



Pada tahun 2013, MINU Pucang terdapat beberapa pilihan program. Selain kelas ICP, juga membuka kelas bilingual, kelas reguler dan kelas akselerasi pada kelas 4. Proses pembelajaran di kelas ICP memakai pengantar bahasa Inggris pada semua pelajaran, sementara di kelas bilingual memakai pengantar bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, sedangkan di kelas reguler proses pembelajaran seperti pada umumnya, dan bagi siswa yang memiliki kecerdasan di atas rata-rata, pada kelas 4 bisa di proyeksikan untuk masuk kelas akselerasi.

Di samping itu juga, MINU Pucang Sidoarjo dimotori oleh para ahli yang berpengalaman di dunia pendidikan dan diasuh oleh para sarjana dengan kualifikasi S1 dan S2 yang profesional. Meski telah memakai kurikulum berstandart internasional nuansa keagamaan di madrasah ini juga terlihat pada proses pembelajarannya. Sebab semua mata pelajaran yang diajarkan, guru harus bisa mengaitkan dengan ayat Al-Qur'an atau pun hadits.

Dari beberapa fasilitas dan layanan yang dimiliki oleh MINU Pucang Sidoarjo, maka tidak dipungkiri kalau orangtua siswa menginginkan anaknya masuk sekolah tersebut. Hal ini dapat dilihat dari minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya masuk sekolah MINU Pucang Sidoarjo, setiap tahun calon siswa yang masuk semakin banyak karena adanya keyakinan dapat melahirkan generasi muda yang berprestasi sampai tingkat internasional.











pada tahun-tahun sebelumnya. Maka peneliti ingin meneliti pada tahun ajaran tersebut, karena bagi sebuah lembaga pendidikan swasta kegiatan pemasaran yang dilakukannya dapat memberikan kontribusi positif terhadap calon siswanya atau orang tuanya, kemungkinan orang tua siswa yang masuk bersedia untuk mendaftarkan putra-putrinya, setelah mereka mengetahui informasi tentang MINU Pucang melalui masyarakat atau promosi-promosi sekolah.

Betapapun besar suatu lembaga yang bergerak di bidang jasa, jika tidak diperkenalkan kepada masyarakat, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan berkembang. Sehingga untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat jumlah peserta didik pada tahun ajaran yang akan datang serta pembentukan citra yang positif bagi lembaga.

Jadi, jika lembaga ingin memberikan citra yang baik dalam rangka menarik jumlah siswa, maka konsekuensi logisnya lembaga pendidikan harus mengembangkan berbagai upaya strategi pemasaran sehingga *customer* tertarik untuk menggunakan jasa lembaga tersebut. Sebagai bentuk pertanggung jawaban dari pemasaran itu, sekolah harus berupaya semaksimal mungkin untuk mengelola serta meningkatkan kualitas layanannya sehingga apa yang dipromosikan bisa dipertanggung jawabkan.













- d. Dimensi 4 (promosi), dalam hal promosi MINU tidaklah menekan kepada hal-hal yang percusuar (kebohongan publik), yang mana siswa yang berprestasi ditonjol-tonjolkan padahal siswa yang mendapat remidi banyak. Tetapi yang ditekankan madrasah adalah kualitas yang dimilikinya
- e. Dimensi 5 (SDM), sumber daya manusia yang dimiliki MINU tidak diragukan lagi karena dimotori oleh para ahli yang berpengalaman di dunia pendidikan dan diasuh oleh para sarjana dengan kualifikasi S1 dan S2 yang profesional. Kualifikasi guru keseluruhan S1 44% dan S2 56% .dan mempunyai sertifikat *Cambridge International Certification Trainer of Teacher*, 20% tenaga pendidik bersertifikasi nasional dan 14% tenaga pendidik bersertifikasi internasional.
- f. Dimensi 6 (physical evidence), Sarana dan prasana untuk proses pembelajaran di MINU sudah sangat baik, kelayakan fasilitas gedung dan kelas yang tersedia, perangkat pembelajaran yang inovatif dan kreatif, guru memberikan pelayanan kepada siswa pada saat proses belajar mengajar. Karena madrasah saat ini bekerja sama dengan IB (*International Baccalaureate*) yang mana IB ini fokus kepada model pembelajarannya.
- g. Dimensi 7 (produk), pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki MINU mempunyai ciri khas, meski telah memakai kurikulum berstandart internasional nuansa keagamaan di madrasah ini juga



