

**UPAYA BAURAN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN KEPUASAN  
PELANGGAN DI MADRASAH ALIYAH NEGERI (MAN)  
BONDOWOSO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**DEDEN RAHMAT AMARULLAH**  
**D73214021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN (FTK)  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2018**





















































mix) yang dilakukan dalam kegiatan manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik. Dalam tahap pengawasan MI Darul Hikmah, kepala madrasah setiap bulannya mendapatkan laporan kegiatan baik lisan maupun tulisan.<sup>23</sup>

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Muthofi'in dalam skripsinya yang berjudul "Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang)". Dari penelitian tersebut mempunyai kesimpulan yakni Manajemen pemasaran pendidikan Islam di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang tergolong sudah dilaksanakan dengan maksimal, di mana konsepnya dimulai dari tahap: Planning, yaitu menyusun perangkat pemasaran, yang dilaksanakan secara kolaboratif mulai dari pimpinan sekolah, panitia penerimaan peserta didik (PPD) beserta seluruh stakeholder sekolah (guru, karyawan, pembina ekstra kurikuler, komite sekolah dan orang tua wali siswa), bekerja sama dengan denga PENDASMEN YBWSA. Organizing, yaitu pengorganisasian struktur kerja: menentukan job deskripsi, dimulai dengan membentuk kepanitiaan penerimaan peserta didik (PPD) sebagai tim pelaksana, kemudian juga melaksanakan pengorganisasian strategi pemasaran dan pengorganisasian sumber daya pemasaran pendidikan Islam. Pemasaran pendidikan Islam yang laksanakan adalah dengan menggunakan berbagai strategi dengan beberapa cara yang bervariasi disesuaikan dengan situasi

---

<sup>23</sup> Fitriana Ahmad, "Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Mi Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas", (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016)

dan kondisi. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan Islam di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang, antara lain: Masih kurangnya pemahaman dari beberapa anggota civitas akademika tentang arti penting pemasaran pendidikan Islam dan kurangnya kerja sama yang optimal. Terdapat beberapa anggota yang kurang aktif dalam memberikan gagasan ide sebagai masukan rencana strategi promosi. Minimnya alokasi dana untuk promosi sekolah. Beberapa anggota tim panitia pelaksana penerimaan peserta didik kurang dapat bekerja secara optimal sesuai tugas masing-masing. Masih adanya beberapa kekurangan kelengkapan sarana prasarana untuk siswa. Adanya beberapa siswa yang kadang melanggar ketentuan pelaksanaan program BUSI (Budaya Sekolah Islami). Belum disediakan jam kelas bimbingan konseling kepada siswa.<sup>24</sup>

Dari beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian penulis diatas, setelah mencermati bahwa judul skripsi yang penulis ajukan belum pernah dikaji oleh peneliti lainnya. Terdapat beberapa segi persamaan yang penulis ajukan, yaitu dari beberapa penelitian yang dijadikan rujukan sama-sama membahas tentang manajemen pemasaran jasa di dunia pendidikan. Akan tetapi terdapat perbedaan khususnya pada focus penelitian dan objek penelitian. Fokus penelitian penulis adalah bauran pemasaran sebagai strategi peningkatan mutu, berbeda dengan peneliti-peneliti sebelumnya. Dari segi objeknya pun penelitian yang dilakukan

---

<sup>24</sup> Ahmad Muthofi'in, "MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN ISLAM :Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang", (Semarang: IAIN Wali Songo, 2010)



dan Waktu penelitian, (3), Metode Penelitian (4) Sumber Data, (5) Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data, (6) Instrumen Penelitian, (7) Teknik dan Analisis Data, (8) Keabsahan Data.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** Pada bagian ini hasil penelitian dijelaskan dengan cara: (1) Deskripsi partisipan, (2) temuan penelitian, (3) pembahasan hasil penelitian. Memberikan gambaran umum atau profil sekolah (SD Khazanah Ilmu Wage Sidoarjo) secara lengkap dan mengaitkan temuan di lapangan dengan teori yang dipakai.

**BAB V PENUTUP** Bagian penutup berisi: (1) kesimpulan, dan (2) saran. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat dan tepat yang disarikan dari hasil penelitian dan pembahasan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Apabila diperlukan, dapat dirumuskan saran yang dibuat berdasarkan kesimpulan penelitian. Saran ditujukan kepada audiens (subjek penelitian, ahli, dll) dan peneliti dalam bidang sejenis yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan, kepada instansi atau lokasi penelitian, atau subjek penelitian.

















seperti tata usaha, kepala sekolah, guru dan karyawan. Sumber daya pendidik dan kependidikan ini sangat penting bahkan menjadi elemen terpenting dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa dalam lembaga sekolah.

Menurut Payne, “pentingnya orang dalam pemasaran jasa mengarah pada minat yang lebih besar dalam pemasaran internal. Ini menyadari pentingnya menarik, memotivasi, melatih dan mempertahankan kualitas karyawan dengan mengembangkan pekerjaan-pekerjaan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan individu.”<sup>43</sup>

Kebutuhan akan sumber daya manusia yang mumpuni menjadi tombak utama dalam memberikan layanan, sumber daya yang ada haruslah berkompetensi yang mumpuni, sekolah perlu mendorong tenaga-tenaganya untuk berkinerja secara maksimal dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen. Untuk mencapai kualitas yang terbaik, sekolah perlu meningkatkan kompetensi pegawainya, seperti dengan cara mengikut sertakan pelatihan, pendampingan, dan lain sebagainya. Pegawai atau tenaga dilatih untuk menyadari perannya sebagai penyedia jasa yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya aspek sumber daya dalam pemasaran jasa berkaitan dengan pemasaran internal dari suatu lembaga. Pemasaran internal yang

---

<sup>43</sup> Eka Umi Kalsum, “*Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Medan*”, (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan, 2008), h. 47

















			komunikasi yang dilakukan guru b. Kepuasan orang tua terhadap guru dalam bersikap dan berperilaku pada anak
2	Kepuasan orang tua terhadap sarana, prasarana dan pengelolaan	<i>Tangible</i> (Penampilan fisik penyedia jasa)	a. Kepuasan orang tua terhadap ketersediaan prasarana sekolah b. Kepuasan orang tua terhadap ketersediaan sarana yang menunjang proses pembelajaran c. Kepuasan orang tua terhadap pengelolaan sarana dan prasarana sekolah
3	Kepuasan orang tua terhadap standar isi, proses dan penilaian	<i>Reliability</i> (Keandalan)	a. Kepuasan orang tua terhadap terlaksananya kurikulum dalam proses pembelajaran b. Kepuasan orang tua terhadap penilaian hasil belajar anak c. Kepuasan orang tua terhadap kegiatan ekstrakurikuler yang diselenggarakan sekolah Angket



	4	Mempertimbangkan sekolah sebagai pilihan pertama dalam membeli atau menggunakan jasa pendidikan
	5	Lebih banyak memilih sekolah diwaktu yang akan datang
Pindah	6	Lebih sedikit memilih sekolah diwaktu yang akan datang
	7	Mengalihkan pilihan pada sekolah kompetitor karena harganya lebih baik
Membayar lebih	8	Tetap memilih sekolah meskipun terjadi kenaikan harga
	9	Membayar harga lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan sekolah kompetitor karena manfaat lain yang diberikan sekolah
Respon eksternal	10	Beralih pada sekolah kompetitor jika mengalami masalah dengan layanan di sekolah
	11	Mengeluh kepada pelanggan yang lain jika mengalami masalah dengan layanan di sekolah
	12	Mengeluh kepada lembaga eksternal atau media massa apabila mengalami masalah dengan layanan di sekolah
Respon internal	13	Mengadukan kepada karyawan di sekolah jika



















lebih terang, sehingga informasi menjadi lebih jernih. Triangulasi adalah proses validasi yang harus dilakukan dalam riset untuk menguji keabsahan antara sumber data yang satu dengan sumber data lainnya. Peneliti merecheck temuan dari berbagai sumber, maka yang di triangulasikan adalah hasil yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun peran observasi adalah menemukan permasalahan yang terdapat di MAN Bondowoso untuk menyusun latar belakang masalah. Peran dari sumber data (wawancara) yaitu untuk mendapatkan informasi tentang profil sekolah, rencana strategis pemasaran, keberhasilan pemasaran dalam meningkatkan mutu sekolah, dan faktor pendukung maupun penghambat sekolah dalam pemasaran sebagai kepuasan pelanggan sekolah. Sedangkan peran dari dokumen sebagai pedoman pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan khususnya penerapan bauran pemasaran sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan di MAN Bondowoso.





siswa MAN Bondowoso dengan kompetensi ke Islaman, Ke Indonesia dan kemajuan IPTEK.

Kini, setelah 38 tahun lebih mengabdikan pada umat melalui layanan pendidikan, MAN Bondowoso telah mencetak dan meluluskan ribuan alumni yang tersebar dan diterima di tengah-tengah masyarakat dan diberbagai lapangan profesi, antara lain; sebagai Guru ngaji dan pengasuh pesantren, dunia usaha, dokter, guru, TNI dan POLRI , Pejabat struktural, anggota legeslatif, dan ribuan PNS lainnya. Selain itu, MAN Bondowoso juga meluluskan ribuan alumni yang melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi di seluruh Indonesia.

MAN Bondowoso telah menerapkan kurikulum 2013. Merupakan kurikulum yang didesain untuk menjawab kebutuhan dan tantangan perkembangan yang terjadi ditengah-tengah masyarakat, dengan muatan yang berimbang secara proporsional dan terpadu antara Pelajaran umum, mata pelajaran agama dan muatan lokal serta kecakapan vokasional.

Sebagai komitmen seluruh warga MAN untuk mewujudkan sekolah berkultur islami, maka menyapa murid setiap hari dengan salam, dan Kegiatan membaca Al-Quran oleh semua guru, karyawan dan siswa siswi MAN Bondowoso mengawali kegiatan belajar mengajar menjadi pemandangan sehari-hari di madrasah ini.

Dalam rangka menciptakan kultur belajar yang Islami itu pula, maka sistem *Single Sex Class* dengan membuat kelas terpisah antara putra



- d. Memiliki daya saing dan berkompeten dalam menciptakan lulusan sehingga dapat bersaing masuk keperguruan tinggi favorit
  - e. Mampu bersaing di berbagai olimpiade, baik dari mata pelajaran matematika, IPA, IPS, KIR pada tingkat local dan nasional
- 2) Siap berkompetensi
- a. Mampu bersaing dengan sekolah lain dibidang akademik
  - b. Mampu setara bahkan unggul dengan lembaga setingkat
  - c. Terjalannya hubungan silaturrahim dengan lembaga terkait
  - d. Mempunyai daya saing dalam memasuki lapangan pekerjaan dan masyarakat
  - e. Mempunyai daya saing dalam prestasi non-akademik seperti dalam bidang kesenian dan olahraga
- 3) Berjiwa Islami
- a. Meningkatnya penghayatan dan pengalaman ajaran Islam
  - b. Menjadikan ajaran-ajaran dan nilai-nilai Islam sebagai pandangan kehidupan, sikap hidup, dan keterampilan hidup sehari-hari ditengah masyarakat
  - c. Berakhlak mulia terhadap orang tua, guru, teman, dan masyarakat
  - d. Mempunyai rasa sosial dan kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan
  - e. Mandiri dan mampu *survive* ditengah masyarakat

Untuk mencapai visi diatas, maka madrasah memiliki beberapa misi sebagai berikut:











beberapa kelas keagamaan yang ada, kami ambil 2 kelas keagamaan sebagai kelas khusus tahfidz.”

Namun, kelas ini hanya berlaku bagi siswa yang mengambil jurusan keagamaan, siswa IPA dan IPS masih belum dapat mengikuti kelas tahfidz ini. Banyak dari siswa jurusan lainnya yang ingin mengikuti kelas Tahfidz akan tetapi terkendala oleh penjurusan yang dia pilih sebelumnya.

Dari sekian banyak program dan tata tertib yang saling mendukung proses pendidikan dan pembangunan karakter keislaman, dinilai sudah cukup baik untuk menunjang kompetensi dan akhlakul karimah siswa di tengah masyarakat dan dimasa yang akan datang. Seperti yang biasa di gemborkan oleh pendiri-pendiri, ustad-ustad, dan masyarakat sekitar yaitu “Sebelum engkau menjadi mercusuar ditengah samudra, sebaiknya jadilah pelita di dalam keluargamu.”

Untuk mendukung keterampilan dan kompetensi siswa madrasah memiliki berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler siswa, baik yang mengarahkan siswa pada segi keterampilan, olahraga, maupun kognitif. Ekstrakurikuler yang sifatnya keterampilan seperti kaligrafi, teater, banjari atau hadrah, qira’at, pencak silat, PBB. Ekstrakurikuler yang sifatnya keolahragaan seperti futsal, sepak bola, bulu tangkis, tenis meja. Sedangkan ekstrakurikuler yang bersifat kognitif seperti PMR, KSM, OSM, *Public Speaking*, *English Club*, dan Pramuka.









Islam juga, seperti madrasah tsanawiyah setempat, akan tetapi bukan berarti tidak ada calon siswa yang berasal dari sekolah umum sebelumnya.

Berangkat dari itu MAN Bondowoso, memiliki pangsa pasar tersendiri khususnya di wilayah Bondowoso, baik di perkotaan, maupun wilayah pedesaan. Bentuk promosi sekolah juga biasanya dilakukan oleh para alumni sekolah. Biasanya banyak para alumni yang merekomendasikan madrasah tersebut kepada orang lain. Cara ini tentunya sangat membantu madrasah mengenalkan sekolah, menawarkan program, dan bahkan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat setempat.

Penyampaian informasi sekolah kepada wali siswa atau masyarakat biasanya dengan cara mengundang wali siswa ke madrasah dan mendiskusikannya dengan para wali siswa, sehingga tercipta keharmonisan antara pihak sekolah dengan wali siswa dan masyarakat. Penggunaan media-media online seperti *facebook*, *instagram* dan lainnya juga digunakan sebagai alat publikasi sekolah, akan tetapi penggunaannya tidak begitu intens. Hal ini dikarenakan SDM dari wilayah Bondowoso khususnya masyarakat desa kurang mampu dalam penggunaannya. Berikut adalah bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh MAN Bondowoso:





bangku sekolah, untuk rentan durasi pendaftaran reguler biasanya hanya dilaksanakan selama 12 jam saja, setelah kuota pagu terpenuhi pendaftaran langsung ditutup oleh pihak madrasah.

Ketika siswa sudah mendaftar dan dinyatakan diterima kemudian dilakukan placement test dan interview untuk mengetahui dan membagi siswa sesuai dengan kelas masing-masing, placement test biasanya digunakan untuk mengetahui potensi akademik siswa, apakah siswa tersebut lebih cocok pada jurusan IPA, IPS, atau Keagamaan. Sementara interview untuk mengetahui minat siswa, artinya setelah diketahui bakat dan minat siswa, siswa akan diarahkan kepada jurusan yang dianggap mampu begitupun dengan program khususnya kelas tahfidz.

Mekanisme pembagian seragam siswa adalah ketika siswa sudah melakukan pembayaran sebesar 75%, siswa mendapatkan seragam sekolah yang terdiri dari baju putih celana abu-abu, satu set baju biru binhur, seragam pramuka, dan kaos olahraga. Ketika 75% pembayaran sudah dilakukan terkecuali siswa yang tidak mampu dapat mengajukan keringanan, pembayaran juga dapat dicicil oleh siswa dan tetap langsung mendapatkan seragam sekolah.

Untuk tahun ajaran 2018-2019 siswa yang masuk di MAN Bondowoso sebanyak 37 siswa disetiap 11 kelas yang ada. Jadi tercatat secara keseluruhan baik dari jalur prestasi atau reguler adalah sebanyak 407 siswa baru.





dan benar, serta melakukan serangkaian tes keagamaan lainnya. Setelah dinyatakan lulus keduanya, calon pendidik dan tenaga kependidikan diberikan kesempatan menunjukkan kompetensinya terhadap mata pelajaran atau bidang lain yang menjadi target dari calon pendidik dan tenaga kependidikan tersebut. Setelah dinyatakan lulus ketiganya, baik secara akademik, keagamaan, dan kinerja, para calon pendidik dan tenaga kependidikan bisa diterima sebagai guru di madrasah ini.

Dalam prosesnya, pendidik dan tenaga kependidikan memiliki jam wajib mengajar sebanyak 24x minimal mengajar di dalam kelas. Seiring berjalannya waktu, pendidik dan tenaga kependidikan di madrasah ini berstatus minimal Strata 1 (S1) sesuai dengan bidang mata pelajaran yang diampu, pendidik dan tenaga kependidikan di madrasah ini juga sudah mencapai 95% bersertifikasi guru.

Upaya pengembangan yang dilakukan kepala madrasah sebagai peningkatan kompetensi dan kualitas guru di MAN Bondowoso terus dilakukan. Madrasah mengadakan minimal 2 kali program peningkatan kompetensi guru dalam satu tahun. Seperti pelatihan pengembangan teknologi pendidikan, media ajar, sistem penilaian, kurikulum, dan lain sebagainya.

“biasanya kami melakukan kegiatan-kegiatan yang berkenaan dengan peningkatan kompetensi guru, seperti pelatihan penilaian, kurikulum,



guru adalah mengajar, melatih, membimbing dan mendoakan. Selain itu tingkat kedisiplinan guru di madrasah ini terbilang cukup baik, setiap harinya guru yang datang ke madrasah harus melakukan *Check Lock* sebagai pertanda presensi kehadiran, dalam satu bulan, guru harus masuk ke madrasah sebanyak 85%, jika kurang dari itu maka ada teguran dan sanksi dari madrasah. Madrasah juga memberi reward atau penghargaan kepada guru yang berprestasi.

Kepala madrasah selalu memberikan motivasi agar kinerja guru madrasah tetap stabil dan memberikan pengaruh yang baik bagi madrasah. kepala sekolah melakukan monitoring terhadap kinerja tiap guru dan tenaga administrasi madrasah. Terdapat rapat setiap minggu untuk mengevaluasi dari kinerja guru. Rapat dilakukan sebanyak 2 kali dalam satu minggu yakni di hari jumat dan sabtu, untuk hari jumat biasanya rapat antar guru atau rapat koordinasi, sedangkan rapat pada hari sabtu biasanya rapat antara pimpinan sekolah.

#### 6) *Process* (Proses)

Struktur kurikulum merupakan pola dan susunan mata pelajaran yang harus ditempuh oleh peserta didik dalam kegiatan pembelajaran. MAN Bondowoso menerapkan kurikulum K13 sesuai dengan anjuran kementerian agama Bondowoso. Selain itu menerapkan kurikulum sesuai dengan visi keislaman yang kuat dalam berjiwa islam sebagai



































Dari beberapa program-program yang menjadi program tambahan yang ditawarkan oleh madrasah kepada pelanggannya adalah sebagai berikut:

#### 1. Program Kelas Tahfidz Qur'an

Program Tahfidz Qur'an merupakan program yang ditawarkan khusus untuk siswa yang mengambil jurusan keagamaan di MAN Bondowoso. program ini baru berjalan selam kurang lebih 2 tahun. Akan tetapi banyak sekali peminatnya dari kalangan siswa-siswi madrasah. Program kelas tahfidz ini tersedia ketika siswa mengambil jurusan keagamaan pada saat penjurusan sewaktu naik ke kelas XI. Dari beberapa kelas keagamaan yang tersedia, diambil 2 kelas yang nantinya akan difokuskan untuk pengembangan tahfidz Qur'an.

Dalam penyeleksian rombongan belajar, siswa-siswi di tes tingkat hafalan Qur'an, tajwidnya, dan hal-hal yang berkaitan dengan membaca dan menghafal Qur'an. Setelah dinyatakan lulus oleh penguji, siswa atau siswi dapat mengikuti kelas tahfidz.

Dalam pelaksanaannya, siswa-siswi yang memasuki kelas tahfidz ini dibimbing untuk menghafal setidaknya 3 juz dalam satu semester. Didampingi dengan pengajar yang









dilaksanakan oleh madrasah dinilai membawa kemajuan tak hanya bagi siswa, tetapi juga kesejahteraan orang tua.

Disisi lain, yang merupakan produk dari sebuah madrasah adalah dengan adanya lulusan yang berkompeten. Setelah berbagai macam program yang diterapkan sebelumnya, baik program pembelajaran maupun program non pembelajaran, madrasah menciptakan output atau lulusan yang diharapkan berkompeten sesuai dengan visi misi dan tujuan madrasah.

Selain itu persebaran lulusan atau alumni dari MAN Bondowoso itu sendiri mulai dari tahun ketahun semakin meluas, mulai dari penerimaan di jenjang perguruan tinggi, sampai kepada penerimaan didunia kerja. Artinya, terdapat siswa alumni yang melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi dan terdapat pula alumni yang memilih langsung terjun didunia kerja.

Pada tahun ajaran 2016-2017, MAN Bondowoso menyertakan sebanyak 142 siswa alumninya diberbagai perguruan tinggi, dengan pembagian 8 anak diterima melalui jalur SNMPTN, 131 anak melalui jalur SPAN-PTKIN, dan 3 anak melalui jalur SIPENMARU Poltekes Malang. Hal ini belum ditambah dengan siswa yang mendaftar melalui jalur mandiri.





pihak konsumen., selebihnya melalui bantuan-bantuan yang didapat sekolah dari pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan sekolah.

Dalam menentukan strategi penentuan harga jasa pendidikan perlulah mempertimbangkan beberapa aspek penting seperti terdapat pengurangan biaya bagi siswa tidak mampu, dukungan dari anggota masyarakat, bantuan dari pemerintah, seta fasilitas yang memudahkan orang tua dalam melakukan pembayaran.

Di madrasah ini, besaran biaya yang dikeluarkan tiap bulannya (infaq) sebesar Rp.75.000, 00. Harga yang dikeluarkan menurut peneliti termasuk dalam kategori murah dengan melihat banyak manfaat yang didapatkan oleh orang tua siswa. Dalam melakukan pembayaran, seperti pembayaran uang seragam bisa dicicil, hal ini tentunya meringankan beban orang tua dalam membiayai anaknya, terdapat juga bantuan bagi siswa tidak mampu. Dukungan dari wali siswa yang lain biasanya juga menjadi hal yang dapat meringankan beban keluarga yang tidak mampu, biasanya terdapat wali siswa yang memberi infaq lebih dan disalurkan untuk menutupi kekurangan dari keluarga yang tidak mampu.

Bantuan dari pemerintah juga terdapat di sekolah ini, yakni berupa DIPA, BOS, yang digunakan sebagai pembiayaan yang ada di sekolah. Pengadaan saran prasarana, perawatan sarana dan





akan digunakan untuk menambah jumlah atau kapasitas daya tampung madrasah. Madrasah juga mempunyai inisiatif untuk membuka cabang madrasah di dua tempat yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk meluaskan pangsa pasar dari MAN Bondowoso sendiri.

Madrasah dapat menggunakan perantara untuk menyampaikan jasanya. Yakni dengan meminta para alumni madrasah untuk melakukan kegiatan pemasaran ketika sudah berada di tempat lain. Ikt mencari donatur untuk kepentingan madrasah, dan sebagai promotor bagi madrasah.

Para alumni MAN Bondowoso ikut merekomendasikan madrasahny kepada masyarakat luas, baik itu kalangan anak yang hendak melanjutkan ke jenjang SMA sederajat, atau kepada teman sejawatnya agar tetap terjadi bentuk pemasaran, yakni pemasaran dari mulut ke mulut. Hal ini dirasa sangat efektif ketika madrasah hendak menyampaikan produk atau program jasanya kepada para calon pelanggan pendidikan.

Selain itu, turut aktifnya siswa MAN Bondowoso di kegiatan-kegiatan masyarakat semakin mendukung madrasah dalam menyampaikan jasanya, terlebih kepada sebagai bentuk promosi madrasah.

#### 4) Strategi Promosi dan Komunikasi Madrasah

Lembaga pendidikan membutuhkan komunikasi yang efektif dengan pasar sasaran. Madrasah harus menyampaikan informasi kepada konsumen tentang tujuan, aktivitas, dan menawarkan untuk memotivasi mereka agar tertarik dengan program madrasah. Setiap lembaga pendidikan harus teratur dalam melakukan komunikasi diri melalui programnya, siswa, alumni, dan komunikasi formal lainnya. Hal ini bermanfaat untuk memelihara citra lembaga, membangun dukungan dan loyalitas alumni dan masyarakat, menyediakan informasi mengenai program penawaran madrasah, dan untuk sebagai bahan evaluasi tentang keadaan lembaga.

Pada umumnya, setiap lembaga ketika melakukan promosi menggunakan iklan, publikasi pemasaran dan peran manajemen HUMAS. Hal ini merupakan tindakan yang efektif ketika melakukan promosi lembaga. Peran HUMAS di MAN Bondowoso sangat penting mengingat tugas dan fungsi pokok dari HUMAS di madrasah itu adalah mengidentifikasi publik yang relevan dengan madrasah, mengukur citra dan perilaku publik terhadap madrasah, mengembangkan strategi humas dengan biaya yang efektif, dan melakukan tindakan serta evaluasi yang bersinergi antara madrasah dan masyarakat luar.

Penggunaan publikasi publik seperti surat langsung, brosur, katalog dan publikasi lainnya untuk kebutuhan pemasaran juga



Dalam pelaksanaannya, kepala MAN Bondowoso membentuk struktural pendidik dan tenaga kependidikan dengan sangat cermat, dengan menempatkan pegawai senior dan yang berpengalaman di tiap waka-waka yang ada, serta menempatkan guru mata pelajaran sesuai dengan kemampuan dan bidang yang diampunya.

Selain itu, kepala sekolah dan madrasah juga rutin memberikan pelatihan-pelatihan sebagai penambahan kompetensi guru madrasah. Mulai dari pelatihan kurikulum, pelatihan penilaian dan lain sebagainya. Hal ini merupakan salah satu contoh pengembangan sumber daya manusia yang ada di MAN Bondowoso. dengan diadakannya berbagai macam kegiatan pengembangan sumber daya manusia, diharapkan agar dapat tercapainya visi dan misi madrasah.

**b. Upaya bauran pemasaran dalam peningkatan kepuasan pelanggan di MAN Bondowoso**

Dalam peningkatan kepuasan pelanggan, madrasah melakukan pengembangan-pengembangan dari berbagai unsur pemasaran (bauran pemasaran). Seperti halnya yang berkaitan dengan sarana prasarana yang dikembangkan guna menampung jumlah siswa yang baru, penambahan berbagai macam ekstrakurikuler siswa yang mendukung peningkatan kompetensi siswa, dan lain sebagainya.

Upaya bauran pemasaran dalam peningkatan kepuasan pelanggan ditinjau dari beberapa unsur seperti yang dikemukakan oleh Pasuraman, yakni *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (ketanggapan).

#### 1. Kepuasan orang tua terhadap pendidik

Dalam hal ini mencakup dua unsur yakni *responsiveness* (kesigapan), dan *empathy* (empati). Kesigapan merupakan kepuasan orang tua terhadap kemampuan guru dalam membimbing anak, sedangkan empati diartikan sebagai kepuasan orang tua terhadap komunikasi yang dilakukan guru dan kepuasan orang tua terhadap guru dalam bersikap dan berperilaku pada anak.

Pembentukan struktural pendidik dan tenaga kependidikan dengan sangat cermat oleh kepala madrasah, dengan menempatkan pegawai senior dan yang berpengalaman di tiap bidang-bidang yang ada, serta menempatkan guru mata pelajaran sesuai dengan kemampuan dan bidang yang diampunya membuat kinerja guru dalam membimbing siswa madrasah menjadi sangat baik.

Dalam memberikan pelayanan terhadap siswanya, baik dalam konteks pembelajaran maupun nonpembelajaran, kinerja guru MAN Bondowoso dirasa cukup baik. Seperti yang dikatakan para orang tua siswa bahwa guru di MAN Bondowoso tidak hanya sebatas mengajar dan membimbing di sekolah, akan tetapi tetap ada pantauan di rumah dan di lingkungan masyarakat. Sehingga

tetap terjalin komunikasi yang baik dan antara orang tua, guru dan murid.

Pembimbingan yang dilakukan guru di sekolah biasanya berorientasi terhadap kemampuan berpikir siswa, disisi lain yang terpenting adalah membina karakter-karakter siswa yang telah dicanangkan dalam visi dan misi madrasah.

Selain itu, komunikasi guru terhadap orang tua dalam membimbing siswa baik di dalam atau di luar lingkungan madrasah tetap diharapkan berjalan dengan baik. Jika terjadi problem di madrasah, baik dari segi pembelajaran maupun nonpembelajaran jika konteks permasalahannya masih kecil maka akan ada diskusi oleh pihak wali kelas dan orang tua siswa, akan tetapi jika tingkat permasalahannya rumit, maka perlu untuk mendiskusikannya bersama dengan guru BK dari MAN Bondowoso.

Sikap dan perilaku guru madrasah merupakan cerminan yang patut ditiru oleh siswa madrasah. Guru tidak hanya memberikan pembelajaran di kelas, akan tetapi fungsi dan peran guru adalah mengajar, melatih, membimbing dan mendoakan. Selain itu tingkat kedisiplinan guru di madrasah ini terbilang cukup baik. Disisi lain, kepribadian guru di madrasah ini diharapkan dapat ditularkan kepada siswa, dengan dibekalnya guru madrasah yang kaya akan pengetahuan agama dapat membimbing siswa





maka musholla dibangun dengan kapasitas 1500 siswa. Selain itu, dalam segi prasarana juga terdapat laboratorium IPA yang cukup mumpuni. Terdapat pula berbagai macam sarana di dalam kelas seperti LCD Proyektor, alat peraga dan lain sebagainya guna mendukung kegiatan belajar siswa.

Dari beberapa perkembangan sarana dan prasarana itulah penulis menyimpulkan bahwasanya dimensi sarana dan prasarana madrasah sangat membantu perkembangan siswa di MAN Bondowoso, jadi menimbulkan kepercayaan dan kepuasan tersendiri baik dari siswa ataupun orang tua siswa.

### 3. Kepuasan orang tua terhadap standar isi, proses dan penilaian

Aspek ini berkaitan dengan dimensi *reliability* (keandalan). Dalam hal ini yang dimaksud adalah kepuasan orang tua kepuasan orang tua terhadap terlaksananya kurikulum dalam proses pembelajaran, kepuasan orang tua terhadap penilaian hasil belajar anak, dan kepuasan orang tua terhadap kegiatan ekstrakurikuler yang diselenggarakan sekolah.

Pengembangan kurikulum yang jelas dan akurat merupakan penjabaran kurikulum nasional yang diramu dengan kurikulum muatan lokal sesuai dengan tingkat satuan pendidikan yang diarahkan untuk membangun kemandirian pendidik dalam mengembangkan kreatifitas diri. Pengembangan kurikulum secara adoptip dan adaptip terhadap perkembangan zaman. MAN

Bondowoso menerapkan kurikulum K13 sesuai dengan anjuran kementerian agama Bondowoso. Selain itu menerapkan kurikulum sesuai dengan visi keislaman yang kuat dalam berjiwa islam sebagai kekhasan madrasah. Mengadaptasi nuansa pesantren dalam mbingkai kurikulum sehingga kurikulum berbasis pesantren.

Madrasah melibatkan pihak orang tua dalam mensosialisasikan kurikulum, yaitu langkah awal dengan mengenalkan kurikulum yang digunakan madrasah kepada orang tua saat pertemuan awal dalam mengenalkan program-program madrasah. Selanjutnya orang tua juga dikenalkan dengan mekanisme pembelajaran dan penilaian di madrasah. Dalam hal ini, MAN Bondowoso melakukan penilaian dengan menggunakan tiga aspek tinjauan, yakni kognitif, afektif, dan psikomotorik.

Disisi lain juga terdapat berbagai macam ekstrakurikuler yang tersedia di madrasah tersebut. Dalam mendukung potensi, bakat, dan minat siswa, madrasah memiliki berbagai macam ekstrakurikuler yang dapat menunjang hal tersebut. Seperti contoh untuk mendukung keterampilan dan kompetensi siswa madrasah memiliki berbagai macam kegiatan ekstrakurikuler siswa, baik yang mengarahkan siswa pada segi keterampilan, olahraga, maupun kognitif. Ekstrakurikuler yang sifatnya keterampilan seperti kaligrafi, teater, banjari atau hadrah, qira'at, pencak silat, PBB. Ekstrakurikuler yang sifatnya keolahragaan seperti futsal,

sepak bola, bulu tangkis, tenis meja. Sedangkan ekstrakurikuler yang bersifat kognitif seperti PMR, KSM, OSM, *Public Speaking*, *English Club*, dan Pramuka.

Dari ketiga hal tersebut, mulai dari aspek kurikulum, penilaian, dan program ekstrakurikuler madrasah orang tua siswa cukup puas karena adanya keterbukaan dari pihak sekolah. Program ekstrakurikuler dirasa sangat membantu kompetensi siswa baik yang bersifat akademik maupun nonakademik.

Penulis menyimpulkan bahwasanya kepuasan orang tua terpenuhi dengan adanya keterbukaan pengenalan kurikulum madrasah, penilaian siswa, dan ketersediaan berbagai macam ekstrakurikuler madrasah, sehingga tetap memberikan kesan yang baik kepada madrasah.

#### 4. Kepuasan orang tua terhadap tingkat pencapaian perkembangan

Dalam hal ini yang dimaksud adalah kepuasan orang tua terhadap perkembangan yang dicapai anak. Sesuai dengan visi dan misi madrasah yang dibarengi dengan program-program yang mendukung diharapkan oleh orang tua maupun pihak madrasah itu sendiri dapat memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan siswa.

MAN Bondowoso yang sudah berdiri sejak tahun 1980 telah banyak menorehkan berbagai prestasi baik prestasi akademik maupun prestasi nonakademik, baik prestasi keagamaan maupun

prestasi nonkeagamaan. Berikut prestasi MAN Bondowoso dari tahun 2015 – tahun 2017 baik tingkat kabupaten, provinsi maupun tingkat nasional. Pada tahun 2015 MAN Bondowos mampu meraih 80 kejuaraan di tingkat kabupaten dan 3 kejuaraan untuk tingkat provinsi. Sedangkan pada tahun 2016 ada 5 kejuaran di tingkat kabupaten, 6 kejuaraan untuk tingkat Se Eks-Kerisidenan Besuki, dan 1 kejuaraan untuk tingkat provinsi.

Dari hal tersebut maka penulis menyimpulkan bahwasanya orang tua dan masyarakat memiliki kepercayaan terhadap madrasah dan sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri khususnya untuk orang tua siswa.

Dari berbagai unsur pemasaran yang terdapat di madrasah yang berhubungan dengan dimensi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Pasuraman, seperti *responsiveness* (kesigapan) *emphaty* (Empati), *tangible* (Penampilan fisik penyedia jasa), *reliability* (Keandalan), dan *assurance* (Kepastian), dapat diambil kesimpulan bahwasanya orang tua siswa atau pelanggan pendidikan mengalami peningkatan kepuasan sejalan dengan perkembangan dari berbagai bidang atau aspek dalam madrasah tersebut. Terbukti dari jumlah siswa yang masuk ke madrasah ditiap tahun ajaran baru yang semakin meningkat dari tahun ketahun.







melalui kedua jalur tersebut. Sedangkan pada tahun 2017-2018 madrasah menyertakan sebanyak 72 orang yang diterima PTN melalui jalur SNMPTN dan SPAN PTKIN.

- b) Strategi penentuan harga jasa pendidikan berorientasi pada manajemen keuangan madrasah. Dengan berbagai macam bantuan dari pemerintah dan pengelolaan keuangan madrasah dapat menekan banyaknya pengeluaran (biaya) yang harus dikeluarkan orang tua siswa. Melihat bahwasanya salah satu program sekolah yakni adanya program IDB yang dapat menjadi sumber dana madrasah, madrasah memajemen infaq mingguan siswa dan guru, menyalurkannya kedalam berbagai program-program pendidikan yang lain.
- c) Strategi Penyampaian (Distribusi) Jasa Pendidikan berorientasi pada pelayanan sekolah. MAN Bondowoso memiliki banyak media dan fasilitas yang dapat digunakan sebagai alat penyampaian produk madrasah. Selain dilengkapi sarana dan prasarana yang memadai, madrasah juga selalu berinisiatif untuk memperluas lahan madrasah yang akan digunakan untuk menambah jumlah atau kapasitas daya tampung madrasah. Madrasah juga mempunyai inisiatif untuk membuka cabang madrasah di dua tempat yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk meluaskan pangsa pasar dari MAN Bondowoso sendiri.

- d) Strategi Promosi dan Komunikasi Madrasah berorientasi pada bagaimana promosi sekolah. Dalam melakukan komunikasi pemasarannya, pihak madrasah menggunakan brosur, penyampaian media online, dan pemasaran melalui kegiatan-kegiatan yang membaur dengan masyarakat.
  - e) Strategi Sumber Daya Manusia dan Sistem Pengelolaan berorientasi pada bagaimana madrasah membentuk struktural pendidik dan tenaga kependidikan dengan sangat cermat, dengan menempatkan pegawai senior dan yang berpengalaman di tiap waka-waka yang ada, serta menempatkan guru mata pelajaran sesuai dengan kemampuan dan bidang yang diampunya, serta pengembangan siswa dan guru untuk lebih berkompeten.
2. Dalam peningkatan kepuasan pelanggan, madrasah melakukan pengembangan-pengembangan dari berbagai unsur pemasaran (bauran pemasaran). Seperti halnya yang berkaitan dengan sarana prasarana yang dikembangkan guna menampung jumlah siswa yang baru, penambahan berbagai macam ekstrakurikuler siswa yang mendukung peningkatan kompetensi siswa, dan lain sebagainya.

Dari berbagai unsur pemasaran yang terdapat di madrasah yang berhubungan dengan dimensi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Pasuraman, seperti *responsiveness* (kesigapan) *emphaty* (Empati), *tangible* (Penampilan fisik penyedia jasa), *reliability* (Keandalan), dan *assurance* (Kepastian), dapat diambil kesimpulan bahwasanya orang tua siswa atau







Kusuma Aditia Rini Wardani, “*Strategi Pemasaran Sekolah Di SMP/IP Baitul Maal Jurangmangu Kota Tangerang Selatan*”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016

Lupiyoadi Rambat, Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba empat, 2006

Manullang, M. Esterlina Hutabarat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 2016

Muthofi'in, Ahmad. “*MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN ISLAM :Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang*”, Semarang: IAIN Wali Songo, 2010

Mursid, *Manajemen pemasaran*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014

Sallis, Edward. *Total Quality Managemen in Education*, (Jogjakarta: IRCiso Depdikbud, Kamus Besar Bahasa

Salim Peter dan Yeni Salim, *Kamus Besar Indonesi Kontemporer*, Jakarta: Modern pers, 1995

Shinta, Agustina. “*Manajemen Pemasaran*”, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011

Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan*” Bandung: Alfabeta, 2013

Suharno, Yudi Sutarso, “*Marketting in Practice*”, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2014

Etta Mamang S dan Sopiah, *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013

