

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Strategi Kerjasama Madrasah dengan Masyarakat

##### 1. Pengertian Strategi Kerjasama/Partisipasi Masyarakat di Madrasah

Kata *Strategic* berasal dari bahasa Yunani *Strategos* atau *Strategous*. *Strategous* berarti jenderal, namun dalam Yunani Kuno sering berarti perwira Negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas. Pendapat yang lain mendefinisikan strategi sebagai kerangka kerja (*framework*), teknik, dan rencana yang bersifat spesifik atau khusus.<sup>28</sup>

William P. Antholely berpendapat bahwa strategi merupakan sarana yang digunakan organisasi-organisasi untuk mencapai tujuan. Strategi adalah rencana yang disatukan sehingga mengikat semua bagian dalam organisasi, strategi bersifat menyeluruh meliputi semua aspek kegiatan organisasi yang harus dilaksanakan secara terpadu dalam arti keserasian (sinergi) antara satu dan yang lain.<sup>29</sup>

Menurut Wijaya masyarakat adalah sekelompok orang yang mempunyai identifikasi sendiri yang membedakan dengan kelompok lain dan hidup di dalam wilayah atau daerah tertentu secara tersendiri. Kelompok ini, baik sempit maupun luas mempunyai perasaan akan adanya persatuan diantara

---

<sup>28</sup> Imam Machali & Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktek Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), hlm.202.

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm.204.

kelompok itu. Sekelompok orang dikatakan masyarakat apabila didalamnya terdapat proses saling mempengaruhi.<sup>30</sup>

Dalam ilmu manajemen, istilah partisipasi diartikan sebagai proses pelibatan mental dan emosional dalam suatu aktifitas. Newstrom dan Davis membatasi konsep partisipasi sebagai “ *mental and emotional involtment of the persons in a group situation that encourages them to contribute to group goals and share responsibility for them*”, yaitu keterlibatan mental dan emosional individu dalam suatu situasi kelompok yang mendorong mereka berkontribusi untuk mencapai tujuan dan berbagi tanggung jawab atas pencapaian tujuan kelompok.<sup>31</sup>

Sedangkan partisipasi masyarakat ialah keikutsertaan masyarakat dalam merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi serta mampu untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi, baik secara langsung maupun tidak langsung sejak dari gagasan, perumusan kebijaksanaan hingga pelaksanaan progam. Partisipasi masyarakat juga diartikan keikutsetaan masyarakat baik secara aktif maupun pasif dalam peningkatan mutu pendidikan berupa pikiran, tenaga, dana serta mempunyai rasa tanggung jawab guna mencapai tujuan.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> St. Rodliyah, *Partisipasi Masyarakat dalam Pengambilan Keputusan dan Perencanaan di Sekolah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm.32.

<sup>31</sup> Nurhattati Fuad, *Manajemen Pendidikan Berbasis Masyarakat: konsep, strategi dan implementasi*, (Jakarta: rajawali, 2014), hlm.107.

<sup>32</sup> St. Rodliyah, *Partisipasi Masyarakat dalam Pengambilan.....*, hlm.33-34.

Menurut Anne Wescott Dood dan Jean L. Konzal, upaya menggalakkan pelibatan public atau stakeholder (*public involvement*) tidaklah cukup, tetapi lebih jauh perlu melakukan kontrak dengan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan. Satuan pendidikan perlu membangun “ *public engagement*” dengan cara memberi kesempatan seluasnya pada public, khususnya orang tua, untuk terlibat dalam penetapan visi, misi, program serta strategi implementasinya.

Secara lengkap, L.E. Decker dan V.A Decker menekankan pentingnya pelibatan masyarakat dengan cara membangun kerja sama kemitraan antara satuan pendidikan dengan masyarakat, dan *stakeholder* yang bertujuan mencipta system dukungan yang responsive dalam rangka berkolaborasi untuk menjembatani kebutuhan masyarakat.<sup>33</sup>

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa strategi kerjasama/partisipasi madrasah dengan masyarakat adalah suatu kerangka kerja (*framework*), teknik, dan rencana yang bersifat spesifik atau khusus yang dilaksanakan secara terpadu dan sinergi antara satu aspek dengan lainnya, dengan melibatkan masyarakat dalam membangun kerjasama kemitraan antara madrasah dengan masyarakat (Pondok Peantren/Panti Asuhan).

Oleh karena itu, hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan suatu proses komunikasi yang harmonis. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan pengertian masyarakat akan kebutuhan dan kegiatan yang

---

<sup>33</sup> Nurhattati Fuad, *Manajemen Pendidikan Berbasis Masyarakat, ...*.....hlm.117.

diselenggarakan sekolah. Dengan mengetahui kebutuhan dan kegiatan sekolah tersebut, masyarakat terdorong untuk bersedia bekerjasama dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan kuantitas tetapi tetap mengacu pada kualitas.<sup>34</sup>

## **2. Bentuk-bentuk Partisipasi Masyarakat**

### **a. Partisipasi menggunakan jasa yang tersedia**

Jenis partisipasi ini merupakan jenis paling umum. Masyarakat hanya memanfaatkan jasa sekolah dengan memasukkan anak ke sekolah.

### **b. Partisipasi dengan memberikan kontribusi dana, bahan dan tenaga.**

Masyarakat berpartisipasi dalam perawatan dan pembangunan fisik sekolah dengan menyumbangkan dana, barang, atau tenaga.

### **c. Partisipasi secara pasif**

Artinya menyetujui dan menerima apa yang diputuskan oleh sekolah (komite sekolah), misalnya komite sekolah memutuskan agar orang tua membayar iuran bagi anaknya yang bersekolah dan orangtua menerima keputusan tersebut dengan mematuhi.

### **d. Partisipasi melalui adanya konsultasi**

Orangtua datang ke sekolah untuk berkonsultasi tentang masalah pembelajaran yang dialami anaknya.

### **e. Partisipasi dalam pelayanan**

---

<sup>34</sup> Syaiful Sagala, *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan: Pembuka Ruang Kreativitas, Inovasi dan Pemberdayaan Potensi Sekolah dalam Sistem Otomasi Sekolah*, (Bandung: Alfabeta,2011),hlm.235.

Orangtua/masyarakat terlibat dalam kegiatan sekolah, misalnya orangtua ikut membantu sekolah ketika ada studi banding, kegiatan pramuka, kegiatan keagamaan, dll.

f. Partisipasi sebagai pelaksana kegiatan yang didelegasikan/dilimpahkan

Misalnya, sekolah meminta orangtua/masyarakat untuk memberikan penyuluhan tentang pentingnya pendidikan, masalah gender, gizi, dsb.

g. Partisipasi dalam pengambilan keputusan

Orangtua/masyarakat terlibat dalam pembahasan masalah pendidikan (akademis/non akademis) dan ikut dalam proses pengambilan keputusan dalam rencana pembangunan.<sup>35</sup>

Ngalim Purwanto (1987) merumuskan tiga jenis hubungan kerjasama sekolah dan masyarakat, yaitu:<sup>36</sup>

a. Hubungan Edukatif

Yaitu hubungan kerjasama dalam hal mendidik murid, antara guru di sekolah dan orangtua dalam keluarga. Adanya hubungan ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan prinsip atau bahkan pertentangan yang dapat mengakibatkan keragu-raguan pendirian dan sikap pada diri anak/murid.

b. Hubungan Kultural

Yaitu usaha kerjasama antara sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan

---

<sup>35</sup> *Ibid*, hlm.41-42.

<sup>36</sup> M Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Rosdakarya, 1987), hlm.194-195.

masyarakat tempat sekolah itu berada. Kegiatan-kegiatan kurikulum sekolah disesuaikan dengan kebutuhan dan tuntutan perkembangan masyarakat.

c. Hubungan Institusional

Yakni hubungan kerjasama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi-instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah

Peran serta masyarakat dalam berbagai bentuknya harus selalu diupayakan. Salah satu strategi dalam pengembangan jejering kemitraan menuju kemandirian lembaga, adalah melakukan dengan kebijakan yang terencana dan terprogram. Karena revitalisasi dan implementasi program pendidikan & pembelajaran integratif di sekolah, keluarga, dan masyarakat tentunya membutuhkan kemitraan dengan berbagai pihak terkait.<sup>37</sup>

Berikut ini langkah-langkah kemitraan lembaga pendidikan dengan berbagai pihak yang terkait adalah sebagai berikut:<sup>38</sup>

a. Identifikasi Intern Lembaga.

Pada tahapan ini madrasah dan lembaga mitra mengidentifikasi komponen-komponen yang belum dimiliki untuk penyelenggaraan program yang akan menjadi kebutuhan program, langkah awal yang harus dilakukan yaitu lembaga menilai komponen apa yang harus ada pada penyelenggaraan program tersebut. Contoh dalam penyelenggaraan program pelatihan peningkatan kualitas ajar, yang harus disiapkan diantaranya; gedung,

---

<sup>37</sup> Fari Ulfah, *Manajemen PAUD: Pengembangan Jejaring Kemitraan Belajar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm.222.

<sup>38</sup> *Ibid*, hlm.222-223.

perlengkapan, bahan ajar, peralatan, tenaga pelatih, peserta dan dana, dari kebutuhan yang diperlukan apakah sudah terpenuhi semua yang ada di lembaga, kalau ada yang belum terpenuhi itulah kebutuhan yang harus dipenuhi untuk pelaksanaan program.

b. Merumuskan Aspek yang Perlu Dimitrakan

Dari hasil kegiatan identifikasi langkah selanjutnya menyusun prioritas kebutuhan. Berdasarkan data hasil identifikasi, sehingga dari kegiatan ini akan diketahui komponen-komponen mana yang akan dimitrakan terlebih dahulu berdasarkan tahapan kegiatan pelaksanaan program dan juga menyusun kriteria-kriteria hasil identifikasi lembaga dibuat aspek-aspek yang akan dibutuhkan untuk penyelenggaraan program, kebutuhan tersebut akan menjadi aspek yang akan dimitrakan dengan lembaga lain dan juga menentukan kriteria calon mitra.

c. Mencari Lembaga Calon Mitra

Setelah diketahui komponen-komponen yang akan dimitrakan langkah selanjutnya mencari lembaga calon mitra lain yang sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang telah ditentukan.

d. Membuat Kesepakatan-kesepakatan hak dan Kewajiban Mitra Kerja

Setelah ada calon yang ditentukan berdasarkan kriteria yang dibutuhkan langkah selanjutnya membuat kesepakatan-kesepakatan berkenaan dengan hak dan kewajiban mitra kerja, keputusan tersebut berdasarkan

persetujuan kedua belah pihak. Selanjutnya membuat peraturan-peraturan yang disepakati bersama, yang akan menjadi pedoman kedua belah pihak dalam rangka melaksanakan jaringan kemitraan.

### 3. Prinsip-prinsip Partisipasi dengan Masyarakat

Agar partisipasi masyarakat berhasil, dalam prosesnya partisipasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:<sup>39</sup>

a. Keterpaduan (*integrity*)

Prinsip ini mengandung makna bahwa semua kegiatan partisipasi harus terpadu, dalam arti partisipasi harus terkait dengan segenap kegiatan pendidikan, baik bersifat akademik maupun non akademik.

b. Kesenambungan (*continuity*)

Kegiatan partisipasi masyarakat harus dilakukan secara terus-menerus, sinambung, tidak dilakukan incidental dan sewaktu-waktu, atau dalam momen tertentu saja, namun dilakukan sejak melakukan penyusunan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pendidikan.

c. Ketercakupan (*coverage*)

Partisipasi masyarakat hendaknya mencakup gagasan/pikiran, tenaga, material berupa barang maupun uang, dan melibatkan segenap unsur masyarakat baik individual maupun kelompok secara proposional.

d. Kesederhanaan (*simplicity*)

---

<sup>39</sup> Nurhattati Fuad, *Manajemen Pendidikan Berbasis Masyarakat: konsep.....*, hlm.120-121.



Dalam proses pengelolaannya dilakukan secara sederhana, tidak rumit agar berbagai pihak dengan mudah dapat berpartisipasi, dan dapat dipertanggungjawabkan secara baik.

e. Bersifat membangun (*Constructivenees*)

Partisipasi harus bersifat konstruktif, dalam arti mampu membangun kebersamaan dan memberi respons positif dan solutif terhadap permasalahan masyarakat yang dapat dilayani lembaga pendidikan di sisi lain.

f. Daya adaptasi

Partisipasi masyarakat hendaknya disesuaikan dengan keadaan lingkungan masyarakat itu sendiri, dalam hal ini termasuk penyesuaian aktivitas, substansi, dan pendekatan/cara.

## **B. Pemasaran dalam Jasa Pendidikan**

### **1. Pengertian dan Konsep pemasaran dalam Jasa Pendidikan**

Menurut Lockhart (2005), pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu dimana siswa, orangtua siswa, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.<sup>40</sup>

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses social dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui

---

<sup>40</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm.16.

penciptaan (*creation*) penawaran, perukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.<sup>41</sup>

Buchari Alma (2005) mengungkapkan ada beberapa tahap perkembangan konsep marketing yang digunakan oleh para pengusaha dalam menghadapi persaingan, yaitu:<sup>42</sup>

a. Konsep Produksi

Konsep produksi dalam jasa pendidikan harus tetap memegang teguh peningkatan mutu lulusannya.

b. Konsep Produk

Konsep sudah berlaku sejak lama, pada saat produsen berada pada posisi kuat. Produsen menghasilkan produk yang sangat baik, menurut ukuran atau selera produsen sendiri, bukan menurut kehendak konsumen, konsumen demikian banyaknya, sehingga selera mereka pun sangat bervariasi. Selera konsumen tidak dapat diidentikkan dengan selera produsen.

Jika ini diterapkan dalam lembaga pendidikan, maka pimpinan lembaga tidak boleh berbuat sekehendaknya, walaupun dalam rangka ingin meningkatkan mutu. Pimpinan sekali-kali harus memonitor apa kehendak konsumen.

c. Konsep Penjualan

---

<sup>41</sup> Ara Hidayat & Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dalam Mengelola Madrasah dan Sekolah*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), hlm.229.

<sup>42</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, .....hlm.46-50.

Pengusaha yang menganut konsep penjualan berpendapat bahwa yang penting, produsen menghasilkan produk kemudian produk ini dijual ke pasar dengan menggunakan promosi secara besar-besaran. Jika diterapkan dalam lembaga pendidikan, maka ada kecenderungan lembaga menggunakan surat kabar, TV, memasang iklan.

Para pengelola pendidikan yang menganut konsep penjualan, hanya mementingkan tugasnya saja. Asal tugas sudah dijalankan maka selesailah kewajibannya dan dia akan menerima gaji sesuai dengan yang ditetapkan. Karyawan seperti ini tidak akan pernah memikirkan, dia tidak peduli apakah layanannya sudah baik atau belum, pokoknya tugas selesai.

#### d. Konsep Marketing

Konsep ini lebih menekankan kepada “kepuasan konsumen”. Tujuan marketing ialah bagaimana usaha untuk memuaskan selera, memenuhi “*needs and wants*” dari konsumen.

Lembaga pendidikan yang menganut konsep marketing, bisnisnya hanya bukan sekedar mengajar siswa setiap hari sesuai jadwal kemudian melaksanakan ujian, lulus habis perkara. Tapi harus lebih jauh dari itu. Siswa harus merasa puas dengan layanan lembaga dan harus siap melayani siswa.

#### e. *Konsep Responsibility = Konsep Societal* = konsep Kemasyarakatan

Konsep ini menyatakan bahwa dunia perusahaan harus bertanggung jawab pada masyarakat terhadap segala perilaku bisnisnya. Perusahaan harus menghasilkan produk yang dapat diandalkan, tidak cepat rusak, tidak berbahaya jika digunakan oleh konsumen, dan turut menjaga kelestarian alam.

Lembaga pendidikan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat luas, atas mutu lulusan yang dihasilkannya. Jangan sampai lulusan yang dihasilkan malah membawa eksese di masyarakat. Lembaga pendidikan harus bertanggung jawab terhadap uang masyarakat yang dipungut dan yang digunakan, sehingga betul-betul memberikan hasil maksimal buat kepentingan masyarakat.

## **2. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan**

Kotler dan Fox yang dikutip David Wijaya dalam bukunya mengungkapkan bahwa ada tiga unsur penting dari perumusan strategi pemasaran, yang bertujuan untuk memastikan bahwa organisasi berperan di pasar dengan cara yang paling efektif. Ketiga unsur tersebut adalah sebagai berikut:

### **a. Strategi Penentuan Pasar Sasaran (*Target Market Strategy*)**

Strategi ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmen pasar jasa pendidikan tertentu dari total pasar jasa pendidikan. Pemasar jasa pendidikan hanya berfokus pada segmen pasar jasa pendidikan itu.

b. Strategi Penentuan Posisi Pasar Persaingan (*Competitive Positioning*)

Strategi ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut sekolah yang berbeda-beda sehingga membuat sekolah berbeda dari kompetitornya yang beroperasi pada segmen pasar jasa pendidikan yang sama.

c. Strategy Bauran Pemasaran (*Marketing Mix Strategy*)

Strategi ini merupakan perpaduan dari berbagai unsur yang disajikan sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan untuk mempromosikan jasa pendidikan yang dimilikinya.<sup>43</sup>

Sedangkan Imam Machali dan Ara Hidayat merumuskan 5 langkah strategis pemasaran jasa pendidikan/madrasah, yaitu:<sup>44</sup>

a. Identifikasi Pasar

Tahapan pertama dalam pemasaran sekolah/madrasah adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini, perlu dilakukan suatu penelitian/riset pasar pendidikan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahapan ini adalah pemetaan dari sekolah lain.

b. Segementasi Pasar dan Positioning

Segementasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku,

---

<sup>43</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*,....., hlm.55.

<sup>44</sup> Imam Machali & Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), hlm.296-299.

yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. *Positioning* berkaitan dengan bagaimana pemasar membedakan jasanya dengan pesaing (memilih pesaing).

Penentuan posisi pasar merupakan cara untuk memosisikan produk ke pikiran pelanggan. Menurut (Wilson dan Gilligan, 2005) penentuan posisi pasar adalah proses untuk merancang citra dan nilai organisasi agar pelanggan pada segmen pasar tersebut dapat memahami posisi organisasi atau merek dalam kaitannya dengan competitor.<sup>45</sup>

c. Diferensiasi Jasa Pendidikan

Diferensiasi adalah strategi memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh competitor. Strategi diferensiasi dilakukan dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya: persepsi mengenai keunggulan kerja, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, dan *brand image* yang lebih unggul.

Kazmi mengemukakan bahwa ada beberapa variabel penting yang dapat mempengaruhi organisasi untuk membedakan penawaran produknya dengan competitor, sebagai berikut:<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*,.....,hlm.61.

<sup>46</sup> *Ibid*,hlm.63.

- a. Diferensiasi produk, yaitu diferensiasi yang terjadi melalui perubahan bentuk produk dan berbagai atribut produk lainnya atau dengan menetapkan kinerja produk dan rancangan produk yang berkualitas.
  - b. Diferensiasi jasa, yaitu diferensiasi yang terjadi apabila produk fisik tidak mudah dibedakan dengan kompetitornya, biasanya dalam anekajasa yang menawarkan jaminan produk atau kontrak pemeliharaan, hadiah, pelatihan kepada pelanggan, dan sebagainya.
  - c. Diferensiasi karyawan, yaitu diferensiasi yang terjadi melalui pelatihan karyawan agar dapat memiliki pengetahuan dan kompetensi, sikap sopan santun kepada pelanggan, kredibilitas individu, reliabilitas dan ketanggapan kepada pelanggan, serta ketrampilan komunikasi.
  - d. Diferensiasi citra, yaitu diferensiasi untuk membedakan identitas dan citra organisasi dengan memosisikan dirinya atau produknya.
- d. Komunikasi Pemasaran

Pengelola sekolah hendaknya dapat mengkomunikasikan pesan-pesan pemasaran sekolah yang diharapkan pasar, seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, forum ilmiah dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti dalam media massa.

Menurut Lovelock, ada dua keputusan penting yang berkaitan dengan strategi penyampaian jasa, yaitu sifat jasa atau strategi penentuan posisi

organisasi jasa dan lokasi distribusi jasa. Oleh karena itu, ada tiga jenis interaksi antara organisasi jasa dan pelanggan, sebagai berikut:<sup>47</sup>

1) Pelanggan Jasa Mendatangi Organisasi jasa

Pada metode ini factor lokasi merupakan aspek penting sehingga pelanggan jasa memperhatikan tingkat kenyamanan lokasi dan jadwal operasi jasa ketika mereka melakukan transaksi jasa dengan organisasi jasa.

2) Organisasi Jasa Mendatangi Pelanggan Jasa

Pada metode ini, factor lokasi bukan merupakan aspek penting karena organisasi jasa mendatangi pelanggan jasa.

3) Transaksi Jasa dilakukan Melalui “Kepanjangan Tangan” Organisasi Terhadap Pelanggan Jasa

Pada metode ini, factor lokasi menjadi tidak begitu penting karena pelanggan jasa tidak pernah melihat fasilitas yang ditawarkan organisasi jasa dan bertemu dengan organisasi jasa, sedangkan aspek penting adalah sarana komunikasi melalui surat-menyurat dan media elektronik yang efisien.

Oleh karena itu, hasil proses penyampaian jasa merupakan sesuatu hal yang sangat penting bagi pelanggan jasa meskipun proses penyampaian jasa tidak dapat dilihat pelanggan jasa. Akan tetapi,

---

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm.138-139.



interaksi fisik antara organisasi jasa dan pelanggan jasa terkadang dibutuhkan.

e. Pelayanan Sekolah

Pelayanan sekolah terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan.

Keberhasilan mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima jasa pendidikan tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Barata mengembangkan pola pelayanan prima berdasarkan konsep 3A, yaitu *attitude* (sikap), *attention* (perhatian), dan *action* (tindakan). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap. Pelayanan prima jasa pendidikan berdasarkan konsep sikap meliputi tiga prinsip, yaitu:
  - a) Melayani pelanggan jasa pendidikan berdasarkan penampilan yang sopan dan serasi;
  - b) Melayani pelanggan jasa pendidikan dengan berpikiran positif, sehat dan logis;
  - c) Melayani pelanggan jasa pendidikan dengan sikap menghargai.
- 2) Perhatian. Pelayanan prima jasa pendidikan berdasarkan konsep perhatian meliputi tiga prinsip, yaitu:

- a) Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan jasa pendidikan secara sungguh-sungguh;
  - b) Mengamati dan menghargai perilaku pelanggan jasa pendidikan;
  - c) Mencerahkan perhatian sepenuhnya kepada pelanggan jasa pendidikan.
- 3) Tindakan. Pelayanan prima jasa pendidikan berdasarkan konsep tindakan meliputi lima prinsip, yaitu:
- a) Mencatat setiap pesanan dari pelanggan jasa pendidikan;
  - b) Mencatat kebutuhan pelanggan jasa pendidikan;
  - c) Menegaskan kembali kebutuhan pelanggan jasa pendidikan;
  - d) Mewujudkan kebutuhan pelanggan jasa pendidikan;
  - e) Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan jasa pendidikan mau kembali membeli produk jasa pendidikan.

Keunggulan, baik dari perspektif pasar maupun organisasi dapat dicapai atau diraih dengan dua strategi dasar yaitu: strategi bersaing (*competitive strategy*) dan strategy bekerjasama (*cooperative strategy*). Keputusan strategy yang dipilih dan diimplementasikan didasarkan pada sumber daya (*resources*) yang dimiliki. Strategi bersaing akan efektif apabila suatu organisasi memiliki sumber daya yang lebih baik. Apabila sumberdaya yang dimiliki imperior maka cooperative strategi tepat untuk dipilih. Dalam situasi sumberdaya yang

dimiliki relatif sama dengan yang lain maka perimbangan pilihan strategi lebih focus pada daya tarik pasar.

Dalam perancangan dan implementasi strategi bersaing terdapat dua scenario yang dapat dipilih, yaitu scenario cost (*cost strategy*) dan atau scenario manfaat unik (*differentiation strategy*). Substansi cost strategi berkaitan dengan penciptaan dan penawaran produk, untuk satu satuan manfaat yang relative sama, dengan harga yang lebih rendah.

Dalam hal ini, suatu satuan pendidikan menawarkan program dan atau manfaat tertentu (relatif sama dengan yang ditawarkan satuan pendidikan sejenis) dengan harga yang lebih rendah. Sedangkan substansi *differentiation strategy* berkaitan dengan penciptaan dan penawaran produk, untuk satu satuan manfaat yang lebih unik, dengan harga yang relative sama. Untuk meraih keunggulan, suatu satuan pendidikan dapat menawarkan program dan atau manfaat yang lebih unik daripada yang ditawarkan satuan pendidikan sejenis dengan harga yang relatif sama.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa*, ...hlm.66-68.

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM**

##### **MADRASAH ALIYAH NEGERI 4 BANTUL YOGYAKARTA**

Rincian gambaran umum Madrasah Aliyah Negeri 4 Bantul Yogyakarta dibawah ini adalah gambaran umum yang diberikan MAN 4 Bantul kepada pelanggan jasa pendidikan dalam hubungannya dengan strategi pemasaran jasa pendidikan bersama Pondok Pesantren/Panti Asuhan, berikut ini gambaran umum MAN 4 Bantul adalah sebagai berikut:

#### **A. Letak dan Keadaan Geografis**

MAN 4 Bantul dalam pemasaran jasa pendidikan melakukan positioning pada letak dan keadan geografis. MAN 4 BANTul dahulu bernama (MAN Lab UIN Yogyakarta) beralamat di Jln. Lingkar Timur, Pranti, Banguntapan, Bantul merupakan lembaga pendidikan formal yang memiliki lokasi sangat strategis, dimana letak madrasah berada pada wilayah pemukiman penduduk yang cukup padat.

Adapun batas-batas yang bersinggungan langsung dengan MAN 4 Bantul adalah:<sup>49</sup>

1. Sebelah Utara : Bersinggungan langsung dengan MTS N 9 Bantul Yogyakarta

---

<sup>49</sup> Hasil Wawancara dengan Musman, Kepala Bagian Tata Usaha MAN 4 Bantul, pada tanggal 3 Agustus 2017.

2. Sebelah Timur : Bersinggungan langsung dengan pondok pesantren Darul Ulum dan Pondok Pesantren Al Mumtaz.
3. Sebelah Selatan : Besinggungan langsung dengan jalan dan perumahan warga.
4. Sebelah Barat : Bersinggungan langsung dengan PAUD Aisiyah Cahaya Hati.

Selain itu jarak madrasah dengan jalan raya sekitar 150 meter dari arah Timur, dimana dari arah Timur sendiri adalah jalan raya Ringroad Timur, sedang dari arah Barat sekitar 300 meter dari madrasah adalah jalan Janti yang cukup ramai dilalui kendaraan umum.<sup>50</sup>

MAN 4 Bantul menempati tanah seluas 10.169 m<sup>2</sup> dengan rincian sebagai berikut:<sup>51</sup>

- |   |                        |
|---|------------------------|
| 1. Bangunan                                     | : 2.435 m <sup>2</sup> |
| 2. Lapangan Olah Raga                           | : 600 m <sup>2</sup>   |
| 3. Kebun  | : 173 m <sup>2</sup>   |
| 4. Tempat Parkir Siswa                          | : 60 m <sup>2</sup>    |
| 5. Lain-Lain (Sirkulasi udara, jalan, rintisan) | : 7.875 m <sup>2</sup> |

## **B. Sejarah dan Proses Perkembangannya**

MAN 4 Bantul merupakan salah satu lembaga pendidikan formal yang berstatus swasta pada tahun 1969-2009 yang sebelumnya bertempat di

---

<sup>50</sup> *Ibid*

<sup>51</sup> Dokumentasi Profil MAN 4 Bantul, pada tanggal 15 Juli 2017.

kompleks Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, tepatnya dikampus Timur sebelum dibangunnya gedung Multi Purpouse (MP). Saat itu tempatnya serba minim dan gedung sekolahan harus berbagi dengan MTs N 9 (dahulu bernama MTs N Lab UIN). Pada saat jam pelajaranpun harus dibagi, diantara pembagian waktunya dibagi menjadi dua waktu yaitu jam pagi dan jam sore, dikarenakan peserta didik yang bersekolah di MAN 4 Bantul cukup banyak, saat ujianpun tempatnya harus berbagi di ruang Pasca Sarjana.<sup>52</sup>

Pada sekitar tahun 2005 penyusutan peserta didik tak bisa dihindari, yang sebelumnya kelas bisa sampai empat kelas menyusut menjadi satu kelas, sehingga pada tahun 2009 berpindah lokasi di Jln.Lingkar Timur, Pranti, Banguntapan, bantul dan pada tahun tersebut MAN 4 Bantul menjadi madrasah Negeri yang dikelola oleh pemerintah. Dalam pembangunan gedung sekolah, pemerintah memberikan lahan sekitar 10.580 m<sup>2</sup>.<sup>53</sup>

MAN 4 Bantul adalah buah dari rentetan panjang perjuangan yang diprakasai oleh:<sup>54</sup>

1. Prof. Dr. Muchtar Yahya
2. Drs. Suyono
3. Drs. Abdurrahman
4. Drs. Busyairi Majidi, dan

---

<sup>52</sup> Hasil Wawancara dengan Musman, Kepala Bagian Tata Usaha MAN 4 Bantul, tanggal 3 Agustus 2017.

<sup>53</sup> *Ibid*

<sup>54</sup> *Ibid*

5. Drs. Sajad hariyanto

Pada bulan Oktober 1969 telah berdiri lembaga pendidikan bernama Pendidikan Guru Agama Latihan (PGAL) Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, berdasarkan SK Dekan Fakultas Tarbiyah Nomor: 4/D/T/1969, tanggal 14 Januari 1969, tentang Pendidikan Sekolah Latihan. Terbitnya surat keputusan tersebut diawali dengan serangkaian *Simposium Sekolah Latihan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* yang diselenggarakan tanggal 21-23 Mei 1968 bertempat di kompleks IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam Simposium tersebut berhasil dibahas tiga aspek, yaitu: *Dasar, Tujuan dan Organisasi Sekolah Latihan*.<sup>55</sup>

Sejalan dengan kebijakan pimpinan Departemen Agama untuk mengurangi jumlah Pendidikan Guru Agama (PGA) Swasta dan menambah Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah, maka PGAL fakultas tarbiyah merubah status dari sekolah Keguruan Agama menjadi Madrasah Tsanawiyah dan Madrasah Aliyah. Perubahan ini tertuang dalam piagam dari Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Nomor: 78/018/E/T, tanggal 3 Mei 1978 (*untuk madrasah Tsanawiyah*) dan nomor: 78/016/E/A, tanggal 1 Juli 1978 (*untuk Madrasah Aliyah*).<sup>56</sup>

Selanjutnya mulai Tahun Pelajaran 1983/1984, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI, Nomor: 115 tahun 1982 dan Surat Keputusan

---

<sup>55</sup> *Ibid*

<sup>56</sup> *Ibid*

Menteri Agama RI, Nomor: 23 tahun 1983, Madrasah tsanawiyah dan Madrasah Aliyah yang semula berstatus Swasta berubah menjadi Madrasah tsanawiyah dan Madrasah Aliyah yang berstatus Negeri. Dan untuk memberi ciri khas agar mudah dikenal masyarakat, sesuai dengan keberadaannya dibawah pembinaan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka madrasah ini bernama Madrasah Tsanawiyah Negeri Laboratorium Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Madrasah Aliyah Negeri Laboratorium Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Kemudian perubahan nama madrasah dari MAN Lab UIN menjadi MAN 4 Bantul di mulai tercatat sejak tanggal 10 february 2017 sesuai Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 372 Tahun 2015 dan Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 68 Tahun 2017.<sup>57</sup>

Hal tersebut juga di perkuat dengan dokumen yang mencatat perubahan nama madrasah dari MAN Lab UIN menjadi MAN 4 Bantul dalam surat.<sup>58</sup>

### **C. Visi, Misi dan Tujuan Madrasah**

Visi, misi dan tujuan/arah madrasah merupakan hal yang mendasari setiap madrasah. Berikut ini merupakan Visi, Misi, dan Tujuan MAN 4 Bantul, yaitu sebagai berikut:<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> *Ibid*

<sup>58</sup> Hasil Dokumentasi Profil MAN 4 Bantul.



1. Visi Madrasah Aliyah Negeri 4 Bantul

Visi Madrasah Aliyah Negeri 4 Bantul Yogyakarta adalah:

Terwujudnya Madrasah Unggul, Terampil, Islami, Asli, dan Ramah (MUTIARA)<sup>60</sup>

2. Misi Madrasah Aliyah Negeri 4 Bantul

Misi MAN 4 Bantul, yaitu sebagai berikut:<sup>61</sup>

- a. Mewujudkan madrasah unggul dan berkualitas dengan program kegiatan akademik dan non akademik yang berorientasi pada keunggulan dan atau prestasi madrasah
- b. Mewujudkan madrasah berbasis bahasa dan multimedia dengan mengedepankan program multibahasa dan penggunaan multimedia
- c. Mewujudkan peserta didik yang cerdas secara intelektual, emosional, dan spiritual
- d. Mewujudkan peserta didik yang terampil, mandiri, sehingga mampu bersaing di era global
- e. Mewujudkan warga madrasah yang mampu mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kehidupan
- f. Mewujudkan madrasah yang bersih, sejuk, indah berbasis Adiwiyata
- g. Mewujudkan suasana pembelajaran yang nyaman dan menyenangkan

---

<sup>59</sup> *Ibid*

<sup>60</sup> *Ibid*

<sup>61</sup> *Ibid*

h. Mewujudkan tata pergaulan yang ramah dan cinta damai di dalam dan di luar madrasah

3. Tujuan Madrasah Aliyah Negeri 4 Bantul

Tujuan MAN 4 Bantul, yaitu sebagai berikut:<sup>62</sup>

- a. Meningkatkan kualitas dan prestasi madrasah baik akademik maupun non akademik
- b. Meningkatkan keunggulan madrasah sebagai madrasah santri wirausaha
- c. Menyelenggarakan pembelajaran melalui multibahasa (Bahasa Indonesia, Inggris, Jawa, dan Arab)
- d. Menyelenggarakan pembelajaran melalui multimedia
- e. Meningkatkan kecerdasan intelektual, emosional, dan spiritual peserta didik
- f. Meningkatkan keterampilan dan kemandirian peserta didik, sehingga mampu bersaing di era global
- g. Mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kehidupan
- h. Meningkatkan kebersihan, kesejukan, dan keindahan madrasah berbasis adiwiyata
- i. Menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang nyaman dan menyenangkan

---

<sup>62</sup> *Ibid*

- j. Mewujudkan tata pergaulan yang ramah dan cinta damai di dalam dan di luar madrasah

#### D. Struktur Organisasi

Adanya struktur pada sebuah lembaga madrasah akan mempermudah madrasah tersebut dalam mengembangkan aspek dan sarana yang ada di madrasah dengan harapan dapat mengendalikan pengembangan madrasah tersebut. Secara garis besar struktur organisasi MAN 4 Bantul Tahun ajaran 2017/2018 adalah sebagai berikut:<sup>63</sup>

Tabel. III.1

Struktur Organisasi MAN 4 Bantul, Tahun ajaran 2017/2018

NO	JABATAN	NAMA
1	Komite Madrasah	Drs. H. Atmaturidha, M.Pd
2	Kepala Madrasah	Mohamad Yusuf, S.Ag
3	Kepala Tata Usaha	Musman, S.Pd.I
4	Wakil Kepala Bidang Kurikulum	Dra. Ninik Indrayanti
5	Wakil Kepala Bidang Kesiswaan	Dwi Mulyono, S.Pd
6	Wakil Kepala Bidang	Drs. M. Wahdan Zani

---

<sup>63</sup> *Ibid*

	Sarpras	
7	Wakil Kepala Bidang Humas	Fransisca Listiyarini. S.Pd

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa struktur organisasi di MAN 4 Bantul dipimpin oleh seorang Kepala Madrasah yaitu Bapak Mohamad Yusuf, S.Ag dan dibantu oleh empat Wakil Kepala Madrasah yang terdiri dari Kepala Tata Usaha yaitu Bapak Musman, S.Pd.I, Wakil Kepala Bidang Kurikulum yaitu Ibu Dra. Ninik Indrayanti, Wakil Kepala Bidang Sarpras yaitu Bapak Drs. M. Wahdan Zani, dan Wakil Kepala Bidang Humas yaitu Ibu Fransisca Listiyarini. S.Pd, serta satu orang ketua Komite yaitu Bapak Drs. H. Atmaturidha, M.Pd.

#### **E. Keadaan guru dan Karyawan**

Adapun jumlah guru dan karyawan di MAN 4 Bantul Tahun Akademik 2017/2018 adalah sebagai berikut:<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> *Ibid*

Tabel.III. 2

Daftar Guru dan Karyawan di MAN 4 Bantul Yogyakarta,

Tahun ajaran 2017/2018

No	Nama	Jenis Kelamin	Mata Pelajaran
1	Mohamad Yusuf, S.Ag	L	Matematika
2	Dra. Setiasih	P	Akidah Akhlaq
3	Sri Hidayati, S.PdI	P	Matematika
4	Dra. Siti rokhanah	P	TIK/PKWU
5	Drs. Ahmad Arif, M.A	P	B. Indonesia
6	Drs. Muh Wahdan Zani	L	Geografi
7	Dra. Ninik Indriyanti	P	Kimia
8	Edy Purwanto, M.Pd	L	Fisika
9	Nasiruddin, S.Ag	L	Fiqh/SKI
10	Muthmainnah,S.Ag	P	B. Arab
11	Widodo Lestari, S.Pd	L	B. Indonesia
12	Retnaningsih, S.Pd	P	Matematika

13	Fransisca listiariny, S.Pd	P	PKWU
14	Dr. Chibanu Aslam	L	Matematika
15	Rusli Farida, S.Pd	P	Sejarah
16	Trisnawan, M.Pd	L	B. Inggris
17	M. Luthfi Firmansyah	L	Fiqih/SKI
18	Wahyudi, S.SI	L	Biologi
19	Satoto Bronto leksono, S.Pd	L	Ekonomi
20	Herin Retnaningsih, S.Pd	P	B. Inggris
21	Muh irfan Hajam,S.Pd	L	Penjaskesor
22	Supertiningsih, S.Ag	P	Sosiologi
23	Elok Fitrotin, S.S	P	B. Indonesia
24	Dwi Mulyono, S.Pd	L	Pkn
25	Eliana trisnaning, S.Pd	P	Biologi
26	H. Bahsan, S.Ag, M.A	L	Qur'an Hadist

27	Uun Nashikhun, S.Pd	L	B. Arab/Tahfids
28	Ika Setyawati, S.Pd	L	B. Jawa
29	Muh Muspartono, S.Pd	L	Geografi/Sejarah
30	Drs. Syarfini	L	Ekonomi
31	Sri Dewi Subaroroh, S.Pd	P	Kimia
32	Dra. Yunia Pratiwi	P	Pkn
33	Musman, S.PdI	L	KA. TU
34	Sri Indah	P	TU
35	Tujiman	L	TU
36	Suprpto	L	TU
37	Siswanti, S.Pd	P	TU
38	Suherman	L	TU
39	Muhamad Asnawi	L	TU
40	Triyana	L	TU
41	Slamet Basuki	L	TU
42	Nurhayati	P	TU
43	Muryani	P	TU
44	Dody Hendra	P	TU

45	Muh Falah	L	TU
46	Rohmad	L	TU
47	Andri Efriadi, S.Sos.I	L	BK
48	Supartiningsih, S.Ag	P	BK
49	Muhsin	L	Keterampilan
50	Wahyono	L	Satpam
51	Dekti Septo	L	Satpam
52	Waji Wartana	L	Satpam
53	Irwan	L	Satpam

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah guru di MAN 4 Bantul adalah 32 guru, guru yang berkelamin perempuan berjumlah 14 sedangkan laki-laki berjumlah 18 guru. Kemudian Staff TU yang dipimpin oleh Bapak Musman berjumlah 13 orang, staff BK berjumlah dua orang dan Satpam berjumlah 4 Orang.

#### **F. Peserta Didik**

Dalam dunia pendidikan peserta didik merupakan salah satu unsur terpenting selain guru dan sarana prasarana. Di MAN 4 Bantul sebagian besar peserta didiknya berasal dari luar jogja dan bertempat tinggal di Pondok



Pesantren/Panti Asuhan mitra, hanya sebagian kecil peserta didik yang berasal dari daerah jogja sendiri.<sup>65</sup>

Adapun jumlah peserta didik di MAN 4 Bantul pada Tahun Akademik 2017/2018 adalah sebagai berikut:<sup>66</sup>

Tabel. III. 3

Jumlah Siswa di MAN 4 Bantul Yogyakarta, Tahun ajaran 2017/2018

No	Kelas	Laki- laki	Perempuan	Jumlah
1	X MIPA-1	11	24	35
2	X MIPA-2	10	26	36
3	X MIPA-3	12	24	36
4	X IPS-1	18	18	36
5	X IPS-2	18	18	36
6	XI IPA-1	7	25	32
7	XI IPA-2	7	23	30
8	XI IPS-1	12	20	32
9	XI IPS-2	11	22	33
10	XII IPA-1	13	21	34
11	XII IPA-2	9	26	35

---

<sup>65</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.

<sup>66</sup> *Ibid*

12	XII IPS-1	19	14	30
13	XII IPS-2	18	11	29
	<b>JUMLAH</b>	165	272	437

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah peserta didik di MAN 4 Bantul dari kelas X-XII berjumlah 437 peserta didik. Jumlah peserta didik perempuan di MAN 4 Bantul lebih banyak dari pada peserta didik laki-laki, yaitu berjumlah 272, sedangkan laki-laki berjumlah 165 peserta didik. Sedangkan jumlah rata-rata peserta didik perkelas berkisar antara 29-36 siswa perkelas. Kelas X MIPA-3 & IPS-1&2 memiliki jumlah siswa terbanyak yaitu dengan 36 siswa perkelas. Sedangkan kelas XII IPS-2 memiliki jumlah tersedikit dengan jumlah 29 siswa perkelas.

#### **G. Keadaan Sarana dan Prasarana**

Sarana dan prasarana merupakan alat penunjang proses pembelajaran, aada beberapa sarana dan prasarana yang paling menunjang satu sama lain. Berikut ini adalah data keadaan gedung dan sarana prasarana yang dimiliki oleh MAN 4 Bantul Yogyakarta. Berikut ini merupakan daftar sarana dan prasarana di MAN 4 Bantul Yogyakarta Tahun 2017/2018 adalah sebagai berikut:<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Hasil Wawancara dengan Muh Wahdan Zani, Kepala Bagian Sarana dan Prasarana MAN 4 Bantul.

TABEL III. 4

Sarana dan Prasarana di MAN 4 Bantul Yogyakarta Tahun 2017/2018.

No	Jenis Bangunan	Jumlah	Keterangan
1	Ruang Kelas	13 Kelas	Kondisi ruangan cukup baik tetapi masih kurang, karena 1 kelas menggunakan ruang keterampilan dan fasilitas penunjang pembelajaran sudah memadai
2	Ruang TU	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
3	Ruang Kepala Sekolah	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
4	Ruang Wakil Kepala Sekolah	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
5	Ruang Guru	1 Ruang	Ruangan kurang memadai dibandingkan dengan jumlah pengajar/guru
6	Ruang BK	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
7	Ruang Lab IPA	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
8	Ruang Lab Komputer	1 Ruang	Masih proses pembangunan
9	Ruang Lab Bahasa	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
10	Perpustakaan	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik,

			koleksi buku kurang
11	UKS	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
12	Mushola	1 Ruang	Sudah baik dan belum bisa menampung jama'ah dengan skala besar
13	Kamar Mandi	14 Kamar Mandi	Kondisi ruangan cukup baik
14	Ruang Keterampilan	1 Ruang	Kondisi ruangan cukup baik
15	Ruang Osis	1 Ruang	Kondisi ruangan kurang baik karena menjadi satu dengan ruang pramuka
16	Ruang Gamelan	1 Ruang	Kondisi ruangan kurang baik
17	Kantin	2 Kantin	Kondisi sarana cukup baik
18	Parkir	2 Tempat Parkir	Kurang memadai disbanding dengan intensitas siswa
19	Lap Olahraga	2 Lap (Voli dan Basket)	Kondisi ruangan cukup baik
20	Aula	-	Belum Ada

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa MAN 4 Bantul keadaan sarana dan prasarana MAN 4 Bantul masih ada yang kurang, hal ini terlihat dari jumlah kelas, MAN 4 Bantul mempunyai 13 ruang kelas dengan keadaan yang cukup baik tetapi masih kurang karena menggunakan ruang keterampilan sebagai ruang kelas tambahan. Kemudian ruang guru yang hanya memiliki satu ruangan dengan keadaan yang kurang memadai dibandingkan jumlah guru dengan berjumlah 32 guru.

Selanjutnya perpustakaan di MAN 4 Bantul yang memiliki koleksi buku yang sedikit, lalu mushola yang belum bisa menampung jama'ah dengan skala besar, ada ruang Osis yang digabung dengan ruang Pramuka. Kemudian tempat parkir berjumlah dua dan kurang memadai dibandingkan dengan jumlah intensitas siswa. Selanjutnya yaitu MAN 4 Bantul belum memiliki Aula tempat untuk berkumpul/rapat atau untuk menampung acara besar.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Kerjasama MAN 4 Bantul dengan Masyarakat Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan**

Sebelum melakukan kerjasama dengan masyarakat MAN 4 Bantul melakukan beberapa strategi untuk melakukan kerjasama dengan masyarakat. Fokus masyarakat yang dimaksud peneliti disini adalah masyarakat yang berada disekitar MAN 4 Bantul yaitu Pondok Pesantren/Panti Asuhan. Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan MAN 4 Bantul dalam kerjasama tersebut, yaitu:

##### **1. Identifikasi Intern Lembaga**

Identifikasi lembaga adalah suatu bentuk upaya atau kegiatan yang dilakukan MAN 4 Bantul sebelum menyiapkan kerjasama dengan masyarakat. Kegiatan ini berfokus pada aspek-aspek internal madrasah. MAN 4 Bantul melakukan kerjasama dengan masyarakat dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dimulai sejak tahun 2008, dan mulai terkonsep sejak tahun 2009-2010.<sup>68</sup> Kemudian kegiatan penerimaan calon siswa baru MAN 4 Bantul membagi sistem penerimaan menjadi dua jalur, yaitu:<sup>69</sup>

##### **a. Jalur Kemitraan**

---

<sup>68</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 14 Juli 2017, pada Pukul 09.15 WIB di Ruang Kepala Madrasah MAN 4 Bantul.

<sup>69</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017, pada Pukul 08.00 WIB, di Ruang Kepala Madrasah MAN 4 Bantul.

Jalur kemitraan adalah jalur penerimaan calon peserta didik yang telah diterima di Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra yang kemudian direkomendasikan untuk daftar di MAN 4 Bantul.

b. Jalur Non Kemitraan

Jalur non kemitraan adalah jalur penerimaan calon peserta didik yang diperuntukkan bagi siswa Non Pondok Pesantren/Panti Asuhan.

Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Bapak Luthfi bahwa “ proses penerimaan calon peserta didik baru di MAN 4 Bantul melalui dua jalur, yaitu jalur kemitraan dan non kemitraan”.<sup>70</sup>

Dalam kegiatan penerimaan siswa baru melalui jalur kemitraan, MAN 4 Bantul melakukan kerjasama/mitra dengan masyarakat. Sebelum melakukan kerjasama/mitra, MAN 4 Bantul menyiapkan aspek-aspek dalam upaya kerjasama dengan masyarakat tersebut, diantaranya: aspek bangunan dan sarana prasarana, aspek pendidik/guru, aspek fasilitas, aspek pemberian jatah kuota yang akan diberikan, persyaratan masuk yang tidak sulit, dispensasi pembayaran dan aspek pelayanan yang akan diberikan. Dalam perjalanannya keadaan gedung masih menjadi kendala, hal ini dikarenakan jumlah animo peserta didik yang semakin membludak tetapi keadaan gedung

---

<sup>70</sup> Hasil Wawancara dengan Luthfi Firmansyah, Guru Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 3 Agustus 2017, pada Pukul 20.15 WIB di Kediaman Bapak Luthfi Firmansyah.

masih terbatas, sehingga beberapa siswa untuk sementara waktu di akomodir di gedung laboratorium dan ruang keterampilan madrasah.<sup>71</sup>

Hal senada juga diperkuat oleh ungkapan Bapak Edy bahwa “MAN 4 Bantul sebelum melakukan kemitraan dengan Pondok Pesantren/panti Asuhan telah menyiapkan beberapa aspek, diantaranya jatah kuota yang akan diberikan, serta fasilitas yang akan diberikan dan tidak membedakan dengan siswa dari jalur Non kemitraan.<sup>72</sup>

Fari Ulfah menjabarkan terkait identifikasi intern lembaga, yaitu pada tahapan ini madrasah dan lembaga mitra mengidentifikasi komponen-komponen yang belum dimiliki untuk penyelenggaraan program yang akan menjadi kebutuhan program, langkah awal yang harus dilakukan yaitu lembaga menilai komponen apa yang harus ada pada penyelenggaraan program tersebut.<sup>73</sup>

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa langkah MAN 4 Bantul dalam identifikasi intern lembaga sudah sesuai dengan apa yang dijabarkan oleh Fari Ulfah, yaitu mulai dari identifikasi komponen yang dipersiapkan dan menyiapkan kebutuhan yang harus dipenuhi terkait kerjasama dengan masyarakat.

---

<sup>71</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017, pada Pukul 08.00 WIB, di Ruang Kepala Madrasah MAN 4 Bantul.

<sup>72</sup> Hasil Wawancara dengan Edy Purwanto, Guru Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 9 Agustus 2017, pada Pukul 08.00 WIB, di Ruang Guru MAN 4 Bantul.

<sup>73</sup> Fari Ulfah, *Manajemen PAUD: Pengembangan Jejaring Kemitraan.....*, hlm.222.



Komponen yang disiapkan meliputi pembagian jalur penerimaan calon siswa baru menjadi dua jalur, yaitu jalur kemitraan dan jalur non kemitraan, kemudian mempersiapkan kebutuhan yang harus dipenuhi, yang meliputi: sarana dan prasarana, jatah kuota yang akan diberikan, persyaratan masuk yang tidak sulit, dispensasi pembayaran dan aspek pelayanan yang akan diberikan.

## 2. Merumuskan Aspek yang Perlu Dimitrakan

Setelah MAN 4 Bantul melakukan identifikasi kebutuhan internal dari madrasah, selanjutnya madrasah merumuskan aspek yang perlu dimitrakan. Untuk mengetahui aspek yang dimitrakan MAN 4 Bantul melakukan identifikasi yang berkaitan dengan langkah-langkah yang digunakan untuk merumuskan aspek yang perlu dimitrakan. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Menyusun Prioritas Kebutuhan

Prioritas kebutuhan merupakan inti dari kegiatan kemitraan dengan masyarakat. Prioritas kebutuhan MAN 4 Bantul melakukan kerjasama/mitra dengan masyarakat adalah untuk mendapatkan siswa baru yang tinggal di pesantren dan mempunyai wawasan keagamaan. Karena siswa Pondok Pesantren dibina secara intensif selama 24 jam oleh pondok berbeda dengan siswa luar (non pondok).<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017, pada Pukul 09.30 WIB di Ruang Kepala Guru MAN 4 Bantul.

Bapak Yusuf selaku Kepala Madrasah mengungkapkan:

Perlu diketahui bahwa madrasah dalam artian kontek ilmu keagamaan lebih luas, ilmu umumnya sama dengan sekolah lain selain madrasah karena disekitar madrasah cukup banyak Pondok Pesantren maka madrasah melakukan kolaborasi dengan pesantren di sekitar madrasah. Dengan melakukan kolaborasi bersama pesantren inilah maka pengelolaan ilmu agamanya lebih mudah. Jadi pada sisi akademiknya kita mendapatkan nilai yang bagus, contohnya dalam UAMBN (Ujian Akhir Madrasah Berstandar Nasional) yang semua materinya agama dan nilai anak pondok tinggi-tinggi dan bagus-bagus terbantu dengan adanya pondok. Memang sebuah madrasah itu diharuskan mempunyai sebuah pondok/Boarding School, karena madrasah ini masih identic baru dan juga MAN 4 Bantul belum memungkinkan untuk membuat Boarding School maka madrasah memanfaatkan dengan menjalin kerjasama dengan pesantren di sekitar madrasah.<sup>75</sup>

Beliau juga menambahkan salah satu manfaat lainnya adalah adanya progam tahfidz dan kitab dari pondok mitra yang semakin menambah wawasan keagamaan peserta didik di madrasah.<sup>76</sup> Sedangkan bapak Nasirudin mengungkapkan bahwa awal mula ada mitra dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan adalah untuk menampung siswa/siswi yang berprestasi tetapi kurang mampu dari luar daerah Yogyakarta.<sup>77</sup>

Hal tersebut juga diperkuat oleh Bapak Luthfi selaku Guru di MAN 4 Bantul yang mengungkapkan:

Jadi adanya pondok pesantren mitra dengan MAN 4 Bantul merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan karena adanya siswa madrasah awal dikarenakan ada santri di pondok pesantren

---

<sup>75</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017, pada Pukul 08.15 WIB di Ruang Kepala Madrasah MAN 4 Bantul.

<sup>76</sup> *Ibid*

<sup>77</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 1 Agustus 2017, pada Pukul 09.15 WIB di Ruang Guru MAN 4 Bantul.

dan adanya pondok pesantren karena adanya madrasah sehingga keduanya memiliki ikatan simbiosis mutualisme.<sup>78</sup>

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa prioritas kebutuhan MAN 4 Bantul dalam melakukan kemitraan, yaitu sebagai berikut: *Pertama*, untuk mendapatkan siswa baru yang tinggal di pesantren/panti asuhan sehingga mempunyai wawasan keagamaan yang lebih dalam daripada siswa non pondok. *Kedua*, MAN 4 Bantul mempunyai siswa yang mampu menghafal al Qur'an dan membaca kitab. *Ketiga*, menampung siswa/siswi yang berprestasi tetapi kurang mampu dari wilayah luar Yogyakarta.

b. Komponen yang Dimitrakan

Setelah aspek kebutuhan Internal MAN 4 Bantul dipenuhi, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan komponen yang dimitrakan MAN 4 Bantul dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan. Andri Efriadi, selaku guru dan staff humas koordinator Pondok Pesantren di MAN 4 Bantul mengemukakan komponen-komponen yang perlu dimitrakan dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan adalah sebagai berikut:<sup>79</sup>

1) Jumlah Kuota Bagi Peserta Didik dari Pondok Pesantren

---

<sup>78</sup> Hasil Wawancara dengan Luthfi Firmansyah, Guru Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 3 Agustus 2017, pada Pukul 20.15 WIB di Kediaman Bapak Luthfi Firmansyah.

<sup>79</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 3 Agustus 2017, pada Pukul 09.15 WIB, di Ruang Kepala Madrasah MAN 4 Bantul.

Jumlah kuota adalah jumlah kursi yang diberikan MAN 4 Bantul kepada calon siswa Pondok Pesantren/Panti asuhan yang bermitra dengan MAN 4 Bantul. Berikut ini merupakan jumlah kuota santri Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra MAN 4 Bantul Tahun Pelajaran 2017/2018.

Tabel. IV. 1

Jumlah Kuota Santri Pondok Pesantren/Panti Asuhan Mitra MAN 4 Bantul Tahun Pelajaran 2017/2018.<sup>80</sup>

<b>No</b>	<b>Nama PP/PA</b>	<b>Kuota</b>
1	PP. Darul Mushlihin	41
2	PP. AL-Fadilah	25
3	PP. Darul Ulum	13
4	PP. Putri Islam	11
5	TA Al Islam	8
6	Rumah Tahfidz Al Falah	13
7	PA Ulil Albab	17
8	PP Darul Aulia	3
9	Yayasan Bakti Anisa	11
	<b>Jumlah Keseluruhan</b>	<b>142</b>

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah kuota yang diberikan MAN 4 Bantul kepada Pondok Pesantren/Panti Asuhan adalah PP. Darul Mushlihin: 41, PP. AL-Fadilah: 25, PP. Darul Ulum: 13, PP. Putri Islam: 11, TA Al Islam: 8, Rumah Tahfidz Al Falah: 13, PA Ulil Albab: 17, PP Darul Aulia: 3, dan Yayasan Bakti Anisa: 11.

<sup>80</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul, tanggal 9 Agustus 2017, pada Pukul 09.15 WIB, di Ruang Wakil Kepala Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.

Jumlah kuota setiap pondok berbeda karena pihak MAN 4 Bantul meninjau berdasarkan kualitas pondok dan memperhatikan pola pendidikan di masing-masing Pondok.<sup>81</sup> Kualitas pondok yang dimaksud yaitu kualitas dari segi pendidikan yang mana pondok harus memiliki kurikulum atau madin yang tetap, dan memiliki program tahfidz atau salah satu dari keduanya. Dan paling penting adalah pondok/panti asuhan memiliki SK resmi dari dinas terkait dan bukan pondok musiman.<sup>82</sup>

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah pondok/panti asuhan yang bermitra dengan MAN 4 Bantul berjumlah 9 lembaga, jumlah kuota masing-masing pondok berbeda karena ditinjau dari kualitas dan pola pendidikan yang terbangun di lembaga terkait.

## 2) Persyaratan Masuk Yang Tidak Sulit

Persyaratan masuk bagi siswa adalah persyaratan yang diberikan MAN 4 Bantul kepada Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra. MAN 4 Bantul memberikan persyaratan yang berbeda dibandingkan dengan persyaratan bagi siswa dari jalur non kemitraan dan persyaratan yang diberikan relatif mudah.

Misalnya, terkait standar nilai yang diterima sebagai calon siswa baru, syarat masuk bagi calon siswa baru di MAN 4 Bantul

---

<sup>81</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>82</sup> *Ibid*

minimal memiliki nilai 3,00 dan bagi siswa yang bermukim di pondok tidak ada batas minimal. Semua persyaratan penerimaan siswa baru di serahkan sepenuhnya kepada Pondok Pesantren yang bermitra.<sup>83</sup> Hal tersebut juga diperkuat dengan dokumen yang mencatat dalam rapat koordinasi PPDB 2017 bahwa NEM bukan menjadi syarat utama.<sup>84</sup>

Berikut ini syarat khusus calon peserta didik MAN 4 Bantul yang melalui jalur kemitraan, yaitu:<sup>85</sup>

- a) Diterima sebagai di salah satu santri ponpes/panti asuhan mitra MAN 4 Bantul dengan syarat yang ditentukan.
- b) Siswa yang diterima di pondok mitra otomatis sebagai kandidat calon peserta didik MAN 4 Bantul.
- c) Memenuhi syarat administrasi seperti pada jalur non kemitraan.

Hal lain yang perlu diperhatikan sebelumnya bagi Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra adalah mereka harus memenuhi syarat-syarat yang telah diberikan MAN 4 Bantul. Diantaranya terkait usia calon siswa paling tinggi adalah 21 Tahun, mengisi biodata resmi, dan menyerahkan surat keterangan lulus.<sup>86</sup> Hal tersebut juga diperkuat dalam dokumen pada syarat Pendaftaran Peserta Didik Baru.<sup>87</sup>

---

<sup>83</sup> *Ibid*

<sup>84</sup> Hasil Dokumentasi dalam Rapat PPDB

<sup>85</sup> *Ibid*

<sup>86</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul, tanggal 9 Agustus 2017, pada Pukul 09.15 WIB, di Ruang Wakil Kepala Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.

<sup>87</sup> Hasil Dokumentasi Persyaratan Peserta Didik Baru.

### 3) Dispensasi Pembayaran

Dispensasi pembayaran yaitu wewenang yang diberikan MAN 4 Bantul kepada Pondok Pesantren yang berhubungan dengan pembayaran administrasi madrasah. Berikut ini merupakan dispensasi yang diberikan MAN 4 Bantul.

*Pertama* dalam hal angsuran pembayaran, bagi peserta didik yang telah diterima di MAN 4 Bantul melalui jalur peserta non kemitraan, boleh mengangsur pembayaran administrasi madrasah dengan batas angsuran maksimal 2 kali angsuran. Sedangkan bagi peserta didik yang melalui jalur Kemitraan, madrasah tidak membatasi angsuran pembayaran.<sup>88</sup>

*Kedua* dalam hal pemutihan pembayaran, bahwa apabila tunggakan pembayaran peserta didik belum di lunasi, madrasah akan memutihkan data pembayaran.<sup>89</sup>

Hal tersebut senada dengan yang diungkapkan Bapak Yusuf bahwa dispensasi pembayaran yang diberikan hanya terkait dengan batas waktu pembayaran, dan madrasah juga memberikan beasiswa

---

<sup>88</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>89</sup> *Ibid*

kepada santri yang berprestasi dan siswa kurang mampu lewat ZIS, BOS dan BSM (Bantuan Siswa Miskin).<sup>90</sup>

Dari uraian di atas dapat di simpulkan bahwa komponen yang dimitrakan MAN 4 Bantul dengan ponpes/panti asuhan adalah sebagai berikut:

*Pertama*, jumlah kuota bagi peserta didik dari ponpes/panti asuhan yaitu jumlah pondok/panti asuhan yang bermitra dengan MAN 4 Bantul berjumlah 9 lembaga, jumlah kuota masing-masing pondok berbeda karena ditinjau dari kualitas dan pola pendidikan yang terbangun di lembaga terkait. *Kedua*, persyaratan masuk madrasah yang tidak sulit yang meliputi: calon peserta didik sudah diterima di ponpes/panti asuhan mitra dan memenuhi syarat administrasi dari madrasah. *Ketiga* dispensasi pembayaran, meliputi: dispensasi waktu pembayaran dan pemutihan pembayaran apabila tunggakan administrasi belum lunas.

c. Aspek yang Dibutuhkan untuk Penyelenggaraan Progam

Untuk mewujudkan progam kerjasama dengan pihak Pondok Pesantren/Panti Asuhan calon mitra, pihak madrasah membentuk beberapa langkah, yaitu:

1) Pembentukan Forum

---

<sup>90</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017.



Pembentukan forum khusus ini dimaksudkan untuk memfasilitasi terselenggaranya program kerjasama dengan PP/PA mitra. Forum ini dihadiri oleh pihak madrasah dan pengasuh podok pesantren untuk melakukan rapat dan koordinasi. Waktu pelaksanaannya tidak terikat waktu dan tidak terjadwal secara pasti dan lebih bersifat sesuai kebutuhan. Program ini dalam setahun minimal melakukan 4 kali rapat/pertemuan.<sup>91</sup>

Hal tersebut sesuai dengan apa yang diungkapkan Bapak Andri bahwa “ mekanisme rapat antara madrasah dengan Pondok mitra tidak terikat waktu dan tidak ada ketentuan waktu khusus, dan paling sering rapat dilakukan ketika memasuki tahun penerimaan calon siswa baru”.<sup>92</sup> Hal tersebut diperkuat dokumentasi berupa surat undangan untuk rapat dan koordinasi, salah satunya untuk perumusan jumlah kuota siswa.<sup>93</sup>

## 2) Pembuatan MOU (*Memorandum Of Understanding*)

Pembuatan MOU (*Memorandum Of Understanding*) kesepakatan antara pihak madrasah dan calon mitra Pondok Pesantren ini dimaksudkan untuk menyepakati ketentuan yang telah disepakati.<sup>94</sup>

---

<sup>91</sup> *Ibid*

<sup>92</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>93</sup> Hasil Dokumentasi Surat Undangan

<sup>94</sup> Hasil Wawancara dengan Edy Purwanto, Guru Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 9 Agustus 2017.

Adapun MOU kerjasama antara MAN 4 Bantul dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra, adalah sebagai berikut:<sup>95</sup>

- a) MAN 4 Bantul bersedia menerima santri dari Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra sebagai siswa MAN 4 Bantul.
- b) MAN 4 Bantul bersedia membimbing santri siswa dari Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra dalam bidang Akademik dan Non Akademik untuk mewujudkan prestasi.
- c) Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra bersedia membimbing santri siswa MAN 4 Bantul dalam mewujudkan pelajar Islami berakhlaqul karimah.
- d) Dalam hal kebutuhan santri siswa di MAN 4 Bantul, MAN 4 Bantul memprioritaskan beasiswa dan bantuan lainnya untuk santri siswa, sedangkan pihak Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra memberikan kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan pendidikan santri siswa.

Penjelasan MOU tersebut diperkuat dengan dokumentasi yang mencatat perjanjian kerjasama antara pihak madrasah dengan pihak Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra, yaitu sebagai berikut: <sup>96</sup>

- a) Pihak pertama bersedia menerima santri dari pihak kedua sebagai siswa MAN 4 Bantul.

---

<sup>95</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 8 Agustus 2017

<sup>96</sup> Hasil Dokumentasi Perjanjian MOU

- b) Pihak pertama bersedia membimbing santri siswa dari pihak kedua dalam bidang Akademik dan Non Akademik untuk mewujudkan prestasi.
- c) Pihak kedua bersedia membimbing santri siswa MAN 4 Bantul dalam mewujudkan pelajar Islami berakhlaq karimah.
- d) Dalam hal kebutuhan santri siswa di MAN 4 Bantul, Pihak pertama memprioritaskan beasiswa dan bantuan lainnya untuk santri siswa, sedangkan pihak kedua memberikan kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan pendidikan santri siswa.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek yang dibutuhkan MAN 4 Bantul dalam penyelenggaraan kemitraan adalah dengan membentuk forum khusus untuk rapat dan koordinasi serta pembuatan MOU antara pihak MAN 4 Bantul dan ponpes/panti asuhan untuk menyepakati ketentuan yang telah disepakati.

d. Kriteria Calon Mitra

Kriteria adalah aspek/unsur yang harus dimiliki oleh Pondok Pesantren/Panti Asuhan sebelum menjadi mitra dengan MAN 4 Bantul. Berikut ini merupakan kriteria yang diberikan MAN 4 Bantul kepada calon mitra adalah sebagai berikut:<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul. tanggal 7 Agustus 2017.

- a) Pondok Pesantren/Panti Asuhan memiliki SK resmi dari dinas terkait, dan bukan merupakan pondok musiman.
- b) Pondok Pesantren memiliki kurikulum/madin yang jelas sesuai dengan kriteria MAN 4 Bantul, dalam hal ini MAN 4 Bantul membagi menjadi dua jenis, yaitu pondok kitab dan pondok tahfidz.
- c) Pondok Pesantren sanggup secara finansial. Karena semua biaya pembayaran santri/siswa dibebankan kepada pondok meskipun ada sebagian pondok yang mendapatkan bantuan dari donatur, ZIS (Zakat, Infaq dan Shodaqoh) dari madrasah.
- d) Ada pola pendidikan yang terbangun dalam Pondok Pesantren dan bersinergi dengan MAN 4 Bantul.<sup>98</sup>

Misalnya, salah satu pondok memiliki progam kewirausahaan sebagaimana progam yang dicanangkan oleh madrasah. Salah satu contoh adalah PP. Darul Mushlihah, setiap pagi para santri dari pondok ini mendistribusikan kue donat dan es lilin yang dibuat oleh santri ke kantin madrasah.<sup>99</sup>

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam merumuskan aspek yang perlu dimitrakan, MAN 4 Bantul membagi aspek menjadi beberapa tahapan, yaitu

---

<sup>98</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>99</sup> *Ibid*

- a. Mengetahui prioritas kebutuhan madrasah, prioritas kebutuhan MAN 4 Bantul bermitra dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan adalah:1). Untuk mendapatkan siswa baru yang tinggal di pesantren dan mempunyai wawasan keagamaan, 2). Memperoleh keuntungan dari sisi akademik di bidang keagamaan, dan 3). Untuk menampung siswa/siswi yang berprestasi dari luar daerah. 4). Adanya ikatan kontinuitas siswa, bahwa awal siswa di madrasah adalah berasal dari Pondok pesantren sekitar.
- b. Komponen yang dimititkan, meliputi: Jumlah kuota bagi peserta didik dari Pondok Pesantren/Panti Asuhan, persyaratan yang tidak sulit, dan dispensasi pembayaran.
- c. Aspek yang dibutuhkan untuk penyelenggaraan program, yaitu pembentukan forum khusus yang digunakan untuk rapat dan koordinasi dan pembentukan perjanjian melalui kesepakatan MOU.
- d. Menentukan kriteria calon mitra , yaitu bahwa Pondok Pesantren/Panti Asuhan harus memiliki SK resmi dari dinas terkait, memiliki kurikulum/madin yang jelas sesuai kreiteria MAN 4 Bantul, PP/PA sanggup secara finansial, dan ada pola pendidikan yang terbangun dan bersinergi dengan MAN 4 Bantul.

Komponen-komponen ini sesuai dengan yang dijelaskan Fari Ulfah bahwa yang dimaksud merumuskan aspek yang perlu dimititkan yaitu dari hasil kegiatan identifikasi langkah selanjutnya menyusun prioritas kebutuhan.

Berdasarkan data hasil identifikasi, sehingga dari kegiatan ini akan diketahui komponen-komponen mana yang akan dimitrakan terlebih dahulu berdasarkan tahapan kegiatan pelaksanaan program dan juga menyusun kriteria-kriteria hasil identifikasi lembaga dibuat aspek-aspek yang akan dibutuhkan untuk penyelenggaraan program, kebutuhan tersebut akan menjadi aspek yang akan dimitrakan dengan lembaga lain dan juga menentukan kriteria calon mitra.<sup>100</sup>

### 3. Mencari Lembaga Calon Mitra

Setelah MAN 4 Bantul merumuskan kriteria calon mitra, langkah selanjutnya terkait kerjasama dengan masyarakat adalah mencari Pondok Pesantren/Panti Asuhan sebagai calon mitra.

Dalam prosesnya, MAN 4 Bantul sebenarnya tidak membebani syarat yang rumit terkait kriteria calon pondok yang akan bermitra. Selain syarat yang disebutkan di atas, Syarat yang paling mendasar yaitu siap berkerjasama dengan madrasah. Setelah Pondok Pesantren memenuhi syarat/kualifikasi dari MAN 4 Bantul, langkah selanjutnya adalah penandatanganan MOU atau merumuskan kesepakatan antara pihak MAN 4 Bantul dengan calon mitra Pondok Pesantren.<sup>101</sup>

Saat ini jumlah Pondok Pesantren/Panti Asuhan yang telah menjadi mitra berjumlah 9 lembaga. Berikut ini merupakan daftar nama dan alamat

---

<sup>100</sup> Fari Ulfah, *Manajemen PAUD: Pengembangan Jejaring Kemitraan.....*, hlm.223.

<sup>101</sup> Hasil Wawancara dengan Nashiruddin, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 1 Agustus 2017.

Pondok Pesantren/Panti Asuhan yang telah manjadi mitra dengan MAN 4 Bantul.<sup>102</sup>

a. PP. Darul Mushlihin

Jurugentong, No. 21, Rt 8 Rw 34, Bangutapan, Bantul, Yogyakarta. Telp. 0274-4536164, Andri Efriadi, S.Sos.I dan Muslih 085799060170

b. PP. Al-Fadhilah

Jalan Laksda Adisucipto, km 7,5 Santan II/19 Maguwoharjo Depok Sleman. Telp. 0274-6899524, Ustazah Dini 085742178706 dan Ustadz Samsuri 08562971738

c. PP. Darul Ulum

Jalan Lingkar Timur Pranti 221 Jomblangan, Banguntapan. Telp. 0274-4536298, Ustazah Sumiyah 08589234942

d. PA. Putri Islam

Jalan Pramuka Umbulharjo, Yogyakarta. Telp. 0274-374012, Ustazah Sri 082138392005 dan Ustazah Endang 081328321423

e. TA. Al-Islam

Jalan Wisata 267A Tambak bayan, catur Tunggal, Depok, Sleman 5528. Telp. 0274-485105, ustadz Muslikhin 081804113833.

---

<sup>102</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 7 Agustus 2017.

f. Rumah Tahfidz Al-Falah

Winong, krenggan, Kotagede, Yogyakarta RT 11 RW 03, samping Masjid Almustgfirin Kotagede. Telp Ustadz Edo Agustian, S.Pd.I 085268617362.

g. PA. Ulil Albab

Jurang Bodon, RT 10 RW 05, Kotagede, Yogyakarta. Telp Ustadz Sholekhan 085869791577.

h. PP. Darul Aulia

Jalan letkol Adisucipto KM 7,5 Sentan, Gang II, No 32, maguwoharjo, Depok, Sleman Yogyakarta.

i. Yayasan Bakti Anisa

Paleman Biru RT 33 RW 10, Rejowinangun, Kotagede Yogyakarta. Telp Ibu Istianah 087739231695.

Penjelasan di atas juga diperkuat oleh dokumen yang mencatat nama dan alamat Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra.<sup>103</sup>

Hal ini sesuai dengan apa yang paparkan oleh Fari Ulfah yaitu setelah diketahui komponen-komponen yang akan dimitrakan langkah selanjutnya mencari lembaga calon mitra lain yang sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang telah ditentukan.<sup>104</sup>

---

<sup>103</sup> Hasil Dokumentasi Nama dan Alamat Pondok/Panti Asuhan

<sup>104</sup> Fari Ulfah, *Manajemen PAUD: Pengembangan Jejaring Kemitraan .....*, hlm.223.



Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa MAN 4 Bantul dalam mencari lembaga calon mitra disesuaikan dengan klasifikasi yang telah dirumuskan sebelumnya dan lembaga calon mitra MAN 4 Bantul disesuaikan dengan kebutuhan madrasah. Adapun lembaga yang telah bermitra dengan MAN 4 Bantul yaitu, PP. Darul Mushlihin, PP. AL-Fadilah, PP. Darul Ulum, PP. Putri Islam, TA Al Islam, Rumah Tahfidz Al Falah, PA Ulil Albab, PP Darul Aulia dan Yayasan Bakti Anisa.

#### 4. Membuat Kesepakatan dengan Mitra Kerja

Setelah menentukan lembaga calon mitra, selanjutnya MAN 4 Bantul merumuskan kesepakatan antara pihak madrasah dengan lembaga mitra. Kesepakatan ini mencakup hak Pondok Pesantren/Panti Asuhan kepada MAN 4 Bantul dan kewajiban Pondok Pesantren/Panti Asuhan kepada MAN 4 Bantul. Berikut ini merupakan kesepakatan antara madrasah dan Pondok mitra adalah sebagai berikut:<sup>105</sup>

##### a. Hak Pondok Pesantren/Panti Asuhan, adalah sebagai berikut:

- 1) Peserta didik memperoleh pendidikan, pembinaan dan pembelajaran sebagaimana peserta didik dari jalur Non kemitraan ( Non pondok).<sup>106</sup>

---

<sup>105</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 3 Agustus 2017.

<sup>106</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul tanggal 7 Agustus 2017.

- 2) Peserta didik memperoleh fasilitas, sarana dan prasarana dan kegiatan ekstrakurikuler yang di sediakan madrasah tanpa ada perbedaan dari siswa Non mitra.
- b. Kewajiban Pondok Pesantren/Panti Asuhan, adalah
- 1) Kedisiplinan, kaitannya dengan santri agar tidak telat berangkat ke madrasah.<sup>107</sup>
  - 2) Mematuhi dan menaati kesepakatan MOU yang telah disepakati bersama.
  - 3) Melunasi administrasi pembayaran sesuai dengan kesepakatan
  - 4) Memberikan izin kepada madrasah apabila ada peserta didik dari pondok yang mengikuti/mewakili lomba dari madrasah.<sup>108</sup>
  - 5) Memberikan pendidikan, pembinaan dan pembelajaran peserta didik selama di pondok.
  - 6) Memberikan pendidikan ilmu agama sesuai dengan kurikulum/madin Pondok Pesantren, baik pondok yang memiliki progam pembelajaran kitab-kitab islami maupun progam tahfidzul Qur'an.

Sedangkan pembuatan pedoman antara pihak madrasah dan pondok Pesantren yaitu sesuai dengan kesepakatan yang berlaku antara hak dan

---

<sup>107</sup> *Ibid*

<sup>108</sup> *Ibid*

kewajiban kedua belah pihak dan sesuai dengan perjanjian kesepakatan MOU yang telah disepakati.<sup>109</sup>

Penjelasan di atas sesuai dengan apa yang dipaparkan Fari Ulfah bahwa setelah ada calon yang ditentukan berdasarkan kriteria yang dibutuhkan langkah selanjutnya membuat kesepakatan-kesepakatan berkenaan dengan hak dan kewajiban mitra kerja, keputusan tersebut berdasarkan persetujuan kedua belah pihak. Selanjutnya membuat peraturan-peraturan yang disepakati bersama, yang akan menjadi pedoman kedua belah pihak dalam rangka melaksanakan jaringan kemitraan.<sup>110</sup>

MAN 4 Bantul telah merumuskan kesepakatan-kesepakatan berkenaan hak dan kewajiban dengan lembaga mitra yang terkait, yang mana dari kesepakatan-kesepakatan tersebut digunakan sebagai pedoman bagi kedua belah pihak dalam rangka melaksanakan jaringan kemitraan.

Adapun beberapa komponen yang perlu ditingkatkan MAN 4 Bantul dalam melakukan strategi kerjasama dengan masyarakat yaitu, dalam bidang sarana dan prasarana yang mana peserta didik masih mengalami kekurangan ruang kelas, dan lahan parkir yang tidak sebanding dengan jumlah peserta didik. Kemudian dari aspek pembentukan forum khusus yang mana waktu untuk melakukan rapat dan koordinasi belum ditentukan secara pasti dan masih bersifat insidental, tentunya hal ini dapat mengganggu aktifitas

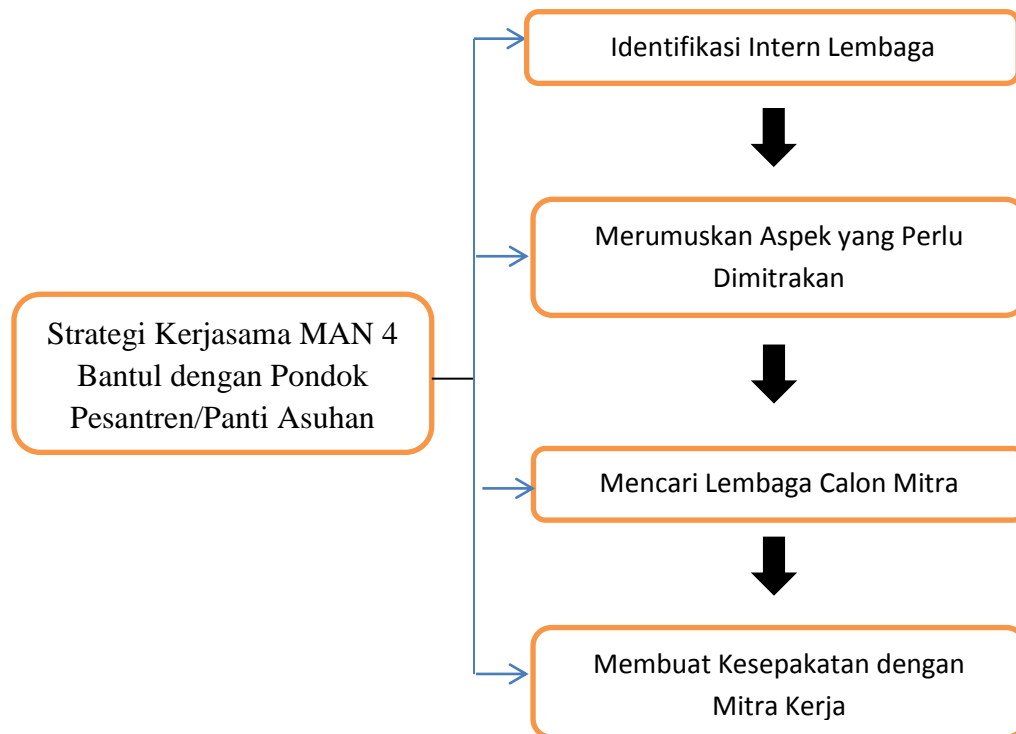
---

<sup>109</sup> *Ibid*

<sup>110</sup> Fari Ulfah, *Manajemen PAUD: Pengembangan Jejaring Kemitraan .....*, hlm.223.

masing-masing lembaga sehingga perlu ditentukan waktu untuk koordinasi dan rapat secara khusus dan teratur.

Strategi kerjasama MAN 4 Bantul dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar IV.1

Strategi Kerjasama MAN 4 Bantul

Dari gambar di atas dapat dipahami bahwa strategi kerjasama MAN 4 Bantul dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan melalui beberapa tahapan, yaitu melakukan identifikasi intern lembaga, setelah kebutuhan intern dipenuhi langkah selanjutnya yaitu merumuskan aspek yang perlu dimitrakan, setelah kebutuhan intern dan aspek yang akan dimitrakan terpenuhi kemudian mencari lembaga calon mitra, dan yang terakhir yaitu membuat kesepakatan dengan mitra kerja.

#### **B. Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Kerjasama MAN 4 Bantul Dengan Masyarakat**

Pemasaran jasa pendidikan melalui kerjasama antara MAN 4 Bantul dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan adalah strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh MAN 4 Bantul kepada calon pelanggan jasa pendidikannya melalui sistem kerjasama yang telah disepakati dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra. Berikut ini langkah-langkah yang diterapkan MAN 4 Bantul dalam strategi pemasaran jasa pendidikannya.

##### **1. Identifikasi Pasar Madrasah**

Identifikasi pasar adalah strategi yang dilakukan MAN 4 Bantul untuk mengetahui minat, kebutuhan ataupun harapan calon pelanggan jasa pendidikan kepada madrasah. Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk melakukan identifikasi pasar adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian/riset pendidikan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar

Menurut Bapak Andri bahwa MAN 4 belum pernah melakukan identifikasi pasar secara terstruktur, proses identifikasi terjadi secara natural.<sup>111</sup> Maksudnya bahwa proses identifikasi tidak dilakukan secara terstruktur, dilakukan secara alami dan tidak ada perencanaan, dikarenakan Karen merespon keadaan tertentu.

Hal senada juga diungkapkan Bapak Edy beliau menceritakan:

Awalnya dulu Tahun 2010 saya pindah dari MTs Borobudur Magelang ke Jogja oleh Kanwil Kemenag trus ditempatkan di MAN Lab Uin kemudian saya bertemu Pak Andri beliau adalah tokoh Pondok pesantren yang berjuang untuk Pondok Pesantren, sementara saat itu yang ada disini adalah semacam Boarding, cuman boardingnya masih kecil dengan Pondok Pesantren Al Mumtaz, dan Pak Andri waktu itu menjadi pemimpin di Pondok tersebut, saya mengenal Pak Andri yang berjuang di Pondok Pesantren sementara saya di Magelang juga meninggalkan anak-anak yang didaerah terpencil yang banyak dari golongan kurang mampu maka itu saya sambungkan, andaikan anak-anak yang dari daerah terpencil itu tinggal di Panti/Pondok gimana? Dan akhirnya nyambung sehingga pondok juga berjuang saya menginformasikan itu ke teman-teman guru saya di sekolah saya dan akhirnya beberapa siswa bisa disini dan trus berkembang seperti sekarang.<sup>112</sup>

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa awal identifikasi yang dilakukan MAN 4 Bantul dilakukan secara natural, hal ini dapat dilihat dari keterangan Bapak Edy bahwa awal mula MAN 4 Bantul mendapatkan siswa dari luar Yogyakarta adalah karena beliau melihat kondisi di MTs

---

<sup>111</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 3 Agustus 2017.

<sup>112</sup> Hasil Wawancara dengan Edy Purwanto, Guru Madrasah MAN 4 Bantul, tanggal 9 Agustus 2017.

Borobudur tempat tugasnya sebelum di MAN 4 Bantul, bahwa banyak anak-anak dari daerah terpencil yang masih sulit untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, sehingga ketika beliau di Yogyakarta dan mendapati bahwa ada Ponpes/Panti Asuhan yang membebaskan biaya pondok dan sekolah maka beliau berinisiatif untuk membawa anak-anak dari magelang ke Yogyakarta untuk sekolah di MAN 4 Bantul dan tinggal di Pondok mitra.

b. Pemetaan dari sekolah lain

Menurut Bapak Nasiruddin, proses pemetaan MAN 4 Bantul hanya seputar tentang persaingan nilai UAN dan perlombaan, biasanya kegiatan tersebut dilakukan dengan tanya jawab sesama guru dengan madrasah lain.<sup>113</sup> Sedangkan Bapak Andri mengungkapkan bahwa pemetaan hanya dilakukan terkait jumlah siswa sekolah lain per tahun dan prestasi siswa, hal tersebut diperoleh melalui tanya jawab dengan guru sekolah lain.<sup>114</sup>

Hal tersebut sesuai dengan yang di paparkan Imam Machali dan Ara Hidayat bahwa tahapan pertama dalam pemasaran sekolah/madrasah adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini, perlu dilakukan suatu penelitian/riset pasar pendidikan untuk mengetahui

---

<sup>113</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 1 Agustus 2017.

<sup>114</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017.

kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahapan ini adalah pemetaan dari sekolah lain.<sup>115</sup>

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan identifikasi pasar, MAN 4 Bantul melakukan dua tahapan yaitu melalui proses penelitian/riset untuk mengetahui ekspektasi pasar dan melakukan pemetaan dari sekolah/madrasah lain. Meskipun untuk mengetahui ekspektasi pasar MAN 4 Bantul tidak melakukan penelitian secara terstruktur melainkan secara natural/alami atas inisiatif para guru. Sedangkan pemetaan yang dilakukan MAN 4 Bantul adalah pemetaan untuk mengetahui Nilai Akhir, prestasi siswa, dan jumlah siswa dari sekolah/madrasah lain. Hal tersebut dilakukan dengan tanya jawab terhadap sesama guru dari sekolah/madrasah lain.

## 2. Segmentasi Pasar dan Positioning MAN 4 Bantul

Segmentasi merupakan konsep yang paling penting dalam manajemen pemasaran, dengan segmentasi pasar madrasah akan lebih mudah dalam mempromosikan jasa pendidikannya. Sedangkan positioning dilakukan oleh MAN 4 Bantul adalah untuk memposisikan jasa pendidikan dan membedakan 4 Bantul dengan sekolah/madrasah lainnya. Adapun langkah-langkah yang dilakukan 4 Bantul dalam segmentasi dan positioning yaitu sebagai berikut:

---

<sup>115</sup> Imam Machali & Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan.....*, hlm.296.



a. Membedakan Kelompok Pembeli

Segmentasi pasar yang dilakukan MAN 4 Bantul mempunyai perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan lembaga lain pada umumnya. Selain membidik pelanggan jasa/siswa dari lokal daerah, MAN 4 Bantul juga membidik siswa yang berada di luar daerah Yogyakarta.

Bagi calon siswa yang berdomisili di Yogyakarta, mereka akan melalui proses penyeleksian dari internal madrasah, pihak madrasah membentuk panitia yang bernama PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). Sedangkan bagi siswa yang berdomisili di luar kota Yogyakarta, proses penyeleksian calon siswa sepenuhnya diserahkan kepada Pondok Pesantren/Panti Asuhan yang menjadi mitra MAN 4 Bantul. Kemudian pihak PP/PA merekomendasikan calon peserta didik yang akan di daftarkan di MAN 4 Bantul.<sup>116</sup>

Penjelasan tersebut diperkuat dengan dokumen yang mencatat kegiatan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), yang membagi melalui dua jalur pendaftaran.<sup>117</sup> Hal serupa juga diungkapkan Bapak Nasirudin bahwa mayoritas siswa MAN 4 Bantul berasal dari luar Yogyakarta, tujuan utamanya adalah untuk mencari siswa/siswi yang kurang mampu

---

<sup>116</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul. Tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>117</sup> Hasil Dokumentasi Kepanitiaan PPDB

dan berprestasi untuk bersekolah di MAN kemudian mereka bermukim di Pondok Pesantren mitra.<sup>118</sup>

b. Merancang Citra Madrasah

Salah satu citra yang ditawarkan madrasah kepada pelanggan jasa pendidikan khususnya bagi siswa yang berdomisili di luar Yogyakarta, adalah sebagai berikut:<sup>119</sup>

1) Bermukim di Pondok Pesantren

Bagi siswa yang lolos seleksi di Pondok Pesantren/Panti Asuhan yang di tuju, mereka akan mendapatkan fasilitas dan bebas dari pembiayaan administrasi pondok. Mereka akan tinggal di Pondok Pesantren yang telah dipilih serta mendapatkan pendidikan dan pembelajaran di Pondok Pesantren. Calon siswa yang direkomendasikan secara otomatis akan diterima di MAN 4 Bantul.

2) Bebas Biaya Madrasah dan Kebutuhan Sekolah

Selama tinggal di Pondok Pesantren siswa dibebaskan dari biaya apapun. Siswa dibebaskan dari pembiayaan selama di Pondok Pesantren dan juga dari pembiayaan administrasi di madrasah. Dan administrasi pembiayaan di madrasah akan ditanggung penuh oleh Pondok Pesantren yang bersangkutan.

---

<sup>118</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 1 Agustus 2017.

<sup>119</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, 8 Agustus 2017.

Hal senada juga diungkapkan Bapak Yusuf bahwa madrasah membantu pembiayaan melalui pencairan dana ZIS, BOS, dan BSM, yang bisa berwujud dana cair (uang saku) maupun dibelikan kebutuhan siswa selama di madrasah.<sup>120</sup>

c. Positioning Madrasah

MAN 4 Bantul memposisikan jasa pendidikannya pada bidang akademik, hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar MAN 4 Bantul yang membidik peserta didik berprestasi dalam bidang akademik yang dipersiapkan untuk mengikuti lomba, seperti AKSIOMA, KTI (Karya Tulis Ilmiah), program bimbingan olimpiade sains, kompetisi sains, Kompetisi Matematika, Pidato Bahasa, dll.<sup>121</sup> Hal tersebut diperkuat dengan dokumen yang termaktub dalam brosur MAN 4 Bantul.<sup>122</sup>

MAN 4 Bantul juga memposisikan jasa pendidikannya dalam pengembangan brand/semboyan yaitu” MANEMBAYO ISTIMEWA MAN 4 Bantul Istimewa Prestasi Sebagai Tradisi”. Dan “Rintisan Madrasah Riset,”. Semboyan/brand tersebut tentunya akan menjadi nilai tambah yang diberikan pada produk/jasa dari MAN 4 Bantul. Semboyan/brand ini akan menjadi ciri khas dari MAN 4 Bantul yang mempersiapkan peserta didik berprestasi dan mampu bersaing dalam

---

<sup>120</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul. Tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>121</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 1 Agustus 2017.

<sup>122</sup> Hasil Dokumentasi pada Brosur MAN 4 Bantul.

beragam lomba sampai tingkat nasional serta mampu melahirkan alumni yang berkualitas.<sup>123</sup>

Positioning MAN 4 Bantul berdasarkan manfaat yaitu memberikan jaminan,kejelasan dan kepastian jasa pendidikan yang akan diperoleh oleh calon peserta didik. Jaminan dan kejelasan yang diberikan diantaranya prospek lulusan yang akan diterima di Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi swasta. Hal ini dapat dilihat dari lulusanTahun pelajaran 2015/2016 bahwa 76% diterima di UGM, UNY, UIN,PTN Luar, PTN DIY, Luar Negeri. Selain itu bagi calon peserta didik yang melalui jalur kemitraan, mereka mendapatkan tempat tinggal di Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra dan dibebaskan dari pembiayaan administrasi madrasah.<sup>124</sup> Penjelasan tersebut diperkuat dengan dokumen yang bersumber dari brosur MAN 4 Bantul.<sup>125</sup>

Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa proses segmentasi dan positioning di MAN 4 Bantul dilakukan dengan beberapa tahapan, *Pertama*, membedakan kelompok pembeli, yaitu membedakan antara calon peserta didik dari dalam kota dan luar kota Yogyakarta; bagi peserta didik yang berasal dari luar kota mereka akan bermukim di Pondok pesantren/Panti Asuhan yang telah bermitra dengan MAN 4 Bantul.

---

<sup>123</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 8 Agustus 2017.

<sup>124</sup> *Ibid*

<sup>125</sup> Hasil Dokumentasi pada Brosur MAN 4 Bantul.

Sedangkan yang *Kedua* yaitu merancang citra sekolah, hal ini dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik yang berasal dari luar kota Yogya, diantaranya: bermukim di Pondok Pesantren/Panti Asuhan mitra dan di bebaskan dari biaya madrasah dan kebutuhan sekolah (seragam sekolah, alat tulis dan buku).

*Ketiga* yaitu positioning sekolah, dalam hal ini MAN 4 Bantul memposisikan jasa pendidikannya dibidang akademik, memposisikan dalam pengembangan brand/semboyan madrasah dan memposisikan berdasarkan manfaat, seperti memberikan jaminan, kejelasan dan kepastian yang diperoleh calon peserta didik.

Keterangan tersebut sesuai dengan apa yang di paparkan Imam Machali dan Ara Hidayat dalam bukunya bahwa segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. *Positioning* berkaitan dengan bagaimana pemasar membedakan jasanya dengan pesaing (memilih pesaing). Meskipun MAN 4 Bantul tidak memilih pesaing dalam memposisikan produknya.<sup>126</sup>

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa proses segmentasi dan positioning yang dilakukan MAN 4 Bantul sesuai dengan apa yang dipaparkan Imam Machali dan Ara Hidayat, yaitu membagi pasar menjadi

---

<sup>126</sup> Imam Machali & Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan.....*, hlm.297.

kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. *Positioning* berkaitan dengan bagaimana pemasar membedakan jasanya dengan pesaing (memilih pesaing). Meskipun MAN 4 Bantul tidak memilih pesaing dalam memposisikan produknya.

### 3. Diferensiasi Jasa Pendidikan

Diferensiasi jasa pendidikan merupakan salah satu upaya yang dilakukan atau ditawarkan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik yang berbeda dengan sekolah/madrasah lainnya. Adapun konsep diferensiasi yang dilakukan MAN 4 Bantul adalah sebagai berikut:

#### a. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah membedakan produk atau program maupun fasilitas yang ditawarkan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik baru. Berikut ini diferensiasi produk yang dilakukan MAN 4 Bantul.

*Pertama*, adalah pada jalur seleksi calon peserta didik baru melalui dua jalur, yaitu:<sup>127</sup> Jalur Kemitraan dan Jalur Non Kemitraan. Penjelasan tersebut di perkuat dengan dokumen yang mencatat proses seleksi calon peserta didik baru melalui kegiatan PPDB.<sup>128</sup>

---

<sup>127</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>128</sup> Hasil Dokumentasi pada Kepanitiaan PPDB.

*Kedua*, fasilitas yang ditawarkan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik baru , adapun fasilitas yang ditawarkan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik baru adalah sebagai berikut:<sup>129</sup>

- 1) Kampus yang bersih, nyaman, tenang dan asri
- 2) Semua ruangan kelas dengan fasilitas LCD, Sound kelas, dan kipas angin
- 3) Hot Spoot
- 4) Audio center
- 5) Lab Computer dan Lab Ipa ber – AC
- 6) Perpustakaan representative
- 7) Halaman luas, lap voli dan basket
- 8) Masjid Tahdzibul Akhlaq
- 9) Studio music kedap suara berisi alat brand dan hadroh
- 10) Kantin 2 ruang
- 11) Ruang keterampilan berisi mesin jahit, alat ketrampilan memasak, batik, dll
- 12) Ruang gamelan lengkap (Slendro dan Pelog)
- 13) Fasilitas lap tennis meja 3 set
- 14) Taman Adiwiyata
- 15) Seragam Paskibraka Standar Nasional 80 stel

---

<sup>129</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 8 Agustus 2017.

16) Airphone antar ruang, progam CCTV semua kelas

Penjelasan tersebut diperkuat dengan dokumen yang mencatat dalam brosur MAN 4 Bantul.<sup>130</sup>

b. Diferensiasi Jasa

Diferensiasi jasa yang dilakukan MAN 4 Bantul adalah pemberian jaminan dan kepuasan. Jaminan dan kepuasan yang diberikan diantaranya prospek lulusan yang akan diterima di Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi swasta. Hal ini dapat dilihat dari lulusan Tahun Pelajaran 2015/2016 bahwa 76% diterima di UGM, UNY, UIN,PTN Luar, PTN DIY, Luar Negeri.<sup>131</sup>

Serta progam unggulan yang dicanangkan MAN 4 Bantul, yaitu progam riset, progam bimbingan olimpiade sains, kompetisi sains, robotic, kewirausahaan/keterampilan, progam pembelajaran interegatif dan progam *field trip*.<sup>132</sup> Penjelasan di atas diperkuat dengan dokumen yang mencatat dalam brosur MAN 4 Bantul.<sup>133</sup>

c. Diferensiasi Karyawan

MAN 4 Bantul belum melakukan pelatihan khusus terhadap karyawan/pegawai. Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa pendidikan, karyawan sekolah dilibatkan dalam kepanitiaan PPDB.

---

<sup>130</sup> Hasil Dokumentasi pada Brosur MAN 4 Bantul.

<sup>131</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul, tanggal 8 Agustus 2017.

<sup>132</sup> *Ibid*

<sup>133</sup> Hasil Dokumentasi pada Brosur MAN 4 Bantul.



Misalnya satpam, yang nantinya akan menjadi *guide* bagi calon wali dan peserta didik ketika akan mendaftar ke madrasah.<sup>134</sup> Penjelasan tersebut diperkuat dengan dokumen yang mencatat dalam kegiatan kepanitiaan PPDB di MAN 4 Bantul.<sup>135</sup>

d. Diferensiasi Citra

Diferensiasi citra adalah membedakan citra yang akan diberikan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik dari sekolah/madrasah lainnya. Adapun diferensiasi citra dari MAN 4 Bantul adalah sebagai berikut:<sup>136</sup>

- 1) Bermukim di Pondok Pesantren/Panti Asuhan, bagi peserta didik yang melalui jalur Kemitraan.
- 2) Bebas biaya pendidikan dan seragam sekolah, bagi peserta didik yang melalui jalur Kemitraan
- 3) Pemberian beasiswa diantaranya melalui progam BSM (Bantuan Siswa Miskin), Prestasi, ZIS madrasah, Progam bantuan memperoleh bidik misi.

Penjelasan di atas diantaranya dimuat dalam brosur MAN 4 Bantul dalam upaya pemasaran jasa pendidikan kepada pelanggan jasa pendidikan.<sup>137</sup>

---

<sup>134</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.

<sup>135</sup> Hasil Dokumentasi pada Susunan Kepanitiaan PPDB.

<sup>136</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul.

<sup>137</sup> Hasil Dokumentasi pada Brosur MAN 4 Bantul.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa diferensiasi jasa pendidikan yang ditawarkan MAN 4 Bantul adalah terbagi menjadi beberapa aspek diferensiasi. *Pertama*, diferensiasi produk yaitu melalui jalur penerimaan peserta didik yang dibagi menjadi jalur kemitraan dan non kemitraan kemudian pada fasilitas yang ditawarkan.

*Kedua*, diferensiasi jasa yaitu pemberian jaminan dan kepuasan diantaranya terkait prospek lulusan yang akan diterima di PTN atau PTS terkemuka dan program unggulan yang diberikan MAN 4 Bantul kepada calon peserta didik baru.

*Ketiga*, diferensiasi karyawan yaitu melibatkan karyawan kedalam kepanitiaan PPDB sehingga karyawan ikut berkontribusi dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan.

*Keempat*,diferensiasi citra yaitu peserta didik yang diterima di jalur kemitraan akan bermukim di PP/PA mitra MAN 4 Bantul, MAN 4 Bantul membebaskan biaya sekolah dan mencukupi kebutuhan sekolah dan memberikan beasiswa melalui program yang telah dilakukan MAN 4 Bantul.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dipaparkan Kazmi bahwa ada beberapa variabel penting yang dapat mempengaruhi organisasi untuk

membedakan penawaran produknya dengan competitor, sebagai berikut:<sup>138</sup>

- 1) Diferensiasi produk, yaitu diferensiasi yang terjadi melalui perubahan bentuk produk dan berbagai atribut produk lainnya atau dengan menetapkan kinerja produk dan rancangan produk yang berkualitas.
- 2) Diferensiasi jasa, yaitu diferensiasi yang terjadi apabila produk fisik tidak mudah dibedakan dengan kompetitornya, biasanya dalam anekajasa yang menawarkan jaminan produk atau kontrak pemeliharaan, hadiah, pelatihan kepada pelanggan, dan sebagainya.
- 3) Diferensiasi karyawan, yaitu diferensiasi yang terjadi melalui pelatihan karyawan agar dapat memiliki pengetahuan dan kompetensi, sikap sopan santun kepada pelanggan, kredibilitas individu, reliabilitas dan ketanggapan kepada pelanggan, serta ketrampilan komunikasi.
- 4) Diferensiasi citra, yaitu diferensiasi untuk membedakan identitas dan citra organisasi dengan memosisikan dirinya atau produknya.

#### 4. Komunikasi Pemasaran Madrasah

Komunikasi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan MAN 4 Bantul dalam upaya menyampaikan/mempromosikan madrasah kepada calon pelanggan jasa pendidikan. Adapun dalam komunikasi pemasaran MAN 4 Bantul dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu:

---

<sup>138</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*,....., hlm.63.

a. Mengkomunikasikan Pesan Pemasaran

Dalam mengkomunikasikan pesan-pesan kepada calon pelanggan jasa MAN 4 Bantul menggunakan media elektronik dan media cetak. Media cetak, contohnya melalui Tv Lokal (Jogja Tv dan TVRI Jogja), Sosial Media (*facebook*). Sedangkan media elektronik contohnya melalui brosur dan banner.<sup>139</sup> Hal tersebut diperkuat dengan dokumen yang tercetak pada brosur dan banner di MAN 4 Bantul.<sup>140</sup>

Komunikasi juga dilakukan lewat TV local, misalnya MAN 4 Bantul ketika diundang acara karawitan di Jogja TV pada akhir acara ada sesi dialog, dan saat berdialog MAN 4 mempromosikan jasa pendidikannya kepada masyarakat.<sup>141</sup>

b. Interaksi Antara Organisasi Jasa dan Pelanggan Jasa Pendidikan

Interaksi antara organisasi jasa dan pelanggan jasa adalah Interaksi yang dilakukan antara MAN 4 Bantul dengan calon pelanggan jasa (calon peserta didik atau wali murid) dalam proses pemasaran jasa pendidikan. Berikut ini adalah interaksi yang dilakukan MAN 4 Bantul kepada calon pelanggan jasa pendidikan.

1) Pelanggan mendatangi Madrasah

---

<sup>139</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 1 Agustus 2017.

<sup>140</sup> Hasil Dokumentasi melalui Brosur dan Banner.

<sup>141</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 1 Agustus 2017.

Interaksi pelanggan jasa mendatangi organisasi jasa adalah interaksi calon peserta didik/wali murid mendatangi MAN 4 Bantul dengan tujuan memperoleh informasi tentang MAN 4 Bantul.

Dalam hal ini Bapak Dwi mengungkapkan bahwa kebanyakan dari calon pelanggan jasa yang datang ke MAN 4 Bantul adalah dari orang yang sudah kenal dengan madrasah. Misalnya orang yang memiliki sanak saudara yang pernah/sedang sekolah di MAN 4 Bantul.<sup>142</sup>

Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Bapak Andri bahwa mayoritas calon peserta didik memperoleh informasi tentang PPDB dari media dan lisan, sedikit yang langsung datang ke madrasah.<sup>143</sup>

## 2) Madrasah Mendatangi Pelanggan

Dalam hal ini pihak MAN 4 Bantul mendatangi calon pelanggan jasa pendidikan, interaksi yang dilakukan MAN 4 Bantul diantaranya, madrasah membikin tim promosi, kemudian tim akan terjun ke sekolah-sekolah yang sudah menjadi target sasaran. Kegiatan yang dilakukan tim promosi ini adalah mempresentasikan MAN 4 Bantul.<sup>144</sup>

---

<sup>142</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.

<sup>143</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 8 Agustus 2017.

<sup>144</sup> Hasil Wawancara dengan Edy Purwanto, Guru MAN 4 Bantul tanggal 9 Agustus 2017.

Kemudian Bapak Nasirudin menambahkan bahwa pihak madrasah dan Pondok pesantren bekerjasama dalam mempromosikan madrasah, pihak Pesantren mempromosikan pesantrennya sedangkan madrasah mempromosikan madrasahnyanya yang nantinya mereka akan tinggal di Pesantren mitra.<sup>145</sup>

Hal senada juga diungkapkan Bapak Andri bahwa dalam mempromosikan madrasah, pihak MAN 4 Bantul bersinergi dengan Pondok Pesantren mereka bersama-sama mendatangi calon pelanggan jasa pendidikan meskipun kebanyakan dari pihak Pondok yang berpromosi sendiri.<sup>146</sup>

Selanjutnya pihak madrasah mengirimkan surat kepada calon pelanggan jasa, diantaranya pemberitahuan berita kunjungan, dan permohonan data bagi siswa-siswi yang berprestasi dan permohonan data nilai siswa-siswi hasil ujian akhir.<sup>147</sup>

Hal tersebut diperkuat dengan dokumen surat yang mencatat permintaan data siswa-siswi yang berprestasi dari MAN 4 Bantul kepada salah satu lembaga calon pelanggan jasa.<sup>148</sup>

### 3) Transaksi Kepanjangan Tangan

---

<sup>145</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 1 Agustus 2017.

<sup>146</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>147</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.

<sup>148</sup> Hasil Dokumentasi Melalui Surat Undangan

MAN 4 Bantul mempromosikan jasa pendidikannya melalui kepanjangan tangan, yaitu mempromosikan madrasah melalui keluarga siswa yang pernah/sedang sekolah di MAN 4 Bantul kepada keluarganya atau masyarakat sekitar dan mempromosikan informasi jasa pendidikan melalui guru-guru atau karyawan (*Stakeholder*) madrasah kepada lingkungan sekitarnya maupun kepada sanak keluarganya. Jadi komunikasi disini bersifat turun temurun melalui lisan dan diperkuat dengan brosur. Adapun komunikasi kepanjangan tangan di MAN 4 Bantul adalah sebagai berikut:

*Pertama*, melalui keluarga siswa yang pernah/sedang sekolah di MAN 4 Bantul. Terkait hal ini Bapak Nasirudin mengungkapkan:

Kadang-kadang ada saudara-saudara yang dari luar pulau Jawa tapi mempunyai saudara sekolah di MAN 4 Bantul kemudian mereka tertarik menyekolahkan di MAN 4 Bantul, kemudian orang tua mereka yang dirumah tertarik menyekolahkan disini (MAN 4 Bantul), karena mereka juga akan tinggal di Pondok Pesantren.<sup>149</sup>

Hal tersebut sesuai dengan keterangan Bapak Andri yang mengatakan:

Proses promosi kebanyakan dari siswa MAN 4 Bantul, para siswa yang mempunyai saudara dirumah/tetangga mempromosikan pondok yang mana secara tidak langsung mereka mempromosikan madrasah, karena pada akhirnya mereka akan sekolah di madrasah Negeri yaitu MAN 4 Bantul.<sup>150</sup>

---

<sup>149</sup> Hasil Wawancara dengan Nasirudin, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 1 Agustus 2017.

<sup>150</sup> Hasil Wawancara dengan Andri Efriadi, Staff Humas MAN 4 Bantul tanggal 3 Agustus 2017.

Perlu diketahui bahwa mayoritas asal daerah peserta didik di MAN 4 Bantul berasal dari luar Yogyakarta, mereka berasal dari daerah beragam seperti Magelang, Kebumen, Cilacap, Banyumas, Banjarnegara, Ciamis, Purbalingga, Banten, Bengkulu, Palembang, Jambi, Purwodadi, dan Sulawesi Selatan. Dalam hal ini para siswa yang berasal dari luar daerah ketika mereka pulang ke kampung halaman, akan mempromosikan MAN 4 Bantul kepada masyarakat daerah masing-masing. Komunikasi dilakukan dengan lisan dan juga melalui brosur.<sup>151</sup>

*Kedua*, Promosi melalui *stakeholder* madrasah, yaitu kegiatan promosi yang dilakukan oleh guru atau karyawan MAN 4 Bantul. Mereka mempromosikan ke asal daerah masing-masing, informasi tentang madrasah disampaikan melalui lisan dan juga dengan brosur.<sup>152</sup>

Dari pemaparan di atas dapat diketahui bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan MAN 4 Bantul kepada calon pelanggan jasa pendidikan terbagi menjadi dua langkah, yaitu:

- 1) Mengkomunikasikan pesan pemasaran, yaitu MAN 4 Bantul menggunakan media elektronik dan media cetak.

---

<sup>151</sup> *Ibid*

<sup>152</sup> Hasil Wawancara dengan Dwi Mulyono, Wakil Kepala Madrasah Bidang Kesiswaan MAN 4 Bantul.



2) Interaksi yang dilakukan MAN 4 Bantul kepada calon pelanggan jasa pendidikan. Dalam tahapan ini langkah yang dilakukan melalui tiga metode.

*Pertama*, pelanggan jasa mendatangi organisasi jasa, yaitu pada fenomena para calon pelanggan jasa mendatangi MAN 4 Bantul, dan fenomena sangat minim terjadi karena mayoritas pelanggan jasa mengakses informasi melalui media dan brosur.

*Kedua*, MAN 4 Bantul mendatangi calon pelanggan jasa pendidikan, yaitu MAN 4 Bantul dan Pondok mitra bersama-sama mempromosikan madrasah kepada calon pelanggan jasa pendidikan.

*Ketiga*, dengan system kepanjangan tangan, yaitu MAN 4 Bantul dan PP/PA mitra menginformasikan kepada peserta didik untuk mempromosikan MAN 4 Bantul kepada keluarga dan lingkungan asal peserta didik, dan MAN 4 Bantul menghimbaukan kepada guru/karyawan madrasah untuk mempromosikan madrasah kepada masyarakat atau keluarga mereka.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dipaparkan Lovelock bahwa ada tiga jenis interaksi antara organisasi jasa dan pelanggan, yaitu sebagai berikut:<sup>153</sup>

*Pertama*, Pelanggan jasa mendatangi organisasi jasa, yaitu pada metode ini faktor lokasi merupakan aspek penting sehingga pelanggan jasa

---

<sup>153</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*.....,hlm.138-139.

memperhatikan tingkat kenyamanan lokasi dan jadwal operasi jasa ketika mereka melakukan transaksi dengan pelanggan jasa.

*Kedua*, Organisasi Jasa Mendatangi Pelanggan Jasa, yaitu pada metode ini, faktor lokasi bukan merupakan aspek penting karena organisasi jasa mendatangi pelanggan jasa.

*Ketiga*, Transaksi Jasa dilakukan Melalui “Kepanjangan Tangan” Organisasi Terhadap Pelanggan Jasa, yaitu pada metode ini, faktor lokasi menjadi tidak begitu penting karena pelanggan jasa tidak pernah melihat fasilitas yang ditawarkan organisasi jasa dan bertemu dengan organisasi jasa, sedangkan aspek penting adalah sarana komunikasi melalui surat-menyurat dan media elektronik yang efisien.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan MAN 4 Bantul terbagi menjadi dua tahapan, *pertama* komunikasi kepada calon pelanggan dengan menggunakan media elektronik dan cetak, media yang digunakan yaitu melalui jaringan TV lokal yaitu Jogja TV dan TVRI Jogja serta melalui sosial media *facebook*. *Kedua*, melakukan interaksi dengan pelanggan jasa, yang terbagi menjadi tiga tahapan, yaitu dengan metode pelanggan jasa mendatangi MAN 4 Bantul, MAN 4 Bantul mendatangi pelanggan jasa dan melalui transaksi kepanjangan tangan.

## 5. Pelayanan Sekolah

Pelayanan Sekolah adalah suatu karakter atau perlakuan yang diberikan MAN 4 Bantul kepada calon pelanggan jasa pendidikan yang meliputi sikap, perhatian dan tindakan dalam proses pemasaran jasa pendidikan. Adapun pelayanan MAN 4 Bantul dibagi menjadi tiga aspek, yaitu:

a. Sikap Kepada Pelanggan Jasa Pendidikan

Bapak Yusuf mengungkapkan bahwa dalam hal pelayanan MAN 4 Bantul selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada pelanggan jasa pendidikan.<sup>154</sup> Diantaranya pelayanan yang mencakup aspek sikap yaitu dengan melayani pelanggan jasa dengan penampilan yang sopan dan rapi, melayani dengan berpikiran positif dan logis, dan melayani dengan sikap menghargai tanpa membedakan pelanggan jasa pendidikan.<sup>155</sup>

b. Perhatian kepada Pelanggan jasa Pendidikan

Bapak Yusuf mengungkapkan bahwa dilingkungan madrasah dibudayakan pelayanan dengan 5 S yaitu Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun mulai dari stakeholder madrasah serta kepada seluruh peserta didik.<sup>156</sup>

Dalam pemasaran jasa pendidikan aspek perhatian terwujud dengan prinsip: mendengarkan dan memahami kebutuhan calon pelanggan

---

<sup>154</sup> Hasil Wawancara dengan Mohamad Yusuf, Kepala Madrasah MAN 4 Bantul. Tanggal 7 Agustus 2017.

<sup>155</sup> *Ibid*

<sup>156</sup> *Ibid*

jasa pendidikan, mengamati dan menghargai perilaku calon pelanggan jasa pendidikan, dan mencurahkan perhatian sepenuhnya kepada calon pelanggan jasa pendidikan.<sup>157</sup>

c. Tindakan kepada Pelanggan Jasa Pendidikan

Bapak Yusuf mengungkapkan bahwa dalam hal tindakan kepada calon pelanggan jasa pendidikan masih kurang dalam hal kesadaran, terkadang tidak semua *stakeholder* mencatat kebutuhan dari calon pelanggan jasa pendidikan.<sup>158</sup>

Uraian tersebut sesuai dengan yang dikemukakan David Wijaya bahwa keberhasilan mengembangkan dan melaksanakan pelayanan prima jasa pendidikan tidak terlepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya.<sup>159</sup>

Dan sesuai dengan pola yang dikembangkan Barata dalam pelayanan prima berdasarkan konsep 3 A, *attitude* (sikap), *attention* (perhatian), dan *action* (tindakan). Penjelasananya adalah sebagai berikut:

- 1) Sikap. Pelayanan prima jasa pendidikan berdasarkan konsep sikap meliputi tiga prinsip, yaitu:
  - a) Melayani pelanggan jasa pendidikan berdasarkan penampilan yang sopan dan serasi;

---

<sup>157</sup> *Ibid*

<sup>158</sup> *Ibid*

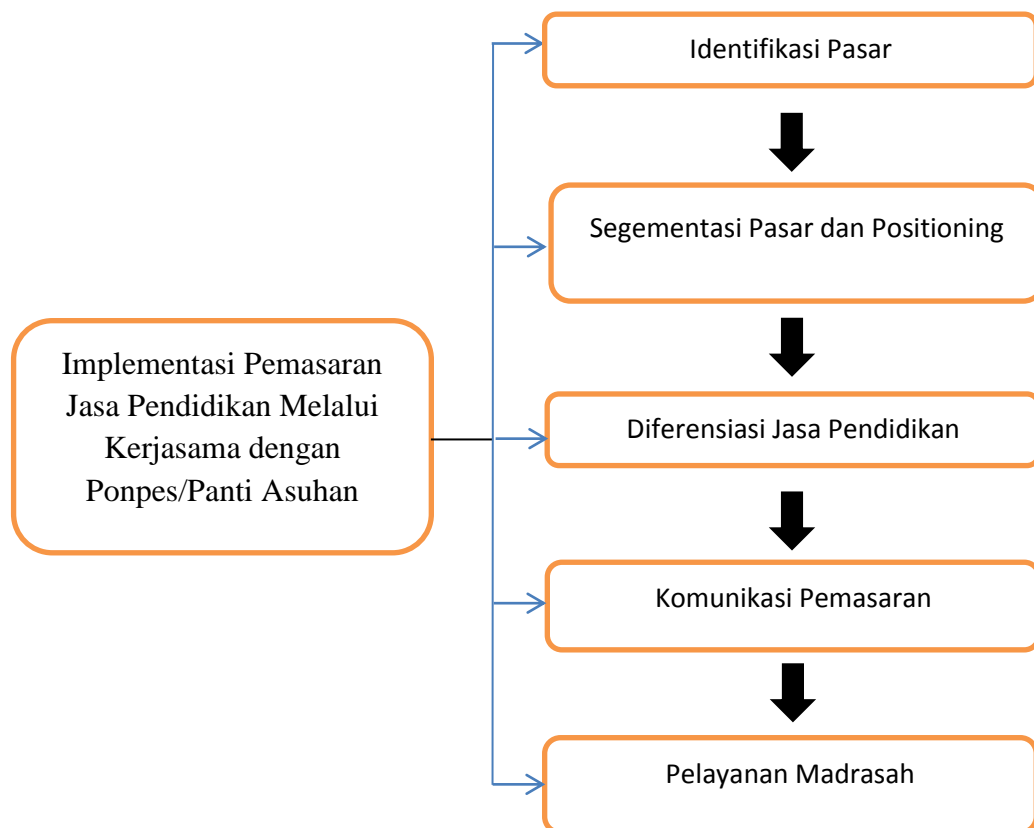
<sup>159</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*.....,hlm.139.

- b) Melayani pelanggan jasa pendidikan dengan berpikiran positif, sehat dan logis;
  - c) Melayani pelanggan jasa pendidikan dengan sikap menghargai.
- 2) Perhatian. Pelayanan prima jasa pendidikan berdasarkan konsep perhatian meliputi tiga prinsip, yaitu:
- a) Mendengarkan dan memahami kebutuhan pelanggan jasa pendidikan secara sungguh-sungguh;
  - b) Mengamati dan menghargai perilaku pelanggan jasa pendidikan;
  - c) Mencerahkan perhatian sepenuhnya kepada pelanggan jasa pendidikan.
- 3) Tindakan. Pelayanan prima jasa pendidikan berdasarkan konsep tindakan meliputi lima prinsip, yaitu:
- a) Mencatat setiap pesanan dari pelanggan jasa pendidikan;
  - b) Mencatat kebutuhan pelanggan jasa pendidikan;
  - c) Menegaskan kembali kebutuhan pelanggan jasa pendidikan;
  - d) Mewujudkan kebutuhan pelanggan jasa pendidikan;
  - e) Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan jasa pendidikan mau kembali membeli produk jasa pendidikan.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa secara umum pelayanan yang diberikan MAN 4 Bantul kepada calon pelanggan jasa pendidikan sudah cukup baik hal ini terlihat dari aspek sikap, perhatian dan tindakan yang

dilakukan, meskipun masih ada yang perlu ditingkatkan yaitu dari aspek tindakan yang terkadang tidak semua guru/karyawan mencatat kebutuhan dari calon pelanggan jasa pendidikan.

Implementasi pemasaran jasa pendidikan melalui kerjasama MAN 4 Bantul dengan Pondok Pesantren/Panti Asuhan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar IV.2

Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan MAN 4 Bantul Melalui  
Kerjasama dengan Ponpes/Panti Asuhan

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa implementasi pemasaran jasa pendidikan man 4 bantul melalui kerjasama dengan ponpes/panti asuhan dilakukan dengan lima tahapan. *Pertama* identifikasi pasar, yaitu strategi yang dilakukan MAN 4 Bantul untuk mengetahui minat, kebutuhan ataupun harapan calon pelanggan jasa pendidikan kepada madrasah. *Kedua* segmentasi dan positioning, segmentasi merupakan konsep yang paling penting dalam manajemen pemasaran, dengan segmentasi pasar madrasah akan lebih mudah dalam mempromosikan jasa pendidikannya, sedangkan positioning dilakukan oleh 4 Bantul adalah untuk memposisikan jasa pendidikan dan membedakan 4 Bantul dengan sekolah/madrasah lainnya. *Ketiga* diferensiasi jasa pendidikan, yaitu salah satu upaya yang ditawarkan madrasah kepada calon peserta didik yang berbeda dengan madrasah lain. *Keempat* komunikasi pemasaran, strategi yang dilakukan madrasah dalam upaya menyampaikan/mempromosikan kepada calon peserta didik. *Kelima* pelayanan madrasah, yaitu suatu karakter atau perlakuan yang diberikan madrasah kepada calon pelanggan jasa meliputi sikap, perhatian dan tindakan.