baik adalah seni menemukan dan mengembangkan. Peluang adalah wilayah kebutuhan atau potensi permintaan *stakeholder* dimana lembaga pendidikan dapat memenuhinya. Untuk mengevaluasi peluang, lembaga dapat

²⁰ Buchari Alma, *Pemasaran....*, hal. 163

²¹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas jilid 1*, terj: Benyamin molan (Jakarta; Indeks, 2007), hal. 64-65

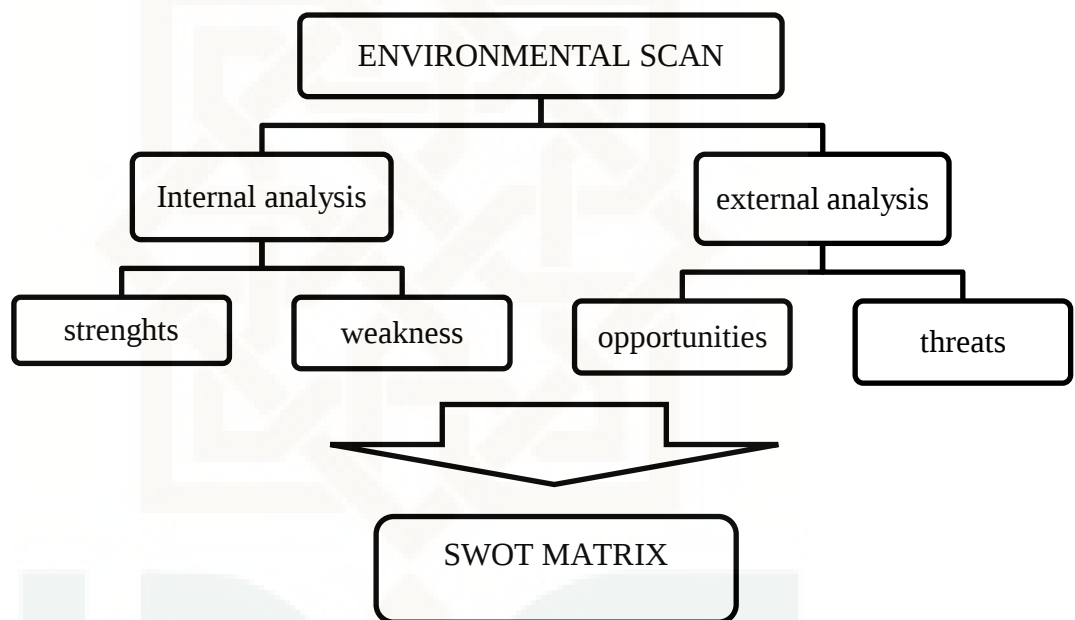
menggunakan analisis peluang pasar (*MOA – Market Opportunity Analysis*). Sedangkan ancaman adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan, yang akan mengurangi minat *stakeholder*.

b. *Internal analysis* (analisis kekuatan dan kelemahan)

Menyangkut faktor internal, yang perlu dianalisis yaitu masalah kekuatan dan kelemahan yang ada dalam lembaga pendidikan. Perkiraan mengenai faktor internal dapat membantu mengidentifikasi dimana posisi sebuah lembaga saat ini: sumber daya yang dapat segera dimanfaatkan dan masalah yang belum juga dapat diselesaikan. Dengan melakukan hal ini kita dapat mengidentifikasi dimana/kapan sumber daya baru, keterampilan atau mitra baru akan dibutuhkan. Bila berpikir tentang kekuatan, perlu memikirkan tentang contoh-contoh keberhasilan yang nyata dan apa penjelasannya.

Untuk menganalisis *internal analysis* dan *eksternal analysis* digunakan teknik Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) dimana suatu metode analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal organisasi. Faktor internal berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) sedangkan faktor eksternal berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman(*Threats*). Penggunaan analisis SWOT dimaksudkan untuk menentukan posisi madrasah. Setelah dilakukan analisis SWOT tersebut, hasil analisis kemudian digunakan sebagai acuan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam

upaya memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang, serta secara bersamaan berusaha untuk meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman. Analisis ini juga digunakan dalam rangka menyusun rencana dan program madrasah. Kerangka kerja analisis SWOT dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Kerja Analisis SWOT menurut Ara Hidayat dan Imam Machali²²

c. *Strategy identifications and selection*

Menyangkut *strategy identifications and selection* perlu analisis mengenai: *Identity strategic, alternatives, product market investment strategies, asset, competencies, and synergies; Select strategy; Implement the operating plan; Review strategies.* Dalam

²²Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan...*, hal. 166

identifikasi strategi perlu dianalisis, adakah kemungkinan alternatifnya, review strategi, implementasi rencana.²³

Menurut Ara Hidayat dan Imam Machali²⁴, langkah-langkah strategis pemasaran madrasah adalah sebagai berikut:

a. Identifikasi pasar

Pasar jasa pendidikan dari sudut pandang marketing secara sederhana dapat dikelompokkan ke dalam dua segmen pasar yaitu *Pertama*, segmen pasar emosional dimana pelanggan yang mendaftar atau bergabung ke sebuah lembaga pendidikan Islam karena pertimbangan religiusitas. *Kedua*, segmen pasar rasional dimana pelanggan sekolah yang benar-benar sensitif terhadap perkembangan dan kualitas pendidikan.

b. Segmentasi pasar dan positioning

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan positioning adalah karakteristik dan perbedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga lainnya. Positioning berfungsi untuk pemasar membedakan jasanya dengan pesaingnya.

²³Buchari Alma, *Pemasaran...*, hal. 156-164

²⁴Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan...*, hal. 243-248

c. Diferensiasi produk

Diferensiasi adalah strategi memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh kompetitor. Sekolah hendaknya dapat memberikan tekanan yang berbeda dari sekolah lainnya dalam bentuk-bentuk kemasan yang menarik seperti logo dan slogan. Melakukan pembedaan secara mudah dapat pula dilakukan melalui bentuk-bentuk tampilan fisik yang tertangkap panca indra yang memberikan kesan baik.

d. Komunikasi pemasaran

Madrasah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam bentuk/format ilmiah seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, forum ilmiah/seminar dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media massa. Publikasi yang sering terlupakan namun memiliki pengaruh yang kuat adalah promosi “*mouth to mouth*” (mulut ke mulut). Alumni yang sukses dapat membagi pengalaman (testimony) atau bukti keberhasilan madrasah.

e. Pelayanan sekolah

Pelayanan madrasah terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan. Adapun pelayanan yang baik terdiri dari lima langkah yaitu: keandalan dalam memberikan pelayanan madrasah sesuai dengan apa yang diharapkan

sehingga kondisi ini dapat membantu keberhasilan proses belajar mengajar. Responsif terhadap pertanyaan, saran, dan keluhan dari orang tua siswa maupun pelanggan madrasah lainnya. Keyakinan akan pengetahuan dan kompetensi guru dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Empati merupakan syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan. Dan terakhir berwujud merupakan penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi. Umumnya jasa pendidikan akan terlihat baik ketika fasilitas fisik tersedia secara lengkap dan baik.

3. Kepuasan Siswa

Kepuasan berasal dari bahasa Latin “*satis*” yang berarti cukup baik, memadai, dan “*facio*” yang berarti melakukan atau membuat. Sehingga kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai²⁵. Menurut Richard F. Gerson²⁶ kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Pengukuran kepuasan pelanggan tidak hanya untuk menentukan bagaimana pelanggan menikmati produk atau jasa yang mereka beli dan pelayanan yang mereka terima, tetapi juga harus mengidentifikasi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan. Kepuasan diartikan sebagai suatu rasa kenikmatan yang diperoleh karena adanya kesesuaian antara apa yang diharapkan dengan apa yang diperoleh. Memberikan kepuasan kepada siswa, merupakan tujuan dari kegiatan marketing dalam

²⁵ Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan...*, hal. 230

²⁶ Richard F. Gerson, *mengukur kepuasan pelanggan : panduan menciptakan pelayanan bermutu*, terj: Hesti Widyaningrum (Jakarta; PPM, 2002), hal. 3-26

rangka menarik calon siswa. Semua rantai nilai yang ada dalam lembaga pendidikan, harus menciptakan nilai tambah bagi siswa. Semua personil, serta proses pendidikan sebagai rantai nilai utama harus dapat memberikan kepuasan dalam layanan kepada para siswa.

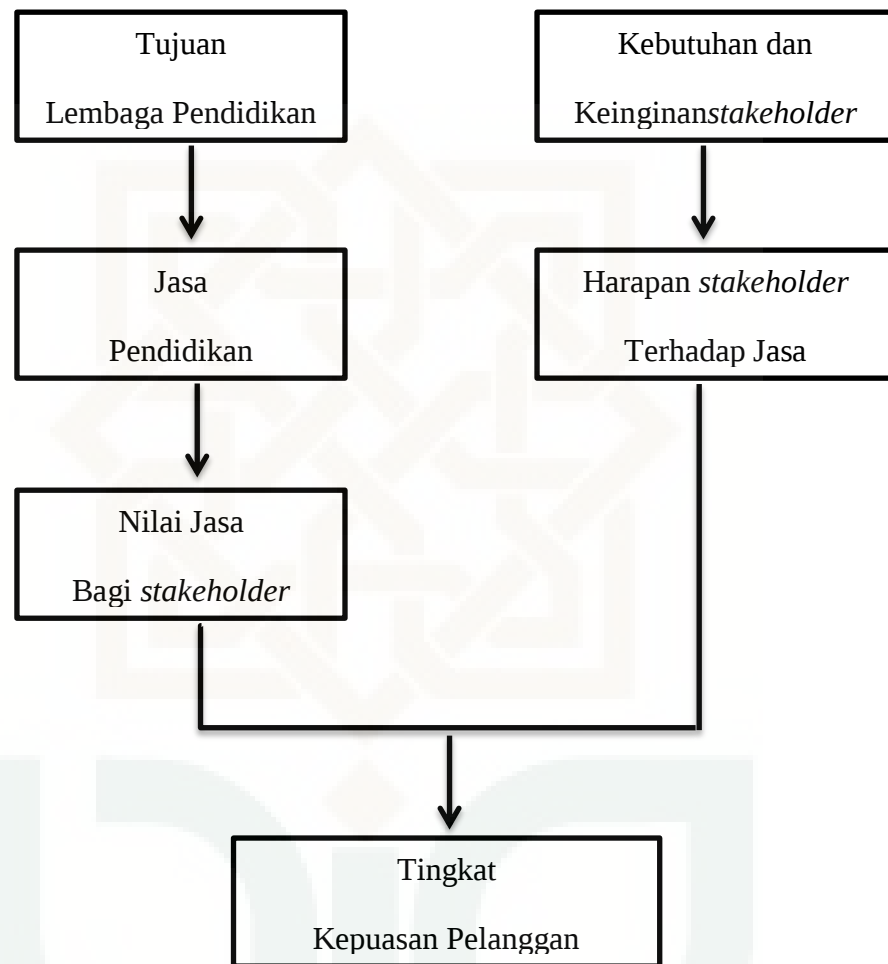
Pada dasarnya kepuasan siswa dapat dilihat dengan menggunakan prinsip AIDA+S (*attention, interest, desire, action, and satisfaction*). Pada awalnya calon siswa mungkin ada perhatian (*attention*) terhadap sebuah lembaga pendidikan yang mungkin ia baca di iklan, informasi dari teman, orangtua dan sebagainya. Kemudian dia mencoba mencari informasi lebih lanjut, menanyakan kepada orang-orang yang dianggapnya lebih mengetahui (*interest*). Proses selanjutnya ialah *desire*, ia berkunjung ke madrasah menanyakan syarat-syarat pendaftaran, testing dan sebagainya. Lalu ia mengikuti tes, lulus, dan ikut proses pembelajaran (*action*). Setelah ia mengikuti proses pembelajaran sekian lama, maka akan timbul kesan pada dirinya merasa kecewa atau puas (*satisfaction*).²⁷

Lebih jelas Fandy Tjiptono²⁸ menjelaskan bahwa untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan empat hal: *Pertama*, mengidentifikasi siapa pelanggannya. *Kedua*, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas. *Ketiga*, memahami strategi kualitas layanan pelanggan. *Keempat*, memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercapai bila kebutuhan, keinginan, dan harapan

²⁷Buchari Alma, *Pemasaran....*, hal. 98

²⁸ Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta; Andi Offset, 2005), hal. 129-130

pelanggan tercapai. Untuk lebih jelasnya perhatikan konsep kepuasan pelanggan sebagai berikut.



Gambar 2. *Konsep Kepuasan Pelanggan yang telah dimodifikasi dari Fandy Tjiptono.*

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini ialah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif

menurut Sugiyono²⁹ adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Metode kualitatif ini digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak. Penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik, yaitu *pertama*, dilakukan dalam kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci. *Kedua*, penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. *Ketiga*, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*. *Keempat*, penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif. *Kelima*, penelitian kualitatif lebih menekankan makna (data di balik yang diamati).

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif ini karena, permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan siswa dan penulis bermaksud untuk mendapatkan data yang lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai, serta untuk memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan ataupun memodifikasi teori. Penelitian ini bersifat deskriptif, yakni berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat

²⁹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung; Alfa Beta CV, 2010), hal. 3-10

sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang terjadi menjadi pusat perhatiannya untuk kemudian dijabarkan sebagaimana adanya.

2. Penentuan Subjek Penelitian

Dalam hal ini subjek penelitian ialah yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Objek penelitian yakni sasaran penelitian yang fokus dan lokus terhadap penelitian.³⁰ Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Tempel Yogyakarta. MIN Tempel memiliki kekhasan dari topik penelitian ini, di MIN Tempel menggunakan strategi pemasaran strategik yang meliputi analisis faktor internal dan eksternal kemudian mengidentifikasi dan memilih strategi yang sesuai dengan hasil analisis faktor internal dan eksternal tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, penentuan subjek haruslah memiliki kualifikasi yakni harus mengetahui, memahami dan mengalami sehingga data yang diperoleh akan lebih valid. Penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni suatu teknik sampling atau teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu dari pihak peneliti sendiri. Sebagaimana diketahui dalam penelitian kualitatif, peneliti akan memasuki situasi sosial tertentu, melakukan pengamatan dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial

³⁰Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta; Kencana, 2007), Hal. 76

dalam objek penelitian penulis.³¹ Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis mengambil narasumber penelitian yang memiliki kualifikasi mengetahui, memahami, dan mengalami penerapan pemasaran stratejik di MIN Tempel Yogyakarta. Adapun subjek penelitian ini ialah:

a. Kepala Madrasah

Kepala madrasah sebagai pemimpin sekaligus supervisor di madrasah tersebut sehingga mengetahui, memahami situasi dan kondisi sosial yang ada dimadrasah dan sekitarnya.

b. Humas Madrasah

Humas di lembaga pendidikan memiliki peranan yang strategis dalam menyampaikan informasi kebijakan publik kepada masyarakat. Peran humas dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasikan lembaga pendidikan kepada masyarakat.

c. Wali murid

Wali murid sebagai salah satu *stakeholder* primer pendidikan mengetahui dan memahami pelayanan jasa pendidikan. Hal ini dapat dilihat dari laporan peserta didik (anaknya), pertemuan wali murid, dan perkembangan prestasi dari peserta didik.

3. Metode pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah

³¹Sugiyono, *Memahami...*, hal.53.

mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.³²

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting* (peristiwa), berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari teknik pengumpulan data dalam kualitatif, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara sebagai berikut:

a. *Indepth interview* (wawancara mendalam)

wawancara mendalam adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. wawancara mendalam digunakan penulis untuk memperoleh informasi yang mendalam dan detail dari informan. Sehingga diharapkan, data yang diperoleh akan lebih valid karena diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan narasumber yang mengetahui, memahami dan mengalami secara langsung.

b. Observasi (pengamatan)

Observasi atau pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.³³ Observasi digunakan untuk mengetahui keadaan dan kondisi lingkungan di MIN Tempel. observasi yang dilakukan penulis diantaranya dengan mengikuti rapat

³²Sugiyono, *Memahami....*, hal. 62

³³ Chilid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999), hal.70

komite, melihat dan mengamati fasilitas, sarana dan prasarana yang ada di MIN Tempel seperti perpustakaan, ruang kelas, koperasi, mushola, kantin, dan lain-lain.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi sosial. Pada intinya metode ini digunakan untuk menelusuri data historis, fakta dan data sosial yang tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi³⁴. Metode ini sebagai pelengkap dan penunjang dari metode interview dan observasi. Metode ini penting untuk memberikan penguatan pada hasil penelitian yang berguna untuk mendapatkan sumber data yang berkaitan dengan sejarah, visi misi madrasah, struktur organisasi, dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan untuk mempermudah dalam menganalisis realitas-realitas yang ada di madrasah.

4. Metode analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari beberapa sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh yakni data yang di dapat tidak berkembang. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas.

³⁴Burhan Bungin, *Penelitian....*, hal. 121

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Selanjutnya analisis data penelitian selama dilapangan penulis menggunakan model Miles and Huberman. Menurut model ini, analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Tahapan analisis data dalam model ini adalah reduksi data, model data (display data), kesimpulan atau verifikasi.

a. Reduksi data

Reduksi data ialah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasi.³⁵ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah penulis untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

³⁵Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 130.

b. Display data

Setelah data direduksi selanjutnya adalah mendisplay data. Pada prinsipnya display data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas ke dalam suatu matriks kategorisasi sesuai dengan tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut ke dalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema.³⁶ Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penulis kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa diskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

³⁶Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba, 2010), hal. 176.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran secara umum terkait susunan skripsi ini, maka penulis perlu mengemukakan sistematika pembahasan yang secara garis besar terdiri dari empat bab sebagai berikut.

Bab I terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian, sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang letak geografis, sejarah berdiri dan perkembangan madrasah, visi misi tujuan dan program MIN Tempel, struktur organisasi, pendidik dan tenaga kependidikan, peserta didik, dan sarana prasarana madrasah yang akan menjadi objek penelitian ini adalah MIN Tempel Yogyakarta.

Bab III berisi tentang hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk analisis data yang bersumber dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi penelitian lapangan. Penjabaran mengenai pemasaran stratejik yang digunakan oleh madrasah dan peranan pemasaran stratejik dalam meningkatkan kepuasan siswa.

Bab IV berisi penutup yang terdiri dari kesimpulan dari olah data dan analisis data dari Bab III, selain itu, pada bab ini juga berisi saran-saran yang membangun dan masukan-masukan untuk MIN Tempel Yogyakarta guna meningkatkan manajemen pemasaran yang berbasis kepuasan siswa dan *stakeholder* dan kata penutup.

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan pemasaran strategik jasa pendidikan di MIN Tempel Yogyakarta yakni dimulai dengan menganalisis faktor internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT kemudian mengidentifikasi dan memilih strategi.
 - a. Kekuatan diantaranya: lembaga pendidikan yang berlabel Islam, mempunyai kelas Tahfidz Qur'an, prestasi-prestasi peserta didik, sarana dan prasarana yang memadai, letak madrasah yang strategis.
 - b. Kelemahannya ialah lemahnya manajemen yang diterapkan, kurangnya kekompakan antar personal, kekurangan ketenagaan di bidang Humas, kekurangan tenaga pendidik ekstrakurikuler, masalah pembiayaan madrasah.
 - c. Peluang antara lain: sebagai madrasah Rintisan Madrasah Unggul, kerjasama yang baik dengan berbagai lembaga terkait, hubungan yang baik dengan wali murid, penerapan kurikulum 2013, citra baik MIN Tempel di masyarakat.

- d. Tantangan diantaranya: banyaknya persaingan dengan sekolah-sekolah berlabel Islam lainnya, konsistensi (pasang surut) semangat dari sumber daya manusianya.

Selanjutnya strategi yang digunakan oleh MIN Tempel dalam mengembangkan dan meningkatkan mutu madrasah dengan melihat hasil dari analisis SWOT diatas adalah strategi *Strenghts-Opportunities* (S-O) yakni menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Maka strategi yang digunakan adalah progresif yang artinya madrasah dalam keadaan prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Untuk merealisasikan strategi tersebut, MIN Tempel menyusun program diantaranya:

- a. POMG (Paguyuban Orangtua Murid dan Guru)
- b. Layanan pendidikan Rintisan Madrasah Unggul
- c. Promosi

Promosi yang digunakan antara lain:

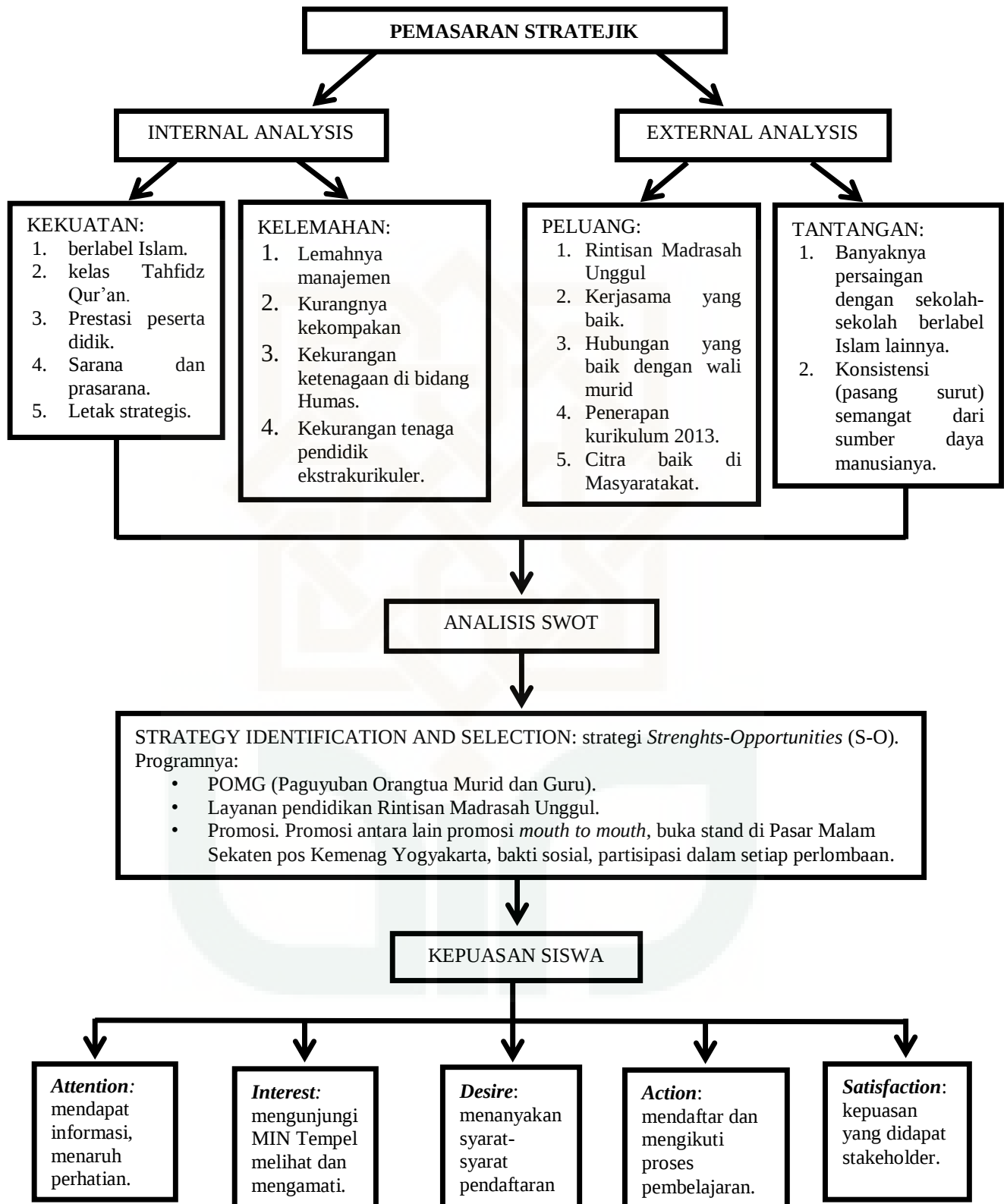
- 1) Promosi *mouth to mouth*
- 2) Buka stand di Pasar Malam Sekaten pos Kemenag Yogyakarta
- 3) Bakti sosial
- 4) Partisipasi dalam setiap perlombaan.

2. Kepuasan siswa dapat dicapai dengan menggunakan prinsip AIDA+S, yakni *Attention* wali murid mendapat informasi, kemudian menaruh perhatian. *Interest* mengunjungi MIN Tempel melihat dan mengamati kondisi Madrasah. *Desire* menanyakan syarat-syarat pendaftaran. *Action* mendaftar dan mengikuti proses pembelajaran. *Satisfaction* kepuasan yang didapat *stakeholder*.

Adapun peranan pemasaran stratejik sebagai upaya meningkatkan kepuasan siswa sehingga dapat:

- a. Meningkatkan animo masyarakat terhadap madrasah.
 - b. Dapat menganalisis kebutuhan dan keinginan *stakeholder*.
 - c. Meningkatkan loyalitas pelanggan pendidikan.
 - d. Dapat memengaruhi kebutuhan dan keinginan *stakeholder*.
3. Dari penelitian tentang pemasaran jasa pendidikan, maka hasil temuan tentang “Pemasaran Stratejik Jasa Pendidika Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel” dapat disajikan dalam skema peta konsep sebagai berikut:

**PETA KONSEP PEMASARAN STRATEGIK JASA PENDIDIKAN
SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA
DI MIN TEMPEL YOGYAKARTA**



B. Saran-Saran

Saran adalah masukan, gagasan atau ide yang sifatnya membangun. Pemasaran jasa pendidikan tidak hanya menggunakan promosi. Namun dilakukan dengan meyakinkan dan mengarahkan masyarakat bahwa lembaga pendidikan ini bermutu. Sehubungan dengan hasil penelitian yang penulis lakukan, sekiranya dapat memberikan saran untuk MIN Tempel sebagai berikut:

1. MIN Tempel agar selalu menjaga komunikasi dan kerjasama dengan berbagai pihak baik pihak intern maupun ekstern. Karena dengan kerjasama yang baik dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan madrasah.
2. MIN Tempel sebaiknya memperbaiki manajemen madrasah dalam hal pembagian tugas dan wewenang sehingga tidak hanya bertumpu pada satu pihak saja.
3. MIN Tempel untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan mutu madrasah baik bidang akademik maupun non akademik. Sehingga masyarakat tetap percaya terhadap mutu pendidikan di madrasah.
4. MIN Tempel agar bisa menciptakan kekompakan dan konsistensi semangat dari tenaga pendidik dan kependidikan sehingga semua program madrasah dapat dikomunikasikan secara baik antar pihak.
5. MIN Tempel untuk selalu melakukan inovasi-inovasi program pendidikan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan *stakeholder*. Selanjutnya dapat memengaruhi kebutuhan dan keinginan *stakeholder*.

C. Kata Penutup

Penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini yang berjudul “Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta”.

Tiada gading yang tak retak, penulis menyadari akan kekurangan dan kekhilafan diri penulis. Memungkinkan adanya perbaikan-perbaikan yang sifatnya membangun dan menyempurnakan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, dengan harapan semoga Allah SWT menerima sebagai amal kebaikan dan memberi pahala dunia dan akhrat. Dengan harapan dan teriring do’a semoga skripsi ini bermafaat untuk penulis dan pembaca sekalian.

Daftar Pustaka

- Andik Sismanto, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Lembaga Pendidikan Tinggi Islam (Studi Kasus di IAIN Walisongo Semarang)*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang, 2008.
- Anesti Margarina, *Analisis Kepuasan nasabah BMT Bina Martabat Insani (BMI) Yogyakarta*, Skripsi, Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007.
- Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*, Yogyakarta: Kaukaba, 2012
- Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik jasa Pendidikan*, Bandung: CV Alfabeta, 2003.
- , dan Ratih Hurriyati (ed), *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Baharuddin, *Pengembangan Lembaga pendidikan Islam: Menuju Pengelolaan Profesional dan Kompetitif*, Malang: UIN Malang Press, 2011.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Chilid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 1999
- David W Craven ; Nigel F. Pierry, *Strategic Marketing*, New York: McGraw Hill, 2009
- Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Gradus, *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan MAN 1 Kalibawang Kulonprogo*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba, 2010

- Ila Nurmaliya Shofa, *Analisis Kualitas Jasa Dan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Model SERVQUAL (Studi Kasus : Analisis Kualitas Jasa Dan Kepuasan Konsumen Rumah Bersalin Gratis (RBG) Rumah Zakat Indonesia (RZI) Yogyakarta)*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.
- Imam Machali, “manajemen pemasaran jasa pendidikan madrasah sebuah strategi bauran pemasaran marketing mix untuk”. <http://imammachali.com>. Dalam Google.com. 2011.
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr., *Manajemen Strategis: formulasi, implementasi, dan pengendalian*, Jakarta: Salemba, 2009.
- Muhaimin, *Pemikiran dan Aktualisasi Pengembangan Pendidikan Islam*, Jakarta: Rajawali Perss, 2012.
- , et al., “*Manajemen Pendidikan*” *Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Madrasah/Madrasah*, Jakarta: Kencana, 2000.
- Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*, Jakarta: Erlangga, 2007.
- Nikmatun Sa’diyah, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah di Baituttamwil Tamzis Kotagede Yogyakarta Tahun 2005*, Skripsi, Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.
- Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas jilid 1*, terj: Benyamin molan Jakarta: Indeks, 2007
- Richard F. Gerson, *mengukur kepuasan pelanggan : panduan menciptakan pelayanan bermutu*, (Hesti Widyaningrum. Terjemahan), Jakarta: PPM, 2002.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfa Beta CV, 2010
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, Bandung: CV Alfabeta, 2011.

Tri Paryatun, *Peran Humas dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Terpadu Insan Cendekia Yogyakarta*, Skripsi, Fakultas Tarbiyah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

Undang-Undang No. 20 Tentang Sistem Pendidikan Nasional Tahun 2003.

Yunawan, *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus PT. Magelang Jaya Motor)*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2012.





**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Yogyakarta Telp. (0274)-513056 Fax. 519734 ; E-mail : ty-suka@telkom.net

Nomor : UIN/KJ/02/PP.00.9/120/2013

Yogyakarta, 01 Mei 2013

Lamp. : -

Hal : *Penunjukan Pembimbing Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak Dr. Imam Machali, M.Pd

Dosen Jurusan KI Fak. Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan pengajuan judul dan hasil seleksi terhadap judul proposal skripsi yang diajukan mahasiswa Jurusan Kependidikan Islam (KI), Bapak ditetapkan sebagai pembimbing saudara:

Nama : Esti Winarni

NIM : 10471004

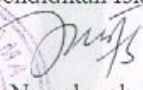
Fak./Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/Kependidikan Islam

Judul Skripsi : **Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Siswa Terhadap SMA 1 Muhammadiyah Klaten Jawa Tengah**

Demikian surat penunjukan pembimbing skripsi ini disampaikan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Ketua Jurusan
Kependidikan Islam


Dra. Hj. Nurrohmah, M.Ag.

NIP. 19550823 198303 2 002

Tembusan Kepada:

1. Ibu Ketua Kajar KI
2. Bina Riset Skripsi
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Yogyakarta Telp. (0274)-513056 Fax. 519734 ; E-mail : ty-

Nomor : UIN/KJ/02/PP.00.9/ 285 /2013

Yogyakarta, 18 November 2013

Lamp. : -

Hal : ***Permohonan Ijin Perubahan Judul***

Kepada Yth.
Jurusan Kependidikan Islam
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Setelah berkonsultasi dan mempertimbangkan dengan Dosen Pembimbing maka judul skripsi mahasiswa:

Nama : Esti Winarni
NIM : 10471004
Jurusan/ semester : KI/ VII
Alamat : Ngemplak, Dompoyongan, Jogonalan, Klaten

Memberitahukan bahwa skripsi yang berjudul:

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN MINAT SISWA TERHADAP SMA 1 MUHAMMADIYAH
KLATEN JAWA TENGAH.**

Berubah judul menjadi:

**PEMASARAN STRATEGIK JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA DI MIN TEMPEL YOGYAKARTA.**

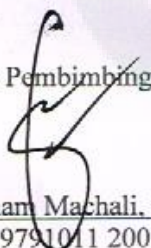
Demikian surat perubahan judul skripsi ini disampaikan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

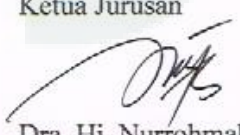
Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Dosen Pembimbing

Mengetahui,

Ketua Jurusan


Dr. Imam Machali, M.Pd
NIP. 19791011 200912 1 005


Dra. Hj. Nurrohmah, M.Ag
NIP. 19550823 198303 2 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jln. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 513056, Yogyakarta; E-mail : tabiyah@uin-suka.ac.id

BUKTI SEMINAR PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Esti Winarni
Nomor Induk : 10471004
Jurusan : KI
Semester : VII
Tahun Akademik : 2013/2014

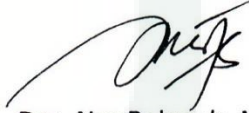
Telah Mengikuti Seminar Riset Tanggal : 19 November 2013

Judul Skripsi :

PEMASARAN STARTEJIK JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN
SISWA DI MIN TEMPEL YOGYAKARTA

Selanjutnya, kepada Mahasiswa tersebut supaya berkonsultasi kepada dosen pembimbing berdasarkan hasil-hasil seminar untuk penyempurnaan proposal yang telah diseminarkan.

Yogyakarta, 19 November 2013
Ketua Jurusan KI


Dra. Nur Rohmah, M.Ag
NIP. 19550823 198303 2 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp. (0274) - 513056 Fax. 519734

Nomor : UIN.02/DT.1/TL.00/6522/2013
Lamp. : 1 Bendel Proposal
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yogyakarta, 02 Desember 2013

Kepada Yth.
Gubernur Provinsi DIY
Ub. Kepala Biro Administrasi Pembangunan
Komplek Kepatihan Danurejan Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami beritahukan bahwa untuk kelengkapan penyusunan Skripsi dengan judul: "**PEMASARAN STRATEGIS JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA DI MIN TEMPEL YOGYAKARTA**" diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengharap dapatlah kiranya Bapak/Ibu memberi izin bagi mahasiswa kami:

Nama : Esti Winarni
NIM : 10471004
Semester : VII
Jurusan : Kependidikan Islam
Alamat : Ngemplak, Dompoyongan, Jogonalan, Klaten
untuk mengadakan penelitian di MIN Tempel Yogyakarta dengan metode pengumpulan data: observasi, wawancara, dan dokumentasi.
Adapun waktu penelitian mulai tanggal : 05 Desember 2013 – 31 Januari 2014.

Demikian atas perkenan Bapak kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Sukirno S. Ag. M. Pd.
NIP. 19720315 199703 1 009

Tembusan:

1. Dekan (sebagai laporan)
2. Program studi KI
3. Mahasiswa bersangkutan (untuk dilaksanakan)
4. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp. (0274) - 513056 Fax. 519734

Nomor : UIN.02/DT.1/TL.00/6523/2013
Lamp. : 1 Bendel Proposal
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yogyakarta, 02 Desember 2013

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Kepala MIN Tempel
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami beritahukan bahwa untuk kelengkapan penyusunan Skripsi dengan judul: **"PEMASARAN STRATEJIK JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA DI MIN TEMPEL YOGYAKARTA"** diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengharap dapatlah kiranya Bapak/Ibu memberi izin bagi mahasiswa kami:

Nama : Esti Winarni
NIM : 10471004
Semester : VII
Jurusan : Kependidikan Islam
Alamat : Ngemplak, Dompoyong, Jogonalan, Klaten
untuk mengadakan penelitian di MIN Tempel Yogyakarta dengan metode pengumpulan data: observasi, wawancara, dan dokumentasi.
Adapun waktu penelitian mulai tanggal : 05 Desember 2013 – 31 Januari 2014.

Demikian atas perkenan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Dr. Sukman, S. Ag, M. Pd.
NIP. 19720315 199703 1 009

Tembusan:

1. Dekan (sebagai laporan)
2. Program studi KI
3. Mahasiswa bersangkutan (untuk dilaksanakan)
4. Arsip



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

SEKRETARIAT DAERAH

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN IJIN

070 / Reg / V / 8275 / 12 / 2013

Membaca Surat : Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan
Keguruan UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Nomor : UIN.02/DT.1/TL.00/6522/2013

Tanggal : 2 Desember 2013

Perihal : Izin Penelitian

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006 tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam Melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 tahun 2008 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah;
4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/opengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : ESTI WINARNI

NIP/NIM : 10471004

Alamat : JL. MARSDA ADISUCIPTO - YOGYAKARTA

Judul : PEMASARAN STRATEJIK JASA PANDIDIKAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN
SISWA DI MIN TEMPEL SLEMAN

Lokasi : Kabupaten Sleman

Waktu : 03 Desember 2013 s/d 03 Maret 2014

Dengan Ketentuan:

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan *softcopy* hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam bentuk *compact disk* (CD) maupun mengunggah (*upload*) melalui *website* : adbang.iogiaprov.go.id dan menunjukkan naskah cetakan asli yang sudah di sahkan dan dibubuhi cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentatati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui *website* : adbang.iogiaprov.go.id;
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeuarkan di Yogyakarta

Pada tanggal 03 Desember 2013

An. Sekretaris Daerah

Asisten Perekonomian dan Pengembangan
Ub.

Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Henda Susilowati, SH.
NIP. 19550720 198503 2 003

Tembusan:

1. Yth. Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta (sebagai laporan)
2. Bupati Sleman CQ Ka. Bappeda
3. Ka. Kanwil Kementerian Agama DIY
4. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Yang Bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jalan Parasamya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
Telepon (0274) 868800, Faksimilie (0274) 868800
Website: slebankab.go.id, E-mail : bappeda@slebankab.go.id

SURAT IZIN

Nomor : 070 / Bappeda / 3513 / 2013

**TENTANG
PENELITIAN**

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Dasar : Peraturan Bupati Sleman Nomor : 45 Tahun 2013 Tentang Izin Penelitian, Izin Kuliah Kerja Nyata, Dan Izin Praktik Kerja Lapangan.
Menunjuk : Surat dari Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kab. Sleman
Nomor : 070/Kesbang/122/2013
Hal : Rekomendasi Penelitian

Tanggal : 05 Desember 2013

MENGIZINKAN :

Kepada :
Nama : ESTI WINARNI
No.Mhs/NIM/NIP/NIK : 10471004
Program/Tingkat : S1
Instansi/Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Alamat instansi/Perguruan Tinggi : Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta
Alamat Rumah : Ngemplak, Dompuyongan, Jogonalan, Klaten
No. Telp / HP : 085878781047
Untuk : Mengadakan Penelitian / Pra Survey / Uji Validitas / PKL dengan judul
**PEMASARAN STRATEGIS JASA PENDIDIKAN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN SISWA DI MIN TEMPEL SLEMAN**
Lokasi : MIN Tempel, Sleman
Waktu : Selama 3 bulan mulai tanggal: 05 Desember 2013 s/d 05 Maret 2014

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. *Wajib melapor diri kepada Pejabat Pemerintah setempat (Camat/ Kepala Desa) atau Kepala Instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.*
2. *Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.*
3. *Izin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.*
4. *Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian berupa 1 (satu) CD format PDF kepada Bupati diserahkan melalui Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.*
5. *Izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.*

Demikian ijin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di Sleman

Pada Tanggal : 5 Desember 2013

a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Sekretaris

u.b.

Kepala Bidang Pengendalian dan Evaluasi

Dra. SUCI IRIANI SINURAYA, M.Si, MM
Pembina, IV/a
NIP 19630112 198903 2 003

Tembusan :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Kepala Dinas Dikpora Kab. Sleman
3. Kepala Kantor Kementerian Agama Kab. Sleman
4. Kabid. Sosial Budaya Bappeda Kab. Sleman
5. Camat Tempel
6. Ka. MIN Tempel, Sleman
7. Dekan Fak. Tarbiyah - UIN Suka Yogyakarta
8. Yang Bersangkutan

PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

Pedoman Wawancara dengan Kepala Madrasah dan Waka Humas

1. Apa yang bapak ketahui pemasaran jasa pendidikan?
2. Bagaimana usaha madrasah untuk memasarkan jasa pendidikan?
3. Apa saja hambatan yang dihadapi madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan?
4. Menurut bapak, apa saja kekuatan yang dimiliki madrasah?
5. Apa saja kelemahan yang dihadapi madrasah?
6. Apa saja peluang-peluang yang mungkin dapat diambil oleh madrasah?
7. Apa saja tantangan-tantangan yang dihadapi oleh madrasah?
8. Strategi apa yang dipilih madrasah dalam menghadapi peluang dan tantangan madrasah dengan melihat kekuatan dan kelemahan?
9. Apa saja program yang sudah dilaksanakan untuk mendukung pemasaran jasa pendidikan?
10. Apa yang bapak ketahui tentang kepuasan siswa?
11. Bagaimana usaha madrasah dalam meningkatkan kepuasan siswa?
12. Apakah strategi tersebut berperan dalam meningkatkan kepuasan siswa?

Pedoman Wawancara dengan Wali murid

1. Apa yang ibu ketahui tentang MIN Tempel?
2. Kenapa ibu menyekolahkan anak ibu di MIN Tempel?
3. Darimana ibu mendapat informasi tentang MIN Tempel?
4. Menurut ibu, bagaimana pelayanan yang diberikan MIN Tempel sudah bagus atau belum? Apa alasannya?
5. Sebutkan apa saja program yang ditawarkan oleh madrasah?
6. Dari program yang ada di MIN Tempel, program apa yang paling ibu senangi? Apa alasannya?
7. Adakah dari kebutuhan pendidikan untuk anak ibu yang belum terpenuhi oleh MIN Tempel? Apa saja?
8. Apa yang ibu inginkan dari MIN Tempel dalam memberikan pendidikan pada anak ibu?
9. Apa harapan ibu terhadap MIN Tempel?
10. Apakah ibu merasa puas dengan pelayanan maupun program yang ada di MIN Tempel?

TRANSKRIP WAWANCARA

NARASUMBER I

Nama : Bapak Ali Shofa, S.Ag
Jabatan : Kepala Madrasah MIN Tempel
Hari/Tanggal : Rabu, 18 Desember 2013
Tempat : Ruang Kepala Madrasah MIN Tempel

Peneliti : langsung mawon nggeh pak, apa yang bapak ketahui tentang pemasaran jasa pendidikan?

Narasumber : nggeh, pemasaran itu ya setahu saya lho secara dasar ya pemasaran ya ada barang kemudian laku itu secara mudah, ada barang kemudian laku diterima masyarakat. Masyarakat secara terus menerus akan memanfaatkan barang itu. Kemudian ketika barang itu rusak atau habis akan beli lagi. Itu apa pemasaran itu intinya adalah bagaimana barang yang dipunyai itu laku. Tapi pada intinya pemasaran jasa pada dunia pendidikan adalah kaitannya dengan dunia pendidikan adalah apa yang diproduksi atau yang dihasilkan oleh pendidikan itu khususnya madrasah. Secara keseluruhan mulai awal sampai akhir bagaimana visi misi, tujuan, proses pembelajaran, evaluasi kemudian sampai delapan standar yang dinilai mulai dari standar kelulusan, standar proses, dan standar pembiayaan, standar evaluasi dan apalagi standar tenaga pendidikan dan kependidikan. Itu semua berproses dan kemudian semua itu tertuju pada standar kelulusan. kemudian mampu menghasilkan yang baik, kemudian masyarakat dengan sendirinya atau dengan proses itulah kemudian produk ini akan diterima oleh masyarakat. Kalau itu baik kalau tidak ya masyarakat akan memberikan warning-warning tertentu, tentunya dengan penurunan jumlah siswa yang masuk atau sebaliknya apabila kualitasnya semakin baik maka masyarakat juga akan semakin banyak yang tertarik tapi kuncinya ya di standar kelulusan tadi. Kalau kelulusannya baik, dengan proses dari awal dari input samapai outputnya baik insyaallah masyarakatnya pun juga akan tertarik.dan itu yang harus dilakukan

secara terus menerus, evaluasi secara terus menerus, diperbaiki secara terus menerus.

Peneliti : kemudian bagaimana usaha madrasah untuk memasarkan produknya dalam memasarkan jasa pendidikannya?

Narasumber : ya, strategi yang dilakukan oleh madrasah khususnya MIN Tempel atau madrasah secara umum ya tidak lain ya pertama tadi agar barang atau produk yang kita tawarkan itu mampu diterima oleh masyarakat. Ketika itu muncul tadi bahwa bagaimana agar mulai dari yang ada di madrasah ini kita proses dalam sebuah planning ya kita produksi kita proses secara terus menerus kita cari strategi-strategi tertentu agar masyarakat itu tahu kita melakukan sebuah proses besar yang menghasilkan sesuatu yang bisa diterima oleh masyarakat itu secara inti secara global. Tapi kemudian MIN Tempel awalnya ini adalah madrasah yang awalnya sangat tidak dikenal nanti sejarahnya ada mungkin jenengan taulah. Dulu saja tidak di sini namanya MIN Tempel, mestinya kan. Dulu awalnya saja di gunungkidul ee.. kemudian di tempel sleman kemudian kenapa harus disini mungkin di sejarahnya tahu. Nah, dari awal-awal jumlah murid atau siswa. Dari awal-awal dapat dilihat luar biasa kecilnya. Muridnya sedikit, gedungnya masih sangat kecil, berada dikondisi di bawah seperti saat ini. Dari situlah kita mencoba bersama-sama dan merangkul lingkungan, kerjasama dengan lingkungan dan kita mendekati tokoh-tokoh dan juga ya lewat apapun yang bisa dilakukan untuk memperkenalkan diri madrasah ini kemudian ada tanggapan positif dari sebagian masyarakat kemudian kesepakatan-kesepakatan masyarakat untuk memasukkan anaknya kesini. Dan ini menjadi tantangan tersendiri bagi madrasah untuk bagaimana amanah yang diberikan oleh masyarakat kepada madrasah itu untuk kita terima kemudian kita berjuang untuk memperbaiki apa yang sudah ada. Sehingga outputnya sekali lagi outputnya lebih bisa dipertanggungjawabkan daripada di awalnya. Alhamdulillah harapannya anaknya bisa membaca, membaca al-Qur'an, punya prestasi alhamdulillah punya prestasi, dan punya hafalan dll, atau yang pokok adalah *"di sekolahke neng madrasah ki mesti akhlake apik."* Itu prinsip dari masyarakat dan mulai berbondong-bondong dari awalnya piye carane

nyari murid yang sangat susah. Lama kelamaan quotanya terpenuhi dan semakin banyak semakin banyak akhirnya untuk saat ini pun proses seleksi yang cukup ketat. Sehingga item-itemnya itu. Jadi apa ya memang ketika kepercayaan itulah kemudian masyarakat percaya kemudian kita rubah juga visi misinya visi yang cukup terkenal disini adalah kebanggaan umat. Sehingga dari itulah masyarakat sudah mulai percaya dan alhamdulillah sedikit banyak ada peningkatan pertanggungjawaban dari segi efek kognitif, psikomotorik, afektif. Ketiga-tiganya bisa dipertanggungjawabkan. untuk hari harinya tahun-tahun terakhir ini memang ya seleksinya ini cukup ketat, setidaknya ada lima item seleksi yang harus diseleksi untuk memudahkan penjangkaran karena kalau di SLTP ataupun SLTA itu kan enak ya pake nem atau nilai UN kemudian tes. Kalau disini itu ya tidak ada nilai UN ya, nah kemudian kita ya kemasyarakat memberi penyuluhan ke TK TK RA mencoba untuk memperkenalkan MI ini hari ini akan pendaftaran jadi apa ya ditanggapi positif oleh MI ee.. apa ya oleh TK TK yang ada disini maupun jauh disini akhirnya kita mengadakan seleksi dari hasil itulah kemudian kita 1:4 lah yang diterima. Dari yang daftar 4 kita terima 1 karena hari terakhir kemarin yang daftar 300 sekian yang diterima 102, ini sebagai contoh.

Peneliti : berarti mengadakan briefing2 di TK TK seperti itu?

Narasumber : awalnya iya, kita datang karena itu tadi awalnya kita datang ke TK tidak hanya ke TK tetapi juga ke lembaga-lembaga masyarakat atau tokoh-tokoh masyarakat terus juga setiap ada kegiatan juga kita mencoba untuk ikut, partisipasi, dll dan juga membuat kegiatan dan kemudian itu tadi kita datang ke lembaga-lembaga yang bergerak di bidang pendidikan dan juga ada TK itu. Awal-awalnya kita datang tetapi pada tahun-tahun ini kita yang mengundang. Kita undang disini ini semestinya sudah persiapan untuk PPDB kita undang sekian puluh kepala RA dan TK kemudian kita berikan sosialisasi kapan kita akan buka pendaftaran bagaimana ya itu mesin itu yang akan bergerak dengan sendirinya kemudian juga banyak yang kesini langsung karena memang seperti itu, banyak juga yang bertanya kapan MIN Tempel akan membuka pendaftaran dan lain-lain. Sehingga jauh-jauh hari biasanya kita sudah melaksanakan meskipun ini

istilahnya titipan. Karena kita sekolahan negeri sehingga pada hari Ha pendaftaran secara umum secara kolektif kita tetap melakukan PPDB.

Peneliti : pastinya dalam sebuah lembaga itu ada kekuatannya, kemudian kelemahan dari sebuah lembaga itu. Nah disini kekuatan dari MIN Tempel ini apa ya pak?

Narasumber : kekuatannya banyak yang jelas kita membawa nilai label Islam ini sebuah kekuatan tersendiri ini karena di lingkungan sini mayoritas adalah Islam, pondok pesantren juga cukup banyak, sehingga itu yang namanya MI ini menjadi kekuatan tersendiri meskipun disisi lain menjangkaunya namanya SDIT. SDIT kan sesungguhnya sudah MI tapi labelnya SDIT dan nama SDIT lebih keren daripada MI tapi alhamdulillah untuk kita dengan kita lakukan pemahaman yang kita lakukan alhamdulillah MI bisa diterima oleh masyarakat umum menjadi kekuatan tersendiri dan image masyarakat kalau sekolah ini *wis podo karo jaman mondok cilik-cilikan* ini kekuatan dan kekuatan yang lain disamping nama tadi kemudian yang kedua adalah dari segi intern ini bahwa apa yang dilakukan oleh temen-temen disini dengan ciri atau kemampuan masing-masing guru yang ada alhamdulillah ini juga menjadi sebuah kekuatan karena dalam sebuah perbedaan-perbedaan yang kecil ini kita satukan dalam sebuah visi yang besar itu menjadi kekuatan yang lebih besar, meskipun orang biasa saja mengatakan boleh nggeh yang namanya pernik pernik, pergesekan, dll itu suatu hal yang lumrah bagi saya ini adalah sebuah rahmat tersendiri. Kekuatan tersendiri yang ini kekuatan yang ada dan juga kita dukung sarana prasarana tempat yang disini cukup terbilang strategis ya karena dekat dengan jalan yang besar kemudian kemana-mana aksesnya mudah ini bagi saya juga kekuatan. Kemudian dari kurikulum yang kita terapkan ya awal tadi yang kurikulum yang umumnya juga ada agamanya juga banyak. Ini juga sebagai sebuah kekuatan. Kemudian anak-anak juga bagi saya sebuah kekuatan yang luar biasa. Karena adanya seleksi tadi juga seperti tadi ini sebagai sebuah kekuatan bagi kami. Kemudian prestasi-prestasi yang diraih oleh anak-anak ini juga saya anggap sebagai kekuatan meskipun kita harus tetap berproses untuk menjadi lebih baik. Minimal bisa memberikan kepada kami.

Peneliti : mungkin untuk kelemahan. Kelemahan yang ada di sini?

Narasumber : kelemahannya secara intern ya di kepalanya. Hehehe yang jelas kelemahan secara umum ya manajemen mungkin kita anggap sebagai sebuah ya kita anggap masih lemah tapi harapanya kita mencoba sekarang untuk belajar membuat apa ya standar-standar tertentu karena kita ditunjuk juga sebagai madrasah rintisan unggul sehingga mau tidak mau kita juga harus mempersiapkan diri terkait dengan SDM tadi, manajemen juga yang utama itu manajemen kemudian juga masalah SDM. Di sini kita masih ee.. SDM guru, SDM kepala harus kita kompakan dulu. Jadi kita punya semangat untuk maju. Jadi insyaallah nanti di 2014 kita sudah akan ada semacam apa ya bukan akreditasi, tapi akreditasi Insyaallah juga iya, namanya kalau dilembaga-lembaga itu namanya ISO. Dengan ISO itu harapannya manajemennya semakin bagus, SDMnya juga semakin bagus. Kita menyadari semua itu dan kita bersama-sama untuk memperbaikinya. Kemudian untuk yang selanjutnya terkait dengan kelemahan yang ada terkait dengan SDM juga sebuah hal yang biasa bahwa dalam sebuah lembaga karena orangnya banyak tadi nggeh orangnya banyak kepentingannya banyak walaupun disisi lain itu adalah rahmatan lil alamin tapi disisi lain juga perlu ada solusi-solusi tertentu dengan keaneragaman tersebut.

Peneliti : dari peluang yang ada diluar itu yang bisa diambil oleh madrasah itu apa pak?

Narasumber : peluang-peluang yang ada diluar.. saya kira semua peluang yang ada diluar itu bisa diambil semua oleh madrasah tergantung kemudian kita seleksi mana yang paling urgent bagi madrasah ini. Ada skala prioritas, tidak bisa semua diambil ya kita tidak dapat memasukkan tapi juga tidak dapat menarik semua peluang yang ada diluar itu kita tarik, kita tangkap dengan kerjasama, dengan orang yang menaruh harapan besar terhadap MIN Tempel baik itu lingkungan yang dekat maupun lingkungan yang agak jauh kita senantiasa terbuka untuk itu. Untuk merubah untuk lebih baik, maka langkah yang kita lakukan juga mencoba kerjasama dengan kalangan perguruan tinggi, dengan perusahaan-perusahaan,

dengan lembaga-lembaga kita senantiasa terbuka. Peluang yang terbuka tadi ya contoh satu pada tahun 2012 akhir bulan Desember itu MIN Tempel mendapatkan SK sebagai salah satu madrasah namanya rintisan madrasah unggul. Di daerah Istimewa Yogyakarta itu ada enam: MInya ada 2 yaitu MIN Tempel dengan MIN Jejeran, MTsnya 2 yaitu MTs N Yogyakarta 1 dan MTs Bantul Kota, MAnya 2 yaitu MAN Yogyakarta 1 dan MAN Yogyakarta 3. Ada enam itu yang dibidik berangkat dari proses yang dilakukan ternyata atasan melirik ada potensi yang luar biasa di MIN Tempel sehingga ditunjuk sebagai madrasah rintisan itu. Kalau disini biasanya disingkat RMU (Rintisan Madrasah Unggul) dan itu berproses terus dan ini satu. Kemudian yang kedua UIN sendiri lewat PGMI juga melakukan kerjasama apa yang bisa kita lakukan, banyak aspek yang bisa dilakukan bersama, kita duduk disana apa yang bisa dilakukan bersama. Termasuk kegiatan-kegiatan dalam rangka pengembangan madrasah maupun pengembangan yang dilakukan oleh UIN seperti ada PPG, KKN, penelitian-penelitian dan ada seminar bersama, dll. Dengan perguruan tinggi yang lain, misalnya dengan UII juga banyak mahasiswa UII yang melakukan penelitian disini dan juga dengan perusahaan-perusahaan ada ya lifebuoy, domestos, dan juga ada perusahaan-perusahaan lain yang melirik untuk diadakan kerjasama. Itu salah satu contohnya.

Peneliti : tantangan yang dari luar pak?

Narasumber : tantangannya juga banyak. Banyak sekali tantangannya yang dihadapi. Persaingan semua industri jasa pendidikan pengen berlomba-lomba meningkatkan mutu khususnya adalah mutu kelulusan. Ketika disana seperti itu, disana seperti itu kalau kita tidak bergerak, kita tidak jeli ya kita akan ditinggalkan. Dilingkungan sini ada yang sekolah berlabel Islam jelas yakni MI Sultan Agung, ada SDIT Salsabila, ada SD BIAS, disana juga ada SD Luqmanul Hakim, ini yang agak dekat juga kemudian juga SD umum juga sudah mulai bermunculan yang mempunyai kualitas sama ada SD Mogeke, ada SD Muhammadiyah Condong Catur, ada SD Muhammadiyah Sleman, ada juga SD Percobaan di UGM itu kemudian SD yang agak besar itu, itu juga sebagai tantangan. Yang jelas kita saling belajar bersama harapannya agar kita semakin

lama semakin baik. Banyak sekarang kita berkonsentrasi di bidang punya ikonik yang tidak dipunyai oleh sekolah lain, yang dipunyai sekolah lain kita juga tidak ketinggalan. Salah satunya adalah Tahfidz harapannya nanti saya berharap besar bahwa nanti MIN Tempel untuk kelas 2 naik ke kelas 3 ada syarat yakni harus punya sertifikat membaca al-Qur'an, kemudian untuk kelas 3 naik ke kelas 4 harus ada hafalan 1 minimal kemudian untuk tahfidz harapannya anak sini semua yang lulus harapannya setidaknya hafal juz 30. Ini salah satu kami juga merubah visi kemarin dari kebanggaan umat menjadi pasti berprestasi. Pasti berprestasi itu bisa dikatakan sebagai jargon tapi juga bisa *dipreteli*. Pasti itu berprestasi tinggi, ber-nya itu berakhlak Qur'ani, prestasinya percaya diri, kemudian juga sehat dan inovatif.

Peneliti : programnya itu apa saja pak, program yang mendukung madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan?

Narasumber : program yang selama ini kita lakukan ya tadi kita awalnya mencoba promosi ya promosi baik oleh gurunya oleh lembaganya MIN Tempel, baik oleh siswa-siswanya itu sendiri, itukan apa ya dalam mencapai langkah itu apa yang dilakukan oleh guru semua menjadi humas, anak-anaknya semua juga jadi humas, lembaganya juga jadi humas, yang kita lakukan bersama seperti tadi kita sekaten. Sekaten setiap tahun Insyaallah kita ikut, ada even-even hadroh atau apa kita ikut, ada lomba apa lomba apa kita mencoba untuk ikut, otomatis akan mengenalkan sedikit demi sedikit mengenalkan MIN Tempel. Orang yang tidak tahu MIN Tempel ya di Tempel sana bahkan pak Rofiq itu nyari MIN Tempel itu ya di Tempel sana pak Rofiq PGMI, ga tahu kalau disini, oleh karena itu kita berusaha memperkenalkan MI itu terlebih nama MI itu juga sebagian belum familiar. Orang-orang diluar sana mengatakan bahwa MIN ini tidak negeri, MIN itu swasta padahal namanya MIN. Ini kan kadang-kadang bagian madrasah ini ada yang belum kenal karena belum familiar dengan lingkungan karena ini orang-orang lebih mengenal dengan SD atau SDIT. MI itu apa.

Peneliti : kemudian apakah strategi itu bisa membuat masyarakat puas dengan layanan dengan madrasah ini?

Narasumber : strategi setelah kita melakukan pengenalan apa ya pengenalan, pembiasaan yang ada disini dilingkungan sini mulai dari salaman di pagi hari, proses belajar mengajar sampai kita juga berusaha meningkatkan prestasi-prestasi anak maupun guru maupun lembaga dan menyempurnakan sarana-prasarana yang ada disini secara kasat mata dengan animo masyarakat yang semakin lama semakin banyak ini dalam tanda kutip kita menganggap bahwa masyarakat cukup puas, parameternya itu. Meskipun kita dari sadari betul, kita harus tetap berproses tetap melakukan perubahan-perubahan yang lebih baik. Masyarakat yang sudah percaya sudah kuat betul itu tidak kecelek, tetep percaya lagi dan percaya lagi karena tidak mungkin semuanya akan percaya 100% meskipun tetep disini sambil kadang-kadang memberikan masukan-masukan. Suatu hal yang sangat apa ya cukup positif bagi saya ketika orangtua datanng kesini berdialog, masyarakat memberikan masukan-masukan untuk meningkatkan layanan masyarakat dan kita terbuka. Selama 24jam saya dan temen-temen bisa lakukan insyaallah ya tetep kita terima. Trik-trik kecil yang mungkin tetap ada, itu tetep kita terima sebagai sebuah masukan

Peneliti : disini katanya ada POMG?

Narasumber : ya POMG sangat-sangat membantu madrasah karena apa ya, saya pernah menulis di Bakti nanti kalau jenengan bisa lihat itu nanti ada tulisan bahwa itu bisa memang antara orangtua kemudian sekolah sendiri maupun masyarakat ini memang harus sangat diuntungkan dengan kerjasama. Kalau tidak ada kerjasama semuanya rugi. POMG itu sebenarnya untuk memperkuat prinsip komite. Selama ini komite ini juga sudah berjalan cuman diperkuat lagi dari kegiatan-kegiatan ini yang namanya POMG (Persatuan Orangtua Murid dan Guru) itulah program madrasah terlebih dahulu kita sampaikan kepada orangtua kemudian orang-orang memberikan tanggapan kemudian akhirnya muncullah kebersamaan visi misi mungkin apa yang harus kita lakukan mereka juga

melakukan apa yang bisa dilakukan oleh POMG apa yang bisa dilakukan oleh sekolah atau madrasah kemudian apa yang bisa dilakukan secara bersama-sama. Ini menjadi salah satu kekuatan tersendiri bagi MIN Tempel apalagi diatas ada kekuatan. Salah satu kekuatan adalah di POMG itu.

Peneliti : mungkin disini ada program Baksos?

Narasumber : Ada. ya itu, baksos itu kita lakukan ada yang secara rutin ada juga yang secara berkala. Spontanitas juga kadang-kadang ada. Yang rutin itu ya ketika idul kurban, tahun sebelumnya kita di Prambanan, kita pengajian kemudian kita penyerahan hewan kurban, tahun kemarin kita di karangtritis daerah turgo kita juga menyerahkan sapi kesana dan juga pengajian disana. Kemudian baksos-baksos yang lain ketika ada kegiatan-kegiatan tertentu dan ada permintaan dari masyarakat itu juga kita anggap sebagai bagian dari baksos seumpama kampung sini mengadakan kegiatan apa dimintai bantuan untuk membantu itu kemudian masyarakat sini pengen menggunakan atau lembaga-lembaga sini ingin menggunakan fasilitas yang ada disini itu juga merupakan bakti sosial kita terhadap lingkungan. Bahkan terakhir kemarin hari senin itu kita menyerahkan tanaman ada trembesi, nangka, mahoni, dll kita serahkan kepada pak dukuh anak-anak yang menyerahkan. Anak-anak bawa semuanya itu jalan kesana kemudian kita serahkan ke pak dukuh untuk ditanam di masyarakat ini juga bagian dari baksos juga. Terkait juga adanya program KMDM (kecil menanam dewasa memanen) itu bagian dari baksos sebagai tanda bakti kita kepada lingkungan. Baksos-baksos yang lain ya kadang-kadang spontanitas begitu kadang-kadang permintaan bantuan itu banyak sekali itu kalau dilayani terus bukan apa-apa tapi kita ada skala prioritas.

NARASUMBER II

Nama : Bapak Muhammad Isa Anshori, S.Sos.I
Jabatan : Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas
Hari/Tanggal : Rabu, 11 Desember 2013
Tempat : Ruang Pertemuan MIN Tempel

Peneliti : apa yang bapak ketahui tentang pemasaran jasa pendidikan?

Narasumber : ehm, jasa dalam pemikiran saya,, jasa itu kan sesuatu yang kita berikan kemudian memberikan apa sesuatu feedback untuk tetap kembali ya, terutama saat kita punya pemikiran satu ketrampilan itu diberikan kepada orang lain dan orang lain itu dan orang lain itu memberikan umpan balik kepada kita dan pemikiran saya dan ketika itu ambil dari sisi sekolah atau madrasah itu kalau menurut hemat saya di era kompetisi seperti sekarang ini menjadi sangat urgent untuk di apa namanya untuk di informasikan lebih detail kepada masyarakat dan memang masyarakat itu paham betul tentang fungsi madrasah itu untuk apa. Jadi sehingga disini memang kemudian madrasah berusaha semaksimal mungkin untuk memiliki nilai jual kepada masyarakat. Khususnya kan di bidang kita memang orang tua yang memiliki anak-anak di usia dini usia pendidikan dasar itu dan secara umum sebetulnya kalau sisi pendidikannya secara umum masyarakat bahwa memang pendidikan itu harus dimulai sejak sedini mungkin maka madrasah dalam hal ini berusaha untuk menggali potensi-potensi yang menarik dan berkualitas tentunya untuk diinformasikan kepada masyarakat atau konsumen pendidikan tentunya.

Peneliti : kemudian usaha apa yang dilakukan madrasah untuk mengenalkan madrasah ini kepada masyarakat, usahanya itu apa saja?

Narasumber : usaha-usaha kita itu tadi, yang pertama, kita memetakan dulu kalau analisis dalam analisis SWOT ya, kekuatan kita itu seperti apa, kelemahan saya itu seperti apa, kelemahan madrasah bagaimana terus kemudian potensi yang

sudah tergali. Kita kan sudah berdiri sejak tahun 1980. Itu ee prestasi-prestasi apa yang sudah kita untuk membuat semacam apa namanya pemetaan. yang unggul itu disini yang nanti disini yang perlu dibina lebih dilejitkan pada bagian-bagian ini dan usaha-usaha kita pada tahap awal menggali dan memetakan kekuatan madrasah. memetakan kekuatan madrasah, nah untuk bisa memiliki nilai jual di dunia pendidikan.

Peneliti : menurut bapak itu kekuatan apa yang dimiliki madrasah?

Narasumber : kalau madrasah ini mulai berkembang pesat itu sejak tahun 2000 sekitar sepuluh tahunan sepuluh duabelas tahun ini, itu strategi kita adalah menggunakan benteng kalau orang di dinas itu ada satu filosofi yang mengatakan basa jawa ne “ *sak kuat-kuate benteng tembok iku ise kuat benteng mangkuk*” itu filosofinya ternyata lebih kuat sekali untuk diterapkan di sini itu sangat mujarab sekali maka ketika insan pendidikan itu menggunakan apa namanya sisi materi dalam wujud misalnya gedung yang megah kemudian fasilitas-fasilitas komputer segala macam banyak sekali kemudian fasilitas yang lain dilemngkapi-lengkapi semua tapi ada satu sisi yang mereka kurang sentuh yaitu komunikasi interpersonal dengan orangtua, maka tahun 2006, 2007 madrasah membentuk wadah namanya POMG (Paguyuban Orang tua Murid dan Guru) itu kita adakan pertemuan satu bulan sekali dan itu merupakan media komunikasi yang sangat efektif. Jadi kita membentuk membentuk itu sifatnya adalah mengefektifkan komunikasi kita dari madrasah kepada seluruh wali murid. Itu yang kami bilang namanya kami menggunakan filosofi benteng mangkuk. Benteng mangkuk itu orang itu kalau kenyang, orang itu kalau kenyang pasti ngapa-ngapain ok. Jadi ketika wali murid itu kita libatkan dan di dalam semua apa namanya kegiatan tentu juga sudah melalui pemisahan anu ya wilayah-wilayah yang harus ini minta bantuan ini wilayah otonomi madrasah itu juga kita petakan tapi adalah keterlibatan wali murid itu adalah sangat kita butuhkan dan basa jawa ne ki mereka itu kita uwongke. Kita ajak ngomong kalau kita kesulitan kita tidak pernah bilang bu tenang saja bu sudah teratasi kita bilang bu pak ini madrasah punya ini tapi kita lemah disini yang ini. Kelemahan ini ada di jenengan lan kita nyuwun

tulung kinten-kinten saget nyengkuyung napa mboten. Dan itu ternyata sangat efektif. 2008 kita itu akreditasi nilai kita itu 93 nilai A. Itu point terbesar adalah kontribusi dari wali murid. Jadi kita sangat efektif sekali tentang kalau di sekolah-sekolah yang lain memang yang saya amati mereka mengandalkan strategi media massa seperti KR, iklan, promosi, pamflet, dan lain sebagainya. Ternyata dengan iklan mulut ke mulut itu ya, kita bercerita, kita cerita ini lho kita kemarin dapet ini dan yang terakhir kan kita dape nasional cabang renang. Kita hanya satu pertemuan, satu komite pengurus, yang pengurus tadi terdiri dari pengurus POMG inti. Jadi ketika mereka kemudian berkumpul dengan kelompok masing-masing perkelas, itu mereka kemudian share kepada yang lain. Jadi kalau anu tekniknya orang jadi satu kemudian di sini kita kemitraan dengan POMG (paguyuban orangtua murid dan guru).

Peneliti : untuk POMG itu ada proposal atau data-datanya itu?

Narasumber : ada, tapi posisinya masih di saya dan untuk tahun ini kita masih mengupdate ya karena 2013 ini komite kan sudah habis masa kepengurusannya dan terus nanti kita harus merefresh lagi membentuk kepengurusan untuk periode berikutnya dan kepengurusan komite ini, terdiri dari struktur-struktur bawahnya terdiri dari pengurus-pengurus POMG masing-masing kelas. Nah berkaitan dengan SK Kakanwil tentang Madrasah Unggul. Rintisan Madrasah Unggul. Kebetulan MIN Tempel menjadi salah satu dari enam madrasah yang mendapat rujukan sebagai rintisan madrasah unggul. Ya kita perbaiki semuanya sehingga untuk tahun ini, data-data tentang kepengurusan POMG, kepengurusan, terutama POMG masih kita anu lagi kemarin terakhir kita sudah kita mintakan kepada wali-wali kelas untuk menyusun itu dan sudah disusun tapi data-datanya masih kita simpan dan belum masih dalam tahap perapian lah tapi ada.

Peneliti : iya,

Narasumber : gapapa ya, ga harus sekarang ya, soalnya nanti masih ada di anu semua dan ini kegiatannya cukup banyak sebelum ini nanti tanggal 20-21 nanti kita

di sekaten lagi dan itu semua yang yang handle pekerjaan saya karena bagiannya pekerjaan kehumasan sehingga agak luar biasa pekerjaannya.

Peneliti : jadi buka stand di sekaten

Narasumber : iya, itu di minta, iya di minta. Di minta untuk ngisi disana. Diminta dari depag. Jadi nek jenengan nanti jenengan kasih no ke saya saja, nanti kalau saya sudah siap jenengan tak kasih. Tentang struktur pengurus POMG karena sekarang masih ada di wali kelas masing-masing dan walikelas 1 dan 2 ini sekarang lagi pada mengikuti Bimtek.

Peneliti : kemudian untuk kelemahan, apakah madrasah ini mempunyai kelemahan?

Narasumber : melihat wilayah kerja kehumasan itu sangat luar biasa banyaknya. Ya disitu selain menginformasikan program madrasah kemudian mencari itu tadi jadi madrasah kemudian untuk menyusun strategi, kompetisi madrasah kemudian sifatnya nanti apa namanya itu luar biasa banyak sekali. Dan bagaimana pencitraan madrasah itu itu sangat banyak sekali sehingga kelemahan kita dengan banyaknya regulasi yang sekarang harus diterapkan kaitannya dengan kurikulum 2013 ini, ini kan satu hal yang baru ya, satu hal yang sangat baru sekali sehingga tenaga kita kemudian tersita banyak untuk itu,, dan itu menjadi satu kelemahan kita ketika menyusun strategi-strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menjadi unsur ketenagaan kita menjadi sangat kurang karena memang grand desain grand desain madrasah ini ada di saya, sementara ketika saya nanti meminta teman-teman untuk apa namanya untuk saya minta share bisa, ada waktu tapi karena begitu tumpukan pekerjaan yang luar biasa itu menjadi sangat sangat kurang efektif untuk saya karena ada strategi-strategi yang sebetulnya betul-betul dipahami. Jadi anu karena kurikulum 2013 ini karena luar biasa anu menyita ketenagaan sementara siswa kita begitu besar 698 siswa itu nek sampai kita lengah sedikit saja wis nanti ada masalah-masalah yang cukup kadang-kadang juga membutuhkan perhatian yang cukup jadi kelemahan kita ada pada ketenagaan kehumasan dan masalah pembiayaan itu sejauh ini kita masih sangat

menggantungkan pada prinsip gotong royong. Alhamdulillah ya itu bisa. Artinya bahwa kehumasan di madrasah itu kan masuknya kalau dalam delapan SNP itu kan istilahnya masih masuk wilayah mana sehingga sekarang untuk humas itu sekarang masuk wilayah standar pengelolaan dan itu salah satunya adalah saya. Itu luar biasa capeknya dan luar biasa repotnya. Saya dari konsep kemudian eksekusi program kemudian sampai evaluasi memang itu harus terlibat semua kemudian tidak hanya share kepada teman-teman atau meskipun dukungan kita besar dari wali murid cuman ketika kita tidak memahami betul konsep itu kepada wali murid maka wali muridpun juga tidak bisa bergerak apa-apa dan kelemahan kita pun adalah pada tenaga untuk memahami tentang konsep-konsep itu kemudian jangkakan ke wali murid ke teman-teman saja kita kadang-kadang perlu waktu yang cukup panjang. Kita misalnya satu program nanti ada studi banding dari Malang misalnya ini nanti gimana itu hanya diopeni oleh tiga orang padahal tamunya begitu banyak dan nanti bagian-bagian itu di share kan. Dan masalah-masalah ketenagaan mungkin, kalau masalah di pembiayaan kita juga sejauh ini masih menggunakan itu bengkok-bengkok neng wali murid itu atas nama komite. Di sekaten ini saja nanti ada pembiayaan dari komite. Alhamdulillahnya dari komite ada kerjasama dan komite itu sudah memahami dan komite menyepakati dan yang terpenting itu untuk madrasah dan untuk anak-anak sudah dilakukan saja.

Peneliti : berarti komunikasi dengan wali muridnya itu sudah terjalin dengan baik begitu ya pak?

Narasumber : sejauh ini iya. Insya Allah seperti itu, perkara tingkat kepuasan dari wali murid itu tidak mungkin itu kita kemudian 100% mengatakan puas itu tidak bisa. satu kelas yang wali muridnya 32 di setiap pertemuan itu misalnya hadir 60% wali murid itu nanti yang 5% atau yang 1 atau 2% sampai 5% itu bersuara agak tajam ke madrasah pasti ada, makanya itu kadang-kadang apalagi dengan jargonnya pemerintah sekolah gratis tapi prakteknya tidak semua bisa digratiskan, tidak semua bisa digratiskan. Kita punya program. Kegiatan ekstrakurikuler saja di madrasah ini ada sembilan kegiatan. Dalam satu minggu

ada sembilan kegiatan ekstrakurikuler. Sembilan ya itu semua yang masuk anggaran dalam negara untuk kegiatan ekstrakurikuler itu hanya satu pun hanya satu yang bisa dibiayai pramuka saja. Pramuka saja kalau untuk sebanyak madrasah ini tidak bisa kemudian memang bukan kendala utama tentang pembiayaan neng ya bisa dijadikan sebagai kendala. Yang penting sekali lagi komunikasi kita ke wali murid tentang apa namanya program-program madrasah dan goal yang kita rencanakan itu sudah jelas dan kita pahami setiap saat dengan konsep repetisi-repetisi pengulangan kita punya ini punya ini yang belum terlaksana ini yang sudah ini ada yang susah ini yang ada seperti ini. yang menjadi domainnya madrasah ini buk yang menjadi domainnya komite ini pak kira-kira bagaimana kemudian masuk masuk.

Peneliti : tadi kan bapak bilang domain madrasah ini domain komite ini. Itu apa saja ya pak?

Narasumber : domain madrasah tentu saja untuk kegiatan-kegiatan intra yang itu tentang visi yang apa namanya visi misi pendidikan. Jadi setahu kami bahwa inti dari pendidikan itu ada tiga, di situ KBM itu ada tiga ya satu intinya itu ada guru, ada siswa kemudian ada materi tiga itu menjadi pokok itu menjadi domain madrasah, kemudian untuk pengembangan tentu dalam hal ini standar proses ya misalnya nanti SNP itu mau ada program, konsep dari kami kemudian kita share kan kepada wali murid. Ya wali murid. Ini madrasah punya konsep seperti ini. Intinya bahwa domain madrasah adalah mengenai konsep pendidikan yang ditawarkan yang ingin dipasarkan oleh madrasah seperti ini. Ketika kita bicara transaksi pendidikan tapi bukan berpikir dalam lingkup transaksional ya.. kita punya konsep kayak gini, komite kira-kira mau bantu dimana? Yang jelas kemudian komite tidak bisa masuk dalam ranah yang menjadi domain madrasah itu tadi. Domain madrasah tentu saja sistem pendidikan kita kemudian goal yang kita arahkan. Memang dalam bahasa yang agak kasar tapi semoga tidak kasar ketika nanti diterapkan bareng-bareng. Dalam komite memang, dalam komite itu nanti kan ada penelitian pengembangan madrasah ada bidang pendidikan madrasah itu masing-masing punya ahlinya. Jadi mereka punya konsep

pendidikan seperti apa nanti dikolaborasikan dengan madrasah tapi lebih jelas sejauh ini kami ingin menghilangkan apa menghilangkan pandangan bahwa komite hanya tukang stempel pembiayaan madrasah. Meskipun mungkin memang itu kalau saya bisa bilang 80-90% memang iya. Karena harus diakui bahwa komite itu terdiri dari wali-wali murid. Dan wali-wali murid itu mempercayakan pendidikan anak-anak mereka kepada madrasah. Kalau madrasah tidak memiliki konsep yang kuat mereka juga tidak akan percaya. Itu yang selama ini kita kembangkan sehingga domain madrasah dalam konsep pengembangan madrasah kemudian nanti hal-hal pembiayaan kemudian promosi kita menggunakan komite. ya promosi kita sebagian besar menggunakan ya itu tadi kita menggunakan promosi khusus. benteng hidup kita ya komite. Kita membuat pencitraan yang positif terhadap madrasah kemudian kita share kepada komite, komite kemudian menshare kepada masyarakat. Gampangannya gini, saya adalah anggota komite disini kebetulan saya dikampung adalah pak RW misalnya. Ketika saya sudah ada citra positif tentang madrasah maka saya ketika ditanya banyak tentang madrasah saya punya banyak nilai plus dan itu akan membuat saya memberikan apa namanya nilai jual sendiri untuk madrasah ini. Dan domain komite ada di situ. Memang disatu sisi pembiayaan.tentu dengan komunikasi bahwa yang namanya pendidikan gratis tidak semua gratis, tidak bisa semua gratis. Di era transaksional seperti sekarang ini kalau saya bilang jaman sekarang ini jaman transaksional ya, apa-apa kalau aku begini aku dapat apa. Semua hampir seluruh seluruh lini kehidupan seperti itu karena tapi kita berusaha mereduksi itu semua dalam dunia pendidikan jangan terlalu begitu itu dan itu mencoba kita pahami kepada komite, untuk tetap bisa bergotong royong. Intinya madrasah punya konsep begini, kita kuatkan konsepnya tolong komite bantu di salah satunya di pembiayaan kemudian di untuk promosi madrasah. Jadi kita menggunakan itu.

Peneliti : konsepnya itu contohnya seperti apa pak? Bagaimana contoh konsepnya?

Narasumber : ya, RMU (Rintisan Madrasah Unggul) terlihat atau tergambar pada konsep awal. Setiap sekolah atau madrasah itu memiliki desain pengembangan

desain pengembangan madrasah saya MIN Tempel itu seperti apa. Awalnya kita memiliki visi dan misi. Visi dan misi itu menjadi konsep utama dari pengembangan madrasah. Nanti dari visi misi madrasah kita punya rencana strategi. Rencana strategi jangka menengah, ada rencana strategi jangka panjang. Dari strategi jangka panjang dan menengah itu tadi kita turunkan lagi ke rencana strategi ee.. rencana strategi kerja tahunan. Kita punya visi “Pasti Berprestasi” kita fokus disini. Nanti InsyaAllah kita sudah buat. Visi madrasah terbaru ini kalau dulu adalah madrasah kebanggaan umat. Kalau sekarang visinya pasti berprestasi. Itu merupakan singkatan. Singkatannya “pasti” itu prestasi tinggi. “Ber” itu berprestasi itu berakhlak qur’ani, prestasinya itu percaya diri. percaya diri kemudian sehat dan inovatif. Setiap kali pertemuan kita memahamkan itu kepada wali murid. Buk, visi kita ini, misi kita nanti ini kemudian langkah-langkah kita nanti seperti ini. Tahun pertama target kita seperti ini, tahun kedua target kita seperti ini, tahun ketiga target kita seperti ini. Itu yang bisa kita bilang kita bilang konsep madrasah seperti ini. Karena itu yang harus memiliki adalah madrasah. Karena madrasah memang punya mimpi menjadi madrasah yang luar biasa. Konsep kita ya di visi dan misi madrasah.

Peneliti : kemudian peluangnya? Peluang apa yang dimiliki madrasah yang bisa diambil oleh madrasah yang dari luar?

Narasumber : MIN Tempel sudah cukup terkenal. MIN Tempel sudah cukup terkenal satu, yang kedua daya dukung orangtua untuk mengeksekusi program madrasah sudah luar biasa. Kemudian dengan status baru madrasah sebagai rintisan madrasah unggul, secara regulasi payung hukum dari atas itu sudah cukup apa namanya kuat sekarang. Kalau dulu kita PPDB (penerimaan peserta didik baru) baru bisa kita laksanakan bareng dengan dinas pendidikan. Tapi tahun ini InsyaAllah per Januari kita sudah bisa buka pendaftaran yang anu... karena kita sudah punya aturan yang kuat. Dan kalau saya melihat potensi dan peluang untuk melejitkan madrasah unggul ini menjadi sangat-sangat baik. Jadi masyarakatnya dalam hal ini wali murid InsyaAllah sudah cukup bangga dan mendukung program madrasah. yang kedua, teman-teman guru-guru juga sudah cukup

tertantang. Jadi madrasah cukup terkenal ini saya malu donk kalau saya jadi guru di MIN Tempel tapi ternyata saya tidak ada apa-apanya.

Peneliti : kalau itu pak ancaman. Ancaman dari luarnya? Tantangannya mungkin persaingannya?

Narasumber : ya, bicara persaingan, kita tantangan dari luarnya adalah tantangan dari dalam kadang-kadang begini dengan peningkatan status yang yang begini adanya RMU itu satu sisi mungkin teman-teman merasa eksaitet ya luar biasa. Kita di percaya oleh negara oleh masyarakat untuk menjadi rintisan unggul rintisan madrasah unggul. Kita harus selalu meningkatkan mutu instansi, kepercayaan diri kita juga, memang juga semakin kita dinaikkan statusnya, ibaratnya pohon semakin tinggi pohonnya itu goyangannya semakin banyak dan tantangannya dari luar mungkin mereka akan melaju sekencang-kencangnya untuk bisa mengejar apa yang kita dapatkan. Nah, kalau kita tidak waspada itu nanti tahu-tahu nanti kita sudah terkejar oleh sekolah lain dan kita hanya mendapat label saja. Kemudian masalah itu kita dan ini memang kerja yang sangat luar biasa ya, tantangan yang paling utama adalah sebenarnya pada konsistensi semangat dari teman-teman untuk bisa semakin meningkatkan status madrasah yang baik.

Peneliti : pandangan bapak tentang kan masyarakat itu berpandangan bahwa madrasah itu tingkat favorisitasnya itu nomor dua, kalah dengan sekolah-sekolah umum seperti itu, biasanya kan kalau wali murid yang menyekolahkan anaknya di madrasah itu karena tingkat religiusitasnya. Bagaimana dengan masyarakat awam yang agamanya dikatakan ya standar. Itu bagaimana?

Narasumber : ehm,, kalau melihat pada realitas dilapangan, saya lihat di data madrasah di kanwil kementrian agama itu sekarang pandangan bahwa madrasah adalah menjadi pilihan kedua itu sepertinya sudah mulai bergeser. Kalau jenengan bisa searching di apa website kanwil atau berkunjung ke kanwil sana bahwa permohonan penambahan fasilitas gedung di madrasah di DIY ini hanya untuk yang negeri saja itu meningkat kuat. Yang dulunya ditawan-tawani “tak wenehi

gedung gelem ora? Ora gelem, emoh pak wong peserta didik ku we muk sithik kok mosok arep diwenahi gedung. Sekarang menurut sensus dinas “*saiki sing jaluk gedung ki nganti akeh*”. Jadi sekarang masyarakat mulai bergeser, bergeser pandangannya tentang sekarang madrasah bukan lagi yang kedua. MIN Tempel setiap tahun itu penerimaan siswa barunya itu yang daftar itu kira-kira sekitar 270an menurut pendaftarannya sampai 300an kemudian yang kita terima itu hanya 3 kelas sekitar 90an setiap kelas 32 berarti 96. Itu kalau kita hanya pake satu gelombang itu kita memakai dua gelombang. Gelombang satu itu namanya intra madrasah kita buat penjangkaran sendiri terus gelombang dua itu dinamakan ikut pada dinas. Ngikut pada dinas, kalau dinas tanggal sekian kita ngikut tanggal sekian. itu hampir selalu dalam anu selalu naik terus. Malah kemarin sampai nambah ruang.

Peneliti : untuk programnya itu apa pak? Saya pernah dengar disini ada baksos ada pengajian, itu?

Narasumber : ya, program untuk anak-anak yang jelas satu, kita selalu mengusahakan anak-anak kita mengikuti kompetisi diluar madrasah dengan skala prioritas. Diusahakan semaksimal mungkin greatnya tidak tingkat kecamatan saja. Kita punya target minimal great tingkat kabupaten. Yang kedua, sebisa mungkin kita memasuki wilayah lintas departemen kita mengikuti kompetisi di dikpora dan lintasnya sudah jogja. Kemudian kita mengusahakan untuk lintas departemen pada great yang lebih tinggi. Alhamdulillah sampai ingkat nasional kita sudah. Sudah sampai sana. Ada satu atlet kita tingkat nasional Fahira itu dicabang renang tingkat nasional. Dia dapat juara 3 di kemenpora cup di Palembang. Terus yang untuk PTK kita mengusahakan untuk apa namanya bisa mengikuti even-even yang sifatnya apa namanya yang memiliki nilai jual yang tinggi misalnya kalau seminar ya seminar nasional, workshop ya workshop yang tidak hanya kelas-kelas anu ya, pokoknya kita mulai merambah ke pemikiran sana. Kemudian kalau untuk yang apa namanya fasilitas-fasilitas umum ya kita sedikit ngitik-itik wali murid. *Buk, sekolahe jenengan wis entuk status kaya ngene, saiki nek kurange ngene-ngene ki kepiye?* Kita tidak pernah maksa. *Buk, sekolahe jenengan niku wis entuk*

RMU, sesuk ki bakale kudu di ngene-ngene ke, sekolah lagi isohe kaya ngene-ngene ki jenengan sagete pripun.

Peneliti : berarti setiap ada masalah di share ke wali murid. Setiap pertemuan POMG itu setiap hari apa pak?

Narasumber : itu biasanya setiap ada yang tiga bulan sekali ada yang kalau saya pengennya satu bulan sekali tapi temen-temen mintanya ada yang dua bulan sekali ada yang tiga bulan sekali. Ada, itu di wali kelas masing-masing, masukan-masukan untuk wali kelas itu ada di bawa POMG masing-masing.

Peneliti : berarti tidak setiap POMG itu dijadikan satu dalam ruangan?

Narasumber : itu masing-masing kelas, per kelas itu efektif dan detail maksudnya. POMG itu ada ketua sekretaris, bendahara pengurus hariannya kemudian ada seksi pendidikannya dari wali murid. Ada kemudian seksi humasnya juga dana dari masing-masing kelas itu. Setiap ada pertemuan biasanya mereka mengadakan pertemuan sebulan sekali ya, itu ada review yang nanti review itu dibahas ditingkat pengurus, kemudian pengurus ditindaklanjuti untuk dikomunikasikan pada wali kelas masing-masing. Wali kelas kemudian dibawa ke rapat dinas madrasah. Di kelas 1A ada masukan begini-begini untuk madrasah, kalau misalnya masukan itu untuk adalah ee..untuk wali kelas masing-masing nanti yang menindaklanjuti wali kelas masing-masing. Misalnya anak saya kok begini-begini ya,, ya nanti wali kelas yang menangani tapi kalau untuk madrasah secara umum nanti yang menangani ya manajemen madrasah secara umum. Jadi masing-masing kelas punya.

Peneliti : untuk pengurus inti dari masing-masing kelas tersenut ada pak?

Narasumber : ada. Setiap kelas ada ketua sekretaris bendahara humas. Karena memang kita seragamkan. Pembentukan itu kita seragamkan dari kelas satu, masing-masing kelasnya.

NARASUMBER III

Nama : Ibu Hanum Rahmawati
Jabatan : Wali Murid Siswa Kelas 3 dan 6, Ketua Umum POMG
Hari/Tanggal : Jum'at, 20 Desember 2013
Tempat : Rumah Ibu Hanum Rahmawati

Peneliti : niki dengan ibu sinten?

Narasumber : dengan ibu Hanum Rahmawati.

Peneliti : sanjange niku ibu pengajar BTAQ?

Narasumber : iya pengajar BTAQ

Peneliti : sudah lama belum buk ngajarnya?

Narasumber : ndak sih kurang lebih baru satu semester, Baru kok. Saya kan kebetulan dari POMGnya tapi kemarin karena ada beberapa yang tidak bisa dilaksanakan ada kekurangan dari sejak kemarin kan juga belum berhasil BTAQnya itu dan akhirnya saya ikut nyemplung dan akhirnya itu saya semoga nanti ke depannya semoga lebih baik lagi lebih baik lagi.

Peneliti : berarti ibu termasuk pengurus POMG?

Narasumber : iya, pengurus inti, kebetulan kalau pengurus yang kelas enam ya ketua umum, setiap kelas kan setiap angkatan ada pengurusnya dan nanti ada pengurus umum, ada pengurus kelas. Kalau yang kelas enam kebetulan pengurus umum. Dimulai kelas lima kan sudah mulai dijadikan satu. Kalau kelas satu, dua, tiga itu perkelas. Kebetulan yang kelas tiga juga ketua pengurus.

Peneliti : langsung saja nggeh buk, apa yang ibu ketahui tentang MIN Tempel itu?

Narasumber : MIN Tempel ya madrasah negeri ya yang disitu dari beberapa tahun berkembang ada kemajuan. Dan banyak kemajuan dan banyak yang menginginkan ke sana.

Peneliti : kemudian kenapa ibu menyekolahkan anak ibu ke MIN Tempel?

Narasumber : karena alasannya karena setiap orang tua menginginkan yang terbaik buat anaknya jadi anggapan kami memang MIN lebih baik dari sekolah yang terutama yang dekat dengan lingkungan sini ya. Ya lebih baik, dari muatan agamanya juga dapat Insyaallah, kemudian dari muatan akademik yang lain juga dapat.

Peneliti : darimana ibu mendapatkan informasi tentang MIN Tempel?

Narasumber : kebetulan dulu dari pelanggan sih. Ya biasa sih pelanggan yang dulu anaknya disekolahkan disana. Awalnya saya nggak tahu mbak sekolah sana itu.

Peneliti : berarti dari pelanggan wali murid MIN yang datang kesini

Narasumber : nggeh, terus saya nyoba lihat kesana, lihat ininya lihat visi misi mutunya dan lain-lain dan akhirnya tertarik untuk memasukkan anak saya kesana.

Peneliti : menurut ibu bagaimana pelayanan di MIN Tempel itu bagus atau tidak pelayanannya?

Narasumber : Ya kalau bagus sempurna semuanya menginginkan itu tapi ya tidak semua bisa, di sekolah manapun pasti semua ada kekurangan dan kelebihanannya. Ya sejauh ini kami rasa sudah maksimal. Guru dan lainnya sudah maksimal ya dalam berupaya. Karena dengan perkembangannya yang juga begitu pesat terkenal baiknya lah Insyaallah.

Peneliti : dari program Min yang ada, program yang paling ibu senangi, yang paling ibu minati yang ada di MIN?

Narasumber : Sebenarnya kalau program hampir semua ekstranya. Kalau dari pendidikannya, ya agamanya itu ya karena memang disana muatannya nambah agamanya jadi darimana pun tahu kalau dari madrasah dan tsanawiyah itu pasti tahu ada tambahan agamanya daripada negeri.

Peneliti : daripada sekolah umum

Narasumber : Nggeh daripada sekolah umum.

Peneliti : Kemudian kebutuhan pendidikan untuk anak ibu itu sudah terpenuhi semua atau belum, sudah dipenuhi Min Tempel atau belum?

Narasumber : Semuanya tidak bisa sempurna lah. Ya berproses dan itu kita kolaborasikan dengan orang tua dalam artian apabila sekolah yang tidak atau belum bisa memenuhi karena satu atau lain sebab itu semua karena ada kekurangan dan kelebihan. Jadi dari wali murid saya sendiri kebetulan ketua, kita menggerakkan orangtua wali juga kalau memang sekolah tidak ada batasnya nanti selanjutnya tanggungjawab orangtua. Kita mau ngasih tambahan ke anak-anak diberikan waktu luang dari sekolah tetep kita orangtua yang maju dan fasilitas sekolah mendukung.

Peneliti : Berarti secara garis besar kebutuhan pendidikan untuk anak ibu sudah terpenuhi oleh MIN?

Narasumber : Iya selama ini sesuai dengan kebutuhannya ya hampir terpenuhi. Ya kalau memang ada beberapa yang tidak terpenuhi itu kita sudah tahu dari awal apa program sana begitu. Memang kita sudah memasukkan anak kita kesana kalau memang tidak ada kita ya tidak bisa maksa dalam artian itu tadi selama program disana ada dan sesuai.

Peneliti : Apa keinginan ibu terhadap MIN Tempel?

Narasumber : Ya lebih baik lagi kinerja gurunya yang telah berupaya diperbaiki lagi dalam artian nggak berhenti sampai disini karena kan perjalanannya masih panjang murid-murid juga setiap tahun kan pasti bertambah kan mbak. Sampai menolak sebelumnya. Kalau bisa nanti kedepannya lebih baik lagi dari yang sekarang atau dari yang kemarin-kemarin, sekarang dan besok lebih baik lagi.

Peneliti : Apakah ibu merasa puas? Berarti ibu merasa puas dengan pelayanan atau dengan program-program yang ada di MIN Tempel?

Narasumber : Ya sebagian besar puas. Itu tadi kalau kita merasa itu tidak puas dan itu tidak bisa dijalankan oleh bapak ibu guru karenan memang waktu schedule mereka juga padat. Ya kita kalau orangtua pengennya anaknya lebih namabh lebih ya kita jalan dan bergeraklah dengan ijin kepala sekolah dan guru-guru yang lain. Dengan menyesuaikan jadwal juga.

Peneliti : Tentang POMG itu buk, itu pertemuannya setiap bulan sekali atau beberapa bulan sekali?

Narasumber : Kebetulan itu kalau dari kelas satu sampai kelas empat itu otonomi ya dalam artian setiap POMG itu punya kelas. Kecuali ada acara besar seperti CTL itu nanti biasanya kan satu angkatan ada tiga kelas nah itu nanti biasanya digabung jadikan satu keputusan. Tapi kalau untuk tiap kelas apa itu punya otonomi sendiri, mau dijadikan seperti apa kelasnya mau dijadikan seperti apa anak didiknya, nanti dari wali-wali lain kesepakatan bersamakemudian bisa dijalankan. Tapi kalau sudah kelas lima enam itu memang kita harus satu suara untuk mendekatkan mendekati anak-anak ujian to mbak, jadi kita persiapannya sudah beda lagi.

Peneliti : Untuk pengurus inti atau umum itu pertemuannya setiap?

Narasumber : Oiya untuk pertemuannya setiap itu tadi setiap kelas berbeda-beda, kayak kelas kami diupayakan satu bulan sekali untuk kelas 3C, untuk kelas lima dan enam itu hanya untuk kebutuhan mendesak, apabila apa itu perlu disampaikan ya kita mengadakan pertemuan ya kurang lebih satu bulan sekali malah bisa satu bulan dua kali. Tapi untuk kelas-kelas lain yang dianggap kurang ya bisa dua bulan sekali, tapi maksimal ya dua bulan sekali. rata-rata satu bulan sekali. Untuk programnya contohnya seperti kemarin anak-anak dirasa kurang bisa di bidang matematika, nah dari POMG kelas mengadakan les. Nanti yang ngajar ya wali murid bergiliran sampai beberapa bulan seperti itu.

NARASUMBER IV

Nama : Ibu Lusi Fitri
Jabatan : Wali Murid Siswa kelas 1 dan 6, Pengurus Komite Bidang Humas
Hari/Tanggal : Sabtu, 28 Desember 2013
Tempat : Depan Ruang Kelas VC MIN Tempel

Peneliti : apa yang ibu ketahui tentang MIN Tempel?

Narasumber : MIN Tempel itu, awalnya saya tahu kalau ada sekolah ini ya pendidikan agamanya, memang basicnya agama setelah anak pertama saya masuk disini jadi saya tahu kalau disini lebih mengutamakan akhlak agama anak-anak terus selain itu juga kemampuan anak di bidang agama seperti mengaji, iqro segala macam, hafalan dan sebagainya.

Peneliti : kenapa ibu menyekolahkan anak ibu di MIN Tempel?

Narasumber : awalnya saya hanya tahu dari orang lain ya, cuman penasaran cuman pengen tahu aja, awalnya saya pengennya anak saya punya landasan agama yang kuat dan setahu saya yang sekolah-sekolah seperti SDIT, swasta itu agaknya mahal gitu ya, MIN disini bukan murah ya bukan cari yang murah tapi memang cocoklah bagi saya bagi saya visi saya ke depan juga sama, sesuai juga dengan kemampuan saya juga.

Peneliti : darimana ibu mendapat informasi tentang MIN Tempel?

Narasumber : awalnya dari teman kemudian langsung survey kesini dan memasukkan disini.

Peneliti : berarti dari teman yang wali murid juga disini?

Narasumber : iya dari teman yang wali murid sini juga. Sebelumnya kakak kelas anak saya gitu. Wali murid juga.

Peneliti : menurut ibu bagaimana pelayanan yang diberikan MIN Tempel terhadap pendidikan anak ibu?

Narasumber : semuanya. Bagus, makin kesini makin bagus. Terutama dengan adanya program madrasah unggulan itu, sekarang sudah lebih SDM nya lebih meningkatkan kapabilitasnya lebih meningkatkan kemampuannya lagi.

Peneliti : dari program yang ada di MIN Tempel ini bu, program apa yang paling ibu minati ibu senang?

Narasumber : intra kalau intra, ekstra dulu ya kalau saya suka yang keluar misalnya ada lomba- lomba seperti itu ya. Sekarang kan banyak fokusnya olimpiade-olimpiade kemampuan anak di bidang akademik seperti itu dan itu ada hubungannya dengan akademik anak ya seperti matematika, kan disitu ada akademik matematika ya. Kalau program intra sekarang ada model baru apa tahfidz terus hafalan-hafalan terus memperdalam al-Qur'an juga ada.

Peneliti : berarti yang BTAQ ya?

Narasumber : iya itu BTAQ. Kalau BTAQ kan dasar, kalau sekarang ada yang baru seperti bacaan yang baik dan benar.

Peneliti : seperti tajwid itu ya bu.

Narasumber : iya benar tajwid, bacaan tartil.

Peneliti : dari kebutuhan pendidikan untuk anak ibu, ada nggak bu kebutuhan yang belum terpenuhi oleh MIN Tempel?

Narasumber : apa ya? SDMnya kurang.

Peneliti : SDM? ketenagaan?

Narasumber : iya, bukan tenaga guru inti ya tetapi tenaga guru ekstra, seperti kemarin kan ada tes BTAQ kan. Anak saya kan sudah banyak ya hafalannya tetapi malah mundur nggak maju, jadi hafalannya tu karena kekurangan waktu dan kekurangan guru. jadi SDMnya kurang tenaga BTAQnya kurang sehingga anak

saya nggak maju gitu lho, harusnya dia hafalannya bisa banyak tapi malah justru nggak bisa banyak. SDM yang diluar intra ya yang ekstra.

Peneliti : yang intranya buk?

Narasumber : intranya, saya kira cukup, he'eh sudah cukup.

Peneliti : kemudian keinginan ibu apa terhadap MIN Tempel?

Narasumber : saya maunya ya dikaitkan dengan madrasah unggul itu ya, apa ya, pertama tadi SDMnya lebih ditambah, ditingkatkan dalam artian kapabilitasnya juga lebih pada porsinya masing-masing. Kalau guru PAI ya dia yang bener-bener kapabilitas itu ya yang bisa tahfidz gitu, sekarang kan banyak ya lulusan yang kurang kompeten di bidangnya. Anak saya juga bilang kalau gurunya juga banyak yang salah juga. SDMnya ditingkatkan pendidikannya terus jumlahnya juga fasilitas saya kira cukup.

Peneliti : apakah ibu merasa puas dengan program dan pelayanan disini?

Narasumber : sejauh ini puas.

NARASUMBER V

Nama : Ibu Arifah Nur Aini
Jabatan : Wali Murid Yang Rumahnya Berdekatan dengan MIN Tempel
Hari/tanggal : Sabtu, 04 Januari 2014
Tempat : Rumah Ibu Arifah Nur Aini

Peneliti : apa pandangan ibu tentang MIN Tempel?

Narasumber : apa ya? Sekolah Islam tapi berbasis apa modern lah.

Peneliti : menurut ibu MIN Tempel itu seperti apa?

Narasumber : kalau sekarang itu mutunya nggak seperti dulu, semenjak ganti kepala sekolah itu kayaknya nggak mengedepankan mutu.

Peneliti : kalau yang dulu seperti apa bu?

Narasumber : kalau yang dulu pak Fahrudin lebih mengedepankan mutu gitu lho, dari wali kelasnya saja kayak saingan gitu lho, jadi nggak pokoknya bedalah. Anak saya kan sudah kelas lima. Kalau pas yang awal-awal itu kan itu nggak ada saingan antar wali kalau sekarang ada. Jadi kayaknya jor-joran gitu lho mbak. Saingan dalam hal apa materi, kalau sekarang lho.

Peneliti : kenapa ibu menyekolahkan anak ibu di MIN Tempel?

Narasumber : kalau saya se tujuannya untuk pendidikan akhlak anak sejak dini, pondasi awal sebagai apa, kan kalau sekarang jaman era reformasi to mbak globalisasi kalau anak tidak dibekali ilmu agama.

Peneliti : bagaimana pelayanan yang diberikan MIN Tempel terhadap pendidikan anak ibu sudah bagus atau belum?

Narasumber : pelayanan cukup baguslah.

Peneliti : alasannya?

Narasumber : alasannya apa ya? Ya pokoknya jadi selama ini cuma apa ya? Kalau gurunya apa ya? Pas jam pelajaran kosong itu nggak diisi selingan apa gitu jadi anak lari kemana-mana.

Peneliti : dari program yang ada di MIN Tempel itu yang paling ibu senang atau minati apa?

Narasumber : program sekolahnya?

Peneliti : iya, intra maupun ekstra

Narasumber : ekstranya hadroh, karena anak saya ikut hadroh.

Peneliti : kalau kebutuhan untuk anak ibu sudah terpenuhi belum, kebutuhan pendidikan?

Narasumber : alhamdulillah sudah mbak.

Peneliti : kalau keinginan ibu terhadap MIN Tempel apa?

Narasumber : keinginannya? Kalau saya sih mbak pengennya yang jualan dipinggir-pinggir jalan sekolah itu ditiadakan soalnya kan saya takutnya kalau anak saya jajan sembarangan terus makanannya tidak terjamin. Kalau bisa itu dihilangkan saja.

Peneliti : apakah ibu sudah merasa puas dengan pelayanan di MIN Tempel? Baik kualitasnya, kebutuhannya apakah ibu sudah puas?

Narasumber : hehehe,,, sudah gitu aja mbak.

Peneliti : kemudian bagaimana pandangan ibu kan di MIN Tempel itu ada POMG, nah itu menurut ibu bagaimana?

Narasumber : kalau menurut saya itu bagus ya karena bisa menjalin tali silaturahmi antar wali murid. Cuma semenjak saya punya anak saya sudah tidak pernah ikut, dulu saya aktif dari kelas satu sampai kelas empat. Kelas empat pas awal-awal itu dan sekarang vakum.

Peneliti : itu programnya apa saja ya bu?

Narasumber : kalau pas saya yang pegang itu dulu ada acara tali silaturahmi ketemu wali terus ada apa pengajian, ada syawalan, dan lain-lain

Peneliti : itu sudah lama atau baru-baru ini POMG itu?

Narasumber : itu sudah dari dulu, sejak anak saya kelas satu sudah ada, dari dulu. Cuma kalau sekarang itu kan yang pegang dulunya nggak aktif sekarang dia yang megang. Kalau dulu saya kan yang megang kelas satu sampai kelas empat awal. Setelah itu saya mundur, nggak tahu lagi terus bagaimana programnya.

Peneliti : kenapa?

Narasumber : saya punya baby itu jadi saya nggak bisa fokuslah.

Peneliti : kalau sekolah di situ tu bagaimana ya

Narasumber : dulu itu ya mbak, memang sekolah disitu itu gratis tapi untuk sarana dan prasarannya itu kurang. Jadi kita sendiri yang harus itu jadi sedikit-sedikit ada tarikan. Terus apa sekarang itu mau masuknya saja sekarang itu kalau nggak punya uang 2,5 nggak bisa masuk. Kalau pas jamannya anak saya dulu kan sumbangan minimal enam ratus pokonya cuma 1.200.000 kalau nggak salah kalau sekarang kan orang sini bilangya itu sekolah MIN Tempel itu sekolah mahal.

Peneliti: dibanding dengan sekolah-sekolah lain itu bagaimana bu?

Narasumber : saya nggak tahu mbak, karena rata-rata anak sini itu sekolah di MIN Tempel karena anak sini kan mendapat prioritas jadi cuman ndilalahnya itu kok anak-anak sini tu pada nunggak semua terus pindah di SD umum. Kalau pas pak Fahrudin itu ketat mbak apa ya penjual-penjual itu bisa diantisipasi tapi kalau sekarang nggak kemudian wali kelas itu nggak saingan. Terus jamannya pak Riyanto itu sering sekali keluar sekolah ngajar bahasa Inggris di kelas anak saya itu nggak pernah ngisi gitu. Terus ganti lagi.

CATATAN LAPANGAN I

Metode Pengumpulan Data : Wawancara
Hari/Tanggal : Rabu, 11 Desember 2013
Waktu : 09.10 – 10.15 WIB
Lokasi : Ruang Pertemuan MIN Tempel Yogyakarta
Narasumber : Bapak Muhammad Isa Anshori, S.Sos.I

Diskripsi Data

Informan adalah wakil kepala bidang Humas di MIN Tempel Yogyakarta. Wawancara ini merupakan yang pertama dengan informan dan juga sebagai wawancara awal penulis dalam penelitian. Wawancara berlangsung selama kurang lebih satu jam di ruang pertemuan MIN Tempel. Pertanyaan yang disampaikan menyangkut penerapan pemasaran stratejik jasa pendidikan yang meliputi analisis faktor internal, eksternal dan identifikasi dan penentuan strategi serta kaitannya dengan kepuasan siswa.

Hasil wawancara terungkap bahwa penerapan pemasaran stratejik di MIN Tempel diawali dengan memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Setelah memahami posisi madrasah dimana, pihak madrasah mengambil strategi yang disesuaikan dengan keadaan dan kondisi madrasah. Sehingga madrasah mengambil beberapa program diantaranya dengan paguyuban orangtua murid dan guru atau disingkat dengan POMG yang sudah berjalan lama, menggunakan promosi *mouth to mouth*.

Interpretasi

Dengan adanya komunikasi dan kerjasama yang baik dengan wali murid diharapkan MIN Tempel dapat terus meningkatkan mutu baik layanan akademik maupun non akademik. Selain itu, juga terdapat problem dalam pengorganisasian humas, pekerjaan humas hanya bertumpu pada satu orang yang menghandle semua pekerjaan humas. Kemudian bidang kehumasan masih menjadi satu dengan standar pengelolaan.

CATATAN LAPANGAN II

Metode Pengumpulan Data : Wawancara
Hari/Tanggal : Rabu, 18 Desember 2013
Waktu : 07.10 – 08.15 WIB
Lokasi : Ruang Kepala Madrasah MIN Tempel Yogyakarta
Narasumber : Bapak Ali Shofa, S.Ag

Diskripsi Data

Informan adalah kepala madrasah di MIN Tempel Yogyakarta. Wawancara ini merupakan wawancara yang kedua dengan pihak madrasah. wawancara berlangsung selama kurang lebih tiga puluh menit di ruang Kepala Madrasah MIN Tempel Yogyakarta. Pertanyaan yang disampaikan menyangkut kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan MIN tempel kemudian strategi yang digunakan MIN Tempel. Kemudian program-program yang mendukung pemasaran stratejik jasa pendidikan, penerapan pemasaran stratejik dalam meningkatkan kepuasan siswa.

Hasil wawancara terungkap bahwa MIN Tempel memiliki beberapa kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan. Kemudian bagaimana awal mula MIN Tempel mencari siswa hingga sampai akhirnya menolak siswa. Strategi-strategi yang digunakan awalnya briefing ke TK, RA, lembaga-lembaga masyarakat, kemudian sekarang MIN Tempel tidak lagi briefing namun mengundang beberapa puluh Kepala TK, RA untuk sosialisasi pendaftaran.

Interpretasi

Terdapat beberapa kekuatan yang menjadikan MIN Tempel dapat berkembang antara lain menjadi salah satu Rintisan Madrasah Unggul. Kekuatan ini dapat dimanfaatkan untuk menarik calon siswa. Namun madrasah juga memiliki kelemahan pada manajemennya, pada pembagian tugas dan kekompakkan antar personal harus ditingkatkan agar tidak terjadi gap diantara personal madrasah.

CATATAN LAPANGAN III

Metode Pengumpulan Data : Wawancara
Hari/Tanggal : Jum'at, 20 Desember 2013
Waktu : 08.15 – 09.15 WIB
Lokasi : Rumah Narasumber jalan Bandeng Raya
Minomartani Yogyakarta.
Narasumber : Ibu Hanum Rahmawati

Diskripsi Data

Informan adalah salah satu wali murid MIN Tempel yang juga pengajar BTAQ sekaligus ketua Umum POMG kelas 5 dan 6, ketua POMG kelas 3C. Wawancara ini merupakan wawancara ketiga yang dilakukan peneliti. Wawancara berlangsung kurang lebih enam menit di rumah Ibu Hanum Rahmawati. Pertanyaan yang disampaikan menyangkut pemahaman wali murid mengenai MIN Tempel, kemudian kepuasan terhadap layanan di MIN Tempel, program POMG di MIN Tempel.

Hasil wawancara terungkap bahwa strategi yang digunakan oleh MIN Tempel yakni dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan sendirinya pelanggan akan kembali dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang ada di MIN Tempel. dari program yang ada di MIN Tempel baik intra maupun ekstra, semua mempunyai kontribusi dalam memberikan kepuasan.

Interpretasi

Kepuasan dapat diberikan dari berbagai sisi. Salah satunya dengan adanya kerjasama yang baik dengan wali murid. Wali murid terlibat aktif dalam proses pendidikan anaknya baik di madrasah maupun di rumah. Keterlibatan wali murid secara langsung di madrasah memberikan kekuatan tersendiri untuk MIN Tempel dalam mengembangkan madrasah.

CATATAN LAPANGAN IV

Metode Pengumpulan Data : Wawancara dan Observasi
Hari/Tanggal : Sabtu, 28 Desember 2013
Waktu : 13.00 – 16.00 WIB
Lokasi : Serambi dan Ruang pertemuan MIN Tempel
Narasumber : Ibu Lusi Fitri

Diskripsi Data

Informan adalah salah satu wali murid siswa kelas 1 dan 6, sekaligus pengurus komite bidang Humas. Wawancara ini merupakan wawancara keempat dari penelitian ini. Wawancara berlangsung kurang lebih tiga puluh menit di serambi MIN Tempel. Pertanyaan yang disampaikan menyangkut pemahaman wali murid mengenai MIN Tempel, kemudian kepuasan terhadap layanan di MIN Tempel, program yang diminati.

Setelah wawancara dengan narasumber, penulis kemudian melakukan observasi dengan mengikuti rapat komite dengan pengurus komite periode sebelumnya, beberapa perwakilan ketua POMG perkelas, beberapa guru MIN Tempel. Observasi berlangsung kurang lebih dua jam lebih tiga puluh menit. Pembahasan dalam rapat tersebut berkaitan dengan pergantian kepengurusan komite yang baru.

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa alasan orangtua memasukkan anaknya ke madrasah karena pendidikan agama. Hal ini menunjukkan bahwa segmentasi pasar madrasah adalah orangtua yang memiliki tingkat religiusitas tinggi. Hasil observasi mengungkapkan bahwa MIN Tempel pada tahun 2014 akan mengikuti program ISO. Selain itu, MIN tempel akan memanfaatkan kembali websitenya. Kemudian dukungan pembiayaan terbesar dari wali murid.

Interpretasi

Beberapa orangtua wali murid menyatakan puas menyekolahkan anaknya ke MIN Tempel dengan program-program pendidikan agamanya. Namun disisi lain, madrasah juga memiliki problem kurangnya tenaga pengelola pemasaran. Pengurus komite yang kurang terkoordinasi.

CATATAN LAPANGAN V

Metode Pengumpulan Data : Wawancara dan Observasi
Hari/Tanggal : Sabtu, 04 Januari 2014
Waktu : 09.30 – 12.30 WIB
Lokasi : Sekitar MIN Tempel
Narasumber : Ibu Arifah Nur Aini

Diskripsi Data

Informan adalah wali murid MIN Tempel yang tempat tinggalnya berada di sekitar lingkungan MIN Tempel. Wawancara ini merupakan wawancara kelima dari penelitian ini. Wawancara berlangsung kurang lebih delapan menit di rumah Ibu Arifah Nur Aini. Pertanyaan yang disampaikan tidak jauh berbeda dengan narasumber ketiga dan keempat yakni menyangkut pemahaman wali murid mengenai MIN Tempel, kemudian kepuasan terhadap layanan di MIN Tempel, program yang diminati, perkembangan MIN Tempel.

Sebelum melakukan wawancara, penulis melakukan observasi dan dokumentasi di lingkungan MIN Tempel. dokumentasi dilakukan dengan mengambil beberapa gambar pada bagian-bagian sarana dan prasarana yang ada di MIN Tempel.

Hasil wawancara mengungkapkan bahwa perkembangan MIN Tempel dari dulu awal sampai sekarang mengalami peningkatan. Namun, akhir-akhir ini ada keluhan dari wali murid sekitar bahwa mutu MIN Tempel mengalami penurunan.

Interpretasi

Terdapat problem dalam memberikan kepuasan terhadap masyarakat sekitar. Banyaknya siswa sekitar madrasah yang tinggal kelas kemudian pindah sekolah. Hal ini membuat wali murid masyarakat sekitar kecewa dan sering adanya pungutan-pungutan membuat masyarakat sekitar menyebut madrasah dengan sebutan sekolah mahal.



Pintu Masuk MIN Tempel



Papan Nama MIN Tempel



Lingkungan dalam Madrasah



Mushola MIN Tempel



Perpustakaan MIN Tempel



Perpustakaan MIN Tempel



Ruang Kelas



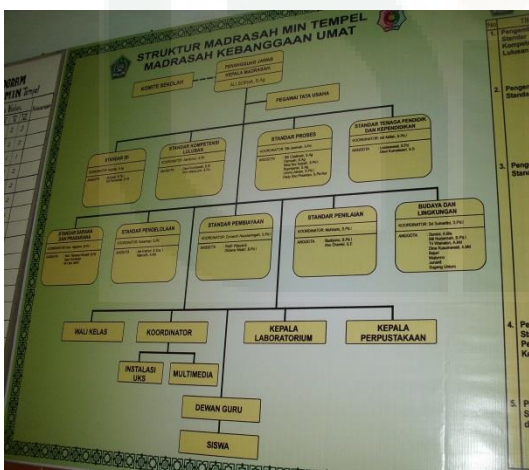
Ruang Kelas



Halaman Madrasah



Koperasi Madrasah



Struktur Organisasi MIN Tempel



Logo MIN Tempel



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Esti Winarni

NIM : 10471004

Pembimbing : Dr. Imam Machali, M.Pd

Judul : Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta.

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Jurusan/Program Studi : Kependidikan Islam

No	Tanggal	Konsultasi ke	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	07-11-2013	1	Konsultasi Proposal Skripsi	
2	11-11-2013	2	ACC Proposal Skripsi	
3	09-12-2013	3	Konsultasi Instrumen Penelitian	
4	24-12-2013	4	Konsultasi Bab I-II	
5	13-01-2014	5	Konsultasi Bab III-IV	
6	17-01-2014	6	Melengkapi Bab I-IV	

Yogyakarta, 20 Januari 2014

Pembimbing,

Dr. Imam Machali, M.Pd

NIP. 19791011 200912 1 005

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

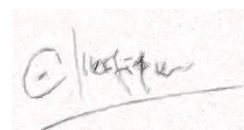
Nama : Esti Winarni
Tempat/ Tgl Lahir : Klaten, 26 April 1992
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat Asal : Ngemplak, RT. 02/RW. 01, Dompnyongan, Jogonalan, Klaten
Nomor HP : 085878781047
Nama Ayah : Suroto
Nama Ibu : Suminah

Riwayat Pendidikan:

- SDN 1 Dompnyongan Tahun 1998-2004
- SMP N 1 Jogonalan Tahun 2004-2007
- SMK N 1 Jogonalan Tahun 2007-2010
- Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2010

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Penulis,



Esti Winarni
NIM. 10471004