KREATIVITAS KEPALA MADRASAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN DI MIN 1 BENER MERIAH

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

TIARANI MIRELA
NIM. 160206084
Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Prodi Manajemen Pendidikan Islam

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020

KREATIVITAS KEPALA MADRASAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN DI MIN 1 BENER MERIAH

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Tarbiyyah dan Keguruan (FTK)

Universitas Islam Negeri Ar-raniry Darussalam Banda Aceh

Sebagai Beban Studi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Dalam Ilmu Pendidikan Islam

Oleh

TIARANI MIRELA
NIM. 160206084

Mahasiswa Tarbiyah dan Keguruan

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Syabuddin, M.Ag.	**Lailatussaadah, M.Pd.**
NIP.196808021995031001	**NIP.197512272007012014**

KREATIVITAS KEPALA MADRASAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN DI MIN 1 BENER MERIAH

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Munaqasyah Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Bebas Studi Program Sarjana (S-1) Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Pada Hari/Tanggal Kamis, 23 Juli 2020 M
2 Zulhijah 1441 H

PANITIA UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua,

Dr. Sulaiman, M.A

Sekretaris,

Drs. Mardin, M.A

Penguji I,

Dr. Basidin Mizal, M.Pd

Penguji II,

Lailatussaadah, M.Pd

Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-raniry
Darussalam Banda Aceh

Dr. Muslim Razali, S.H., M.Ag
NIP. 195903091989031001

LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH/SKRIPSI

Nama : Tiarani Mirela

NIM : 160206084

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Judul Skripsi : **Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.**

Dengan ini menyatakan bahwa penulis skripsi ini, saya :

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemui bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Banda Aceh, 3 Juli 2020
Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
A64ABAHF502220684
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Tiarani Mirela

ABSTRAK

Nama : Tiarani Mirela
NIM : 160206084
Fakultas/Prodi : Tarbiyah/Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah
Pembimbing 1 : Dr. Syabudin Gade, M.Ag
Pembimbing II : Lailatussaadah, M.Pd
Kata Kunci : Kreativitas, bentuk-bentuk kreativitas, Kepala Madrasah, Pemasaran Pendidikan, strategis pemasaran pendidikan

Persaingan dunia pendidikan tidak bisa dihindari hingga membuat setiap lembaga pendidikan harus memasarkan pendidikan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen, seperti halnya MIN 1 Bener Meriah yang tidak memiliki ruang kelas yang sebanding dengan jumlah murid namun pendaftaran murid baru selalu melebihi kapasitas. Tujuan kajian ini untuk menguraikan bentuk kreativitas kepala madrasah, dan langkah langkah strategis pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah. Kajian ini merupakan kajian kualitatif dengan menggunakan wawancara observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Subjek penelitian yang digunakan adalah kepala madrasah, dua (2) guru, serta enam (6) siswa. Analisis data menggunakan teori triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian ada tiga (3) bentuk kreativitas dalam memasarkan pendidikan di MIN 1 Bener Meriah yaitu *kombinasi*, kepala madrasah masih melanjutkan beberapa ide dari kepala madrasah yang terdahulu kemudian ditambah dengan ide-idenya saat ini. *eksplorasi* beliau menyalurkan ide-idenya untuk kemajuan sekolah. Dan *transformasional* ide-ide baru yang cetuskan oleh kepala madrasah tak berkisar sepintas ide saja namun diwujudkan dalam bentuk nyata. Sedangkan langkah strategi pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah menggunakan 4 langkah strategi yaitu: *Identifikasi pasar*, kepala madrasah melihat kondisi pasar dan menyesuaikan keinginan dengan perkembangan zaman serta kebutuhan konsumen. *Segmentasi pasar dan positioning*, yaitu kepala madrasah melakukan pengelompokan pembeli dengan beberapa kreteria. *Diferensiasi produk*, dilihat dari kualitas output. *Pelayanan Sekolah*, stategi yang mempengaruhi persepsi kualitas orang tua murid terhadap sekolah. Berdasarkan hal tersebut jika kreativitas kepala madrasah dilakukan dengan baik maka pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah akan berjalan dengan baik pula.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrahim, Alhamdulillah dengan menyebut nama ALLAH SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, kami utarakan rasa syukur kami karena telah dilimpahkan rahmat, hidayat, dan inayah-NYA kepada kami, sehingga kami dapat menyusun skripsi ini sampai selesai. Juga tak lupa sholawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi taulan dalam setiap aspek kehidupan termasuk pendidikan. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar sarjana di Universitas Islam Negeri Ar-raniry. Penulis meyadari bahwa penulisan ini tidak akan terselesaikan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu melalui tulisan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Warul Walidin, Ak, M.A selaku rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh beserta jajaran.
2. Bapak Razali, Sh., M.Ag selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan beserta jajarannya.
3. Kepada bapak Mumtazul Fikri, M.A selaku ketua prodi MPI UIN Ar-Raniry Banda Aceh beserta jajaran.
4. Bapak Dr. Syabuddin, M.Ag selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Lailatussaadah, M.Pd selaku pembimbing II, yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan yang sangat berarti demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, Ayahanda tercinta Amiruddin S.Ag dan Ibunda tersayang Nur Laila yang menjadi inspirator teristimewa penulis, juga yang telah memberikan dukungan baik dalam bentuk materi, do'a, semangat yang tiada hentinya kepada penulis.
7. Kaleni Mirela, Awin Nabawy, Raysani Mirela, Hendri Rahmadani, Siska Magfirah, Zhalifah serta seluruh keluarga dan para sahabat yang tiada hentinya menyemangati agar skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Atas semuanya yang telah diberikan, penulis tidak dapat membalasnya, semoga Allah selalu melindungi dan memberkahi kehidupan mereka. Penulis menyadari tanpa bantuan, do'a, songkongan serta semangat dari mereka penulis tidak akan pernah sampai pada tahap ini, sekali lagi penulis ucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penulisan, isi maupun susunannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi melengkapi kekurangan dan memperbaiki segala kesalahan. Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri kepada-Nya. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi

banyak pihak dan semoga kita semua mendapatkan manfaatnya. *Amiin ya Rabbal 'Alamin*.

Banda Aceh, Januari 2020
Penulis,

Tiarani Mirela

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL ..... **i**
PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN SIDANG ..... **iii**
LEMBAR KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **viii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **ix**

BAB 1 : PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Penjelasan Istilah 5
F. Kajian Terdahulu yang Relevan 7
G. Sistematika Penulisan 12
BAB II : LANDASAN TEORITIS **14**
A. Bentuk-Bentuk Kreativitas Kepala Madrasah 14
1. Pengertian Kreativitas 14
2. Kepemimpinan Dan Peran Kepala Madrasah 16
3. Ciri-ciri Kreativitas 21
4. Bentuk-Bentuk Kreativitas 22
B. Langkah-langkah Strategi Pemasaran Pendidikan 24
1. Pengertian Pemasaran Pendidikan 24
2. Tujuan Pemasaran Pendidikan 28
3. Strategi pemasaran pendidikan 30
4. Elemen Penerapan Pemasaran pendidikan 33
5. Langkah-langkah Strategis Pemasaran Jasa Pendidikan 34
C. Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan 37
BAB III: METODE PENELITIAN **38**
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 38
B. Kehadiran Peneliti di Lapangan 38
C. Lokasi Penelitian 39
D. Subyek Penelitian 39
E. Instrumen Pengumpulan Data 39
F. Tehnik Pengumpulan Data 40
G. Analisis Data 41

H. Pengecekan Keabsahan Data 42
BAB IV : HASIL PENELITIAN 43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 43
1. Profil Sekolah 43
2. Letak geografis 44
B. Sejarah Berdirinya MIN 1 Bener Meriah 44
1. Tujuan Pendirian MIN 1 Bener Meriah 46
2. Visi Misi MIN 1 Bener Meriah 47
3. Kondisi Tenaga Pendidik dan Pendidikan 47
4. Jarak Tempuh Madrasah 50
5. Keadaan Sarana dan Prasarana 50
C. Paparan Hasil Penelitian **..... 51**
1. Bentuk Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 BenerMeriah 51
2. Langkah Strategis Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah..... 54
D. Pembahasan Hasil Penelitian 60
1. Bentuk Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 BenerMeriah 60
2. Langkah Strategis Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah..... 66
BAB V : PENUTUP 73
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74

DAFTAR PUSTAKAAN 76
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan 36

Tabel 4.3 Kondisi Tenaga Pendidik dan Kependidikan MIN 1 Bener Meriah 48

Tabel 4.4 Jarak Tempuh ke MIN 1 Bener Meriah 51

Tabel 4.5 Kondisi Sarana dan Prasarana Pendidikan MIN 1 Bener Meriah 51

Tabel 4.2 Kreativitas kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan
di MIN 1 Bener Meriah 73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Surat Keterangan Pembimbing Skripsi

LAMPIRAN 2: Surat Izin Penelitian Dari Dekan FTK UIN Ar-Raniry

LAMPIRAN 3: Surat Keterangan Selesai Penelitian

LAMPIRAN 4 : Lembaran Wawancara dengan Kepala Sekolah

LAMPIRAN 5: Lembaran Wawancara dengan Guru

LAMPIRAN 6: Lembaran Wawancara dengan Siswa

LAMPIRAN 7: Instrumen Penelitian

LAMPIRAN 8: Dokumentasi Penelitian

LAMPIRAN 9: Daftar Riwayat Hidup Penulis

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Faktor pemicu kompetensi antara suatu lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lainnya semakin ketat. Berbagai fenomena yang terjadi mempunyai beberapa implikasi yang mendorong percepatan pendidikan sebagai sebuah industri.

Dari sisi pelaku dunia pendidikan, sekarang dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pendidikan dari segala sisi. Karena sekarang ini persaingan menjadi semakin ketat dengan tumbuh suburnya lembaga pendidikan di lingkungan sekitar. Dengan persaingan yang semakin ketat, mau tidak mau pengelola pendidikan harus berupaya keras agar memberikan layanan yang terbaik. Karena, jika tidak konsumen akan dengan mudah mencari lembaga pendidikan lain yang sejenis jika dirasa lebih menguntungkan di sana.[1]

Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi pemasaran terpendek adalah secara menguntungkan.[2] Sedangkan pemasaran pendidikan ialah suatu proses transaksi yang dilakukan di lembaga pendidikan dengan menawarkan pelayanan dan jasa kepada konsumen. Adapun yang paling berperan dalam suatu instansi pendidikan yaitu kepala madrasah.

---

[1] https:// www-kompasiana.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.kompasiana.com/amp/akbarzainudin/mengapa-lembaga-pendiidkan-perlu-dipasarkan (diakses pada 12 Januari 2020, pukul 07.04)

[2] Philip Kotler, Kelvin Lane, *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Jakarta: Indeks, 2009), h. 9.

Kepala madrasah ialah pimpinan tertinggi yang ada di instansi tersebut. Secara definisi, kepemimpinan adalah adanya suatu proses dalam kepemimpinan untuk memberikan pengaruh secara sosial kepada orang lain tersebut, menjalankan suatu proses sebagaimana yang diinginkan oleh pemimpin[3]. Agar seorang kepala sekolah/madrasah mampu bergerak dibutuhkan 4 unsur yaitu; Visi, (*vision*), Keberanian (*courageness*), Realita (*reality*), dan Etika (*ethics*).[4] Disisi lain kepala madrasah juga harus mempunyai kreativitas.

Kreativitas berasal dari kata *kreatif*. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kreatif berarti memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan. Jadi kreativitas adalah suatu kondisi, sikap, atau keadaan yang sangat khusus sifatnya dan hampir tidak mungkin dirumuskan secara tuntas. Kreativitas dapat didefinisikan dalam istilah kreativitas dalam kehidupan sehari-hari selalu dikaitkan dengan potensi istimewa dalam menciptakan sesuatu yang baru, menemukan cara-cara pemecahan masalah yang tidak banyak ditemukan oleh kebanyakan orang. ide-ide baru dan melihat adanya berbagai kemungkinan.[5]

Pentingnya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk kreativitas yang digunakan oleh kepala madrasah serta langkah strategis yang digunakan oleh madrasah tersebut dalam memasarkan pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

---

[3] Muhaimin., Suti'ah., Sugeng Listyo Prabowo, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 29.

[4] Muhaimin., Suti'ah., *Sugeng Listyo Prabowo,Manajemen Pendidikan*…, h. 31.

[5] Rohani, "*Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini melalui Media Bahan Bekas"*, Jurnal raudhah Vol.05, No.02, 2017, h. 11.

Penelitian tentang pemasaran pendidikan telah dibahas oleh Afidatun Khasanah, ia menyatakan bahwa "pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan yang kini memiliki banyak tantangan diera global. Pemasaran jasa pendidikan merupakan peningkatan strategi mutu pendidikan yang merupakan elemen terpenting bagi kualitas dan kemajuan taraf pendidikan pada suatu lembaga pendidikan".[6] Serta kreativitas telah dibahas oleh Rohani yang menyatakan kreativitas adalah kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah, perkembangan kreativitas sangat penting dari sejak dini untuk menunjang hidupnya[7]. Namun belum ada yang fokus membahas tentang kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

MIN 1 Bener Meriah yang berada di Desa Blang Sentang, Simpang Tiga, Kecamatan Bukit, Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh. Adapun jenjang sekolah ini adalah pendidikan dasar. MIN 1 Bener Meriah juga merupakan salah satu madrasah ibtidaiyah yang berada di pusat kota. Jika dilihat dari keadaan madrasah saat ini area madrasah yang tidak luas, ruang kelas yang tidak sebanding dengan jumlah murid sehingga KMB menggunakan sistem shif pergantian kelas pagi dan siang namun, minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MIN 1 Bener Meriah ini terus semakin membludak dengan antusias yang tinggi. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di Min 1 Bener Meriah semakin meningkat dilihat dari semakin

---

[6] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden",* Jurnal Pendidikan Islam El-tarbawi Vol. VII No .2, 2015, h. 16.

[7] Rohani, "*Meningkatkan Kreativitas…,* h. 1.

meningkatnya pendaftar disaat penerimaan murid baru, juga antuasias para orang tua yang dituturkan kepada kepala madrasah agar anak mereka bisa menjadi salah satu pelajar di madrasah tersebut.

Dengan permasalah tersebut, maka penulis ingin mengkaji lebih mendalam mengenai "Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah."

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah?
2. Bagaimana langkah-langkah strategis pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguraikan bentuk kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.
2. Untuk mendeskrifsikan langkah-langkah strategis pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah khazanah dan pengetahuan tentang kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

2. Manfaat Praktis

a. Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bentuk kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

b. Agar madrasah dapat menjalankan langkah-langkah strategis pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah tersebut.

E. Penjelasan Istilah

Agar lebih mudah dalam memahami skripsi ini dan tidak terjadi kekeliruan dalam memahami kata-kata yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mencoba menguraikan beberapa istilah kata yang perlu dijelaskan dalam penelitian ini:

1. Kreativitas Kepala Madrasah

Menurut Desak Ketut Sista Asih Dkk dalam Munandar menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.[8]

[8] Desak Ketut Sinta Asih, Dkk. "*Peran Pemberdayaan dalam Menopang Kreativitas Sumber Daya Manusia sebagai Sumber Daya Saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Bandung Provinsi Bali*" Jurnal Piramida, Vol. IX, No. 2, 2013, h. 105.

Sedangkan menurut Munandar dalam pendapat lain menyatakan bahwa kreativitas dapat didefinisikan ke dalam empat jenis dimensi sebagai *Four P's Creativity*, yaitu dimensi *Person, Prosess,Press, and Product*. Sedangkan defenisi dari kreativitas sendiri yang dianggap saling melengkapi menyatakan bahwa kreativitas merupakan proses kontruksi ide yang orisil (asli), bermanfaat, variatif (bernilai seni), dan inovatif (berbeda/lebih baik).[9]

` Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti fokus meneliti tentang bentuk-bentuk kreativitas kepala madrasah dalam memasarkan pendidikan di MIN 1 Bener Meriah yaitu dalam bentuk : bentuk kreativitas kombinasi dalam pemasaran pendidikan, bentuk kreativitas eksplorasi dalam pemasaran pendidikan dan kreativitas transformasi dalam pemasaran pendidikan.

2. Pemasaran Pendidikan

Pemasaran dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan.[10] Era globalisasi yang sangat kompetitif, pemasaran diibaratkan sebagai denyut jantung bagi keberlangsungan organisasi pendidikan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, pemasaran harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai

---

[9] Desak Ketut Sinta Asih, Dkk. "*Peran Pemberdayaan*…, h. 106.

[10] Imam Faizin, "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menin gkatkan Nilai Madrasah*", Jurnal Madaniyah, Vol. 7, No. 2, 2017, h. 262.

dengan pihak lain.[11] Jadi pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.[12]

Namun titik fokus peneliti dalam penelitian ini adalah membahas tentang langkah-langkah strategis pemasaran pendidikan seperti: langkah indentifikasi pemasaran pendidikan, langkah segmentasi pemasaran pendidikan, langkah diferensi pendidikan dan langkah pelayanan sekolah.

F. Kajian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain dengan mendapatkan hasil yang empiris. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah agar peneliti dapat melihat serta membandingkan antara penelitian yang peneliti teliti dengan peneliti lain.

Menurut Qurrata A'yuna, 2015, tentang "Kontribusi Peran Orangtua dan Guru Mata Pelajaran terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa" dalam jurnal Ilmiah Edukasi menjelaskan bahwa kemampuan kreatif anak dapat ditingkatkan melalui pendidikan, karena kreativitas adalah hasil dari kreasi antara individu dengan lingkungannya. Orang tua dan guru dipandang sebagai dua pihak yang melakukan intraksi yang intensif dengan siswa, oleh karena itu diperkirakan peran mereka dapatkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kreativitas siswa. Namun

---

[11] Fatkuroji, "*Desain Model Manajemen Pemasaran Berbasis Layanan Jasa Pendidikan pada MTs Swasta Se-Kota Semarang"*, Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 9, No. 1, 2015, h. 72.

[12] Fatkuroji, "*Desain Model Manajemen*…, h. 73.

pada kenyataannya, orang tua cendrung mengamati dan menafsirkan prilaku anaknya sesuai dengan harapan dan keinginan mereka, melebih-lebihkan kemampuan anak, dan menyuruh anak mengikuti berbagai macam pelajaran tambahan untuk mengikuti prestasi belajar serta mengabaikan aspirasi anak. Demikian pula dengan guru mata pelajaran di sekolah, umumnya mereka berpusat pada ketuntasan materi pelajaran, ingatan, dan penalaran logis semata. Dari temuan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa orang tua dan guru baik secara terpisah atau bersama-sama memberikan kontribusi terhadap pengembangan kreativitas siswa. Maka sudah seharusnya terjalin sinergi yang baik antar keduanya agar kreativitas siswa dapat lebih dikembangkan.[13]

Sedangkan Menurut Yesi Budiarti, 2015, tentang "Pengembangan Kemampuan dalam Pembelajaran IPS" dalam jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro" menyatakan bahwa kemampuan kreativitas diartikan sebagai penemuan atau penciptaan suatu ide yang baru atau ide yang belum pernah ada sebelumnya. Dalam dunia pendidikan kreativitas merupakan hal yang sangat penting dalam memahami suatu pelajaran atau memaknai dari semua kegiatan yang akan dilakukan. Untuk itulah pengembangan kreativitas sebaiknya dilakukan sejak dari usia dini atau dari sekolah dasar. Kreativitas merupakan pengalaman mengekspresikan dan

[13] Qurrata A'yuna, *"Kontribusi Peran Orang Tua dan Guru Mata Pelajaran Terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa"*, Jurnal Ilmiah Edukasi Vol. 1, No. 1, 2015, h. 1.

mengaktualisasikan identitas individu dalam bentuk yang terpadu dalam hubungan dengan diri sendiri, dengan alam, dan orang lain.[14]

Adapun menurut Afidatun Khasanah, 2015, tentang "Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Stategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden" dalam jurnal el-Tarbawi berdasarkan hasil penelitian ini pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan yang kini memiliki banyak tantangan di era global. Pemasaran jasa pendidikan merupakan peningkatan strategi mutu pendidikan yang merupakan elemen terpenting bagi kualitas dan kemajuan taraf pendidikan pada suatu lembaga pendidikan. Tulisan ini secara khusus akan membahas bagaimana pemasaran yang akan diterapkan di SD Alam Baturraden sebagai strategi peningkatan mutu pendidikan yang ditawarkannya. Lebih lanjut, tulisan ini melihat secara kritis bagaimana maraknya pemasaran jasa pendidikan yang beranjak dari konsep awal sekolah sebagai lembaga pendidikan nirlaba dan bukan lagi sebagai lahan bisnis dalam dunia pendidikan.[15]

Menurut Rohani, 2017, tentang "Meningatkan Kreativitas Anak Usia Dini melalui Bahan Bekas" dalam jurnal Raudhah menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk memberikan gagasan-gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah. Perkembangan kreativitas sangat penting dari sejak dini untuk menunjang hidupnya. Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat

---

[14] Yesi Budiarti, "*Pengembangan Kemampuan Kreatifitas dalam Pembelajaran IPS",* Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro Vol. 3, No. 1, h. 61.

[15] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden",* Jurnal Pendidikan Islam El-tarbawi Vol. VII, No. 2, 2015, h. 16.

digunakan untuk menyalurkan pesan dari sipengirim kepada sipenerima pesan sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat serta perhatian siswa sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi. Salah satu cara untuk mengembangkan kreativitas yaitu dengan media bahan bekas. Media yang digunakan adalah botol aqua bekas sehingga media dalam melatih seni kreatif dari ideal yang dimiliki anak menjadi yang sederhana sesuai dengan karakteristik anak usia dini.[16]

Adapun menurut Miftachul Ulum, 2018, tentang "Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Pandangan Syari'ah" dalam jurnal Ummul Quro berdasarkan hasil penelitian ini pemasaran merupakan suatu hal yang paling vital sekali bagi perkembangan suatu usaha bisnis, begitu juga dengan pengelolaan lembaga pendidikan, pemasaran merupakan suatu transformasi ide atau gagasan sehingga mampu diterima oleh pihak yang berkepentingan. Selain itu juga nilai (*value*) perusahaan akan naik jika pemasarannya berhasil. Meningkatkan jumlah angka partisipasi terhadap perusahaan khususnya lembaga pendidikan.[17]

Berdasarkan beberapa kajian terdahulu tersebut dapat peneliti simpulkan terdapat beberapa persamaan dan beberapa perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan ini. Berikut diantaranya yaitu:

Berdasarkan beberapa kajian terdahulu tersebut dapat peneliti simpulkan terdapat beberapa persamaan dan beberapa perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan ini. Berikut diantaranya yaitu:

---

[16] Rohani, "*Meningkatkan Kreativitas…,* h. 1.

[17] Miftachul Ulum "*Konsep Pemasaran Lemabaga Pendidikan dalam Pandangan Syari'ah"* Jurnal Ummul Quro Vol.VIII No. 2, 2018.

Pertama: Persamaannya dengan penelitian pertama yaitu sama-sama membahas tentang kreativitas. Dan perbedaannya adalah dalam penelitian tersebut membahas tentang kreativitas anak usia dini dengan menggunakan media bahan bekas, sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang kreativitas kepala madrasah, sehingga jelas sekali perbedaan objek dan hasil dari penelitiannya nanti.

Kedua: Persamaannya dengan penelitian kedua yaitu sama-sama membahas tentang kreativitas. Adapun perbedaannya dalam penelitian tersebut juga membahas tentang kreativitas siswa yang dibentuk dengan adanya peran guru dan orang tua, sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan ini membahas tentang kreativitas kepala madrasah.

Ketiga: persamaannya dengan penelitian ketiga yaitu sama-sama juga membahas kreativitas. Adapun perbedaannya dalam penelitian tersebut membahas tentang pengembangan kemampuan kreativitas sedangkan dalam penelitian yang peneliti lakukan ini lebih fokus membahas bentuk-bentuk kreativitas yang digunakan oleh kepala madrasah.

Keempat: adapun persamaanya dengan penelitian keempat ini ialah sama-sama membahas tentang pemasaran pendidikan. Adapun perbedaannya ialah dalam penelitian tersebut fokus membahas tentang pemasaran jasa pendidikan untuk strategi peningkatan mutu pendidikan sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini focus membahas tentang langkah strategis dari pemasaran pendidikan itu sendiri.

Kelima: adapun persamaannya dengan penelitian yang kelima ini ialah: sama-sama membahas tentang pemasaran pendidikan. Adapun perbedaannya ialah dalam penelitian tersebut fokus membahas tentang pemasaran pendidikan dalam konteks syari'ah sedang penelitian yang peneliti lakukan khusus membahas tentang langkah strategis pemasaran pendidikan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam menela'ah skripsi ini, maka penulis membuat pembahasan dalam 5 bab, yang mana antara satu bab dengan bab yang lainnya saling terkait. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini ialah:

BAB I, merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika pembahasan.

BAB II, pada bab ini peneliti akan membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan.

BAB III, pada bab ini peneliti akan membahas metode penelitian yang akan digunakan yaitu meliputi: jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrument pengumpulan data, analisis data, dan uji keabsahan data.

BAB IV, pada bab ini membahas mengenai temuan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, bentuk-

bentuk kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan, langkah strategis pemasaran pendidikan.

BAB V, pada bab ini membahas kesimpulan dan saran akhir dari penelitian.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB II
LANDASAN TEORITIS

A. Bentuk Kreativitas Kepala Madrasah

1. Pengertian Kreativitas

Dari segi bahasa kreativitas dari kata *to create*, yang artinya mencipta. Semua manusia yang dilengkapi dengan organ hidup yang sempurna, mempunyai potensi untuk mencipta dengan gradasi masing-masing.

Manusia tidak dapat dikelompokkan pada orang kreatif dan yang tidak kreatif, yang ada adalah tingkatan kreativitas yang berbeda, dan orang dapat menunjukkan kreativitasnya apabila lingkungan bersifat mendukung.[35]

Sedangkan menurut pendapat lain mengemukakan istilah kreativitas mula-mula diambil dari bahasa Ingris. Yaitu dari kata *to crate* (*transitive verb*) yang berarti *to crate* (*something new*) dan *to exist; produce* (*something new*) menyebabkan (suatu yang baru) dan mengadakan; menghasilkan (sesuatu yang baru). Dan dari kata *to-crate* tadi dapat dibentuk berbagai kata jadian, misalnya *creator* (noun), *creation* (*noun*), *creative* (*adjective*), *creativeness (noun*) dan *creativity (noun),* yang dalam bahasa Indonesia biasanya kata-kata tersebut tidak diterjemahkan. Berturut-turut menjadi kreator, kreasi, kreatif, kekreatifan, dan kreatifitas. dari kutipan tersebut, diketahui bahwa kreativitas berarti kemampuan menghasilkan sesuatu yang baru dan orisinal yang berwujud ide-ide dan alat-alat, serta lebih spesifik lagi, keahlian untuk menemukan sesuatu yang baru (*inv ebtiveness*). Menghasilkan atau menemukan sesuatu yang baru disini benar-benar harus dipahami sebagai "menghasilkan" dan "menemukan", tidak lebih dan tidak kurang. Jadi, kreativitas itu sebenarnya "sekedar" menemukan dan menghasilkan sesuatu yang sesungguhnya sudah ada, tetapi masih tersembunyi.[36]

---

[35] Uhar Suharsaputra, *Kepemimpinan Inovasi Pendidikan*, (Bandung: Refika Aditama, 2016), h. 272.

[36] Wahyudin, *Anak Kreatif*, (Jakarta: Gema Insani, 2017), h. 2-3.

Lebih lanjut menurut Conny Setiawan menjelaskan bahwa kreativitas itu adalah sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Dengan perkataan lain, kreativitas itu adalah sebagai berikut:

a) Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data dan variable yang sudah ada sebelumnya.
b) Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.[37]

Secara sederhana, yang dimaksud kreativitas adalah hadir menghadirkan gagasan baru. Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kreativitas merupakan sumber yang sangat penting dari kekuatan persaingan karena adanya perubahan lingkungan. Zimmerer juga mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Pendapat lain menyebutkan kreativitas sebagai berikut:

a. Kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru
b. Kemampuan untuk menciptakan membuat kombinasi atau melihat hubungan baru antara unsur, data, dan variable yang sudah ada sebelumnya

[37] Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h. 248.

c. Kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasana maupun karya nyata yang relative berbeda dengan yang telah ada sebelumnya.[38]

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Arra'du ayat 11 yang berbunyi:

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمْ

Artinya: *Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*.

Dengan demikian kreativitas tersebut, terdapat benang merah yang menunjukkan bahwa kreativitas menunjukkan pada pemunculan ide-ide baru yang memberi nilai tambah bagi seseorang atau organisasi. Memang perspektif kreativitas tidak tunggal, bahkan konseptualisasinya beragam.[39]

2. Kepemimpinan dan Peran Kepala Madrasah

Menurut kutipan Atik Rusdiani mengemukakan bahwa kepemimpinan sebagai pengaruh, seni atau proses memengaruhi orang-orang sehingga mereka berusaha mencapai tujuan kelompok dengan kemauan dan antusias.

Menurut Yuki, beberapa definisi yang dianggap cukup mewakili selama seperempat abad adalah sebagai berikut:

a. Kepemimpinan adalah perilaku dari seorang individu yang memimpin aktivitas-aktivitas suatu kelompok kesuatu tujuan yang ingin dicapai bersama.

---

[38] Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014) h. 94.
[39] Uhar Suharsaputra, *Kepemimpinan Inovasi…,* h. 274.

b. Kepemimpinan adalah pengaruh antar-pribadi yang dijalankan dalam situasi tertentu, serta diarahkan melalui proses komunikasi kearah pencapaian satu atau beberapa tujuan tertentu.
c. Kepemimpinan adalah bentuk awal serta pemeliharaan struktur dan berada dalam harapan dan intraksi.
d. Kepemimpinan adalah pengikat pengaruh sedikit demi sedikit, pada dan berada dalam harapan dan interaksi.
e. Kepemimpinan adalah proses memengaruhi aktivitas-aktivitas sebuah kelompok yang diorganisasi kearah pencapaian tujuan.
f. Kepemimpinan adalah proses memberikan arti (pengarahan yang berarti) terhadap usaha kolektif, dan mengakibatkan kesediaan untuk melakukan usaha yang diinginkan untuk mencapai sasaran.
g. Para pemimpin adalah mereka yang konsisten memberikan kontribusi yang efektif terhadap orde sosial, serta yang dihadapkan dan dipersepsikan melakukannya.

Kepemimpinan tersebut juga dijelaskan di dalam Al-Qur'an surat Al-baqarah ayat 30 yang berbunyi:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَٰٓئِكَةِ إِنِّى جَاعِلٌ فِى ٱلْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوٓا۟ أَتَجْعَلُ فِيهَا مَن يُفْسِدُ فِيهَا

وَيَسْفِكُ ٱلدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۖ قَالَ إِنِّىٓ أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui"*

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan adalah suatu proses atau sejumlah aksi dimana satu orang atau lebih

menggunakan pengaruh, wewenang atau kekuasaan terhadap orang lain dalam menggerakkan mereka dalam guna mencapai tujuan.

Dalam lingkup pendidikan, kepemimpinan ada di tangan kepala madrasah. Kepala madrasah sebagai pengelola dan eksekutif di madrasah yang menunjukkan dirinya sebagai pelaksana teknis manajerial yang memiliki keterampilan-keterampilan untuk menjalankan madrasah.[40]

Menurut Sudarwan Danim, kepala madrasah adalah guru yang mendapatkan tugas tambahan sebagai kepala madrasah. Daryanto menyebutkan kepala madrasah adalah pemimpin pada suatu lembaga satuan pendidikan yang proses kehadirannya dapat dipilih secara langsung, diterapkan oleh yayasan atau diterapkan oleh pemerintah. Berdasarkan kedua pendapat tersebut dipahami bahwa kepala madrasah adalah seorang guru yang diberi tugas tambahan sebagai pemimpin madrasah yang ditunjuk berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh yayasan atau lembaga pemerintahan.

Jika dikaitkan dengan kepemimpinan, pengertian kepemimpinan kepala madrasah menurut Syafaruddin adalah proses memengaruhi semua personel yang mendukung pelaksanaan aktivitas belajar mengajar dalam rangka mencapai tujuan pendidikan di madrasah.[41]

Keberhasilan suatu lembaga pendidikan sangat tergantung pada kepemimpinan kepala madrasah. Karena ia merupakan pemimpin di lembaganya,

---

[40] Erjati Abas, *Magnet Kepemimpinan kepala Madrasah Terhadap Kinerja Guru*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), h. 50-51.

[41] Erjati Abas, *Magnet Kepemimpinan*…, h. 53-54.

maka ia harus mampu membawa lembaganya kearah tercapainya tujuan yang telah diterapkan, ia harus mampu melihat adanya perubahan serta mampu melihat masa depan dalam kehidupan global yang lebih baik.

Menurut Kyte yang dikutip oleh Marno dan Tryio Supriyanto mengatakan bahwa seorang kepala madrasah mempunyai lima fungsi utama.[42] *Pertama*, bertanggung jawab atas keselamatan, kesejahteraan, dan perkembangan murid-murid yang ada di lingkungan madrasah. *Kedua*, bertanggung jawab atas keberhasilan dan kesejahteraan profesi guru. *Ketiga*, berkewajiban memberikan layanan sepenuhnya yang berharga bagi siswa-siswi dan guru-guru yang mungkin dilakukan melalui pengawasan resmi yang lain. *Keempat*, bertanggung jawab mendapatkan bantuan maksimal dari semua institusi pembantu, *kelima*, bertanggung jawab untuk mempromosikan siswa-siswi terbaik melalui berbagai cara. Peran kepala madrasah dalam kepemimpinan adalah kepribadian dan sikap aktifnya untuk mencapai tujuan. Mereka aktif dan reaktif, membentuk ide dari pada menanggapi mereka. Kepemimpinan kepala madrasah cenderung mempengaruhi perubahan suasana hati, menimbulkan kesan dan harapan dan tepat pada keinginan dan tujuan khusus yang diterapkan untuk urusan terarah. Hasil kepemimpinan ini mempengaruhi perubahan cara orang berpikir tentang apa yang dapat diinginkan, dimungkinkan, dan diperlukan.

---

[42] Makmur., Suparman, *Manajemen Pendidikan Berbasis Madrasah*, (Makasar: Aksara Timur, 2018), h. 50.

Kepala madrasah memiliki peran yang sangat besar. Kepala madrasah merupakan motor penggerak, penentu arah kebijakan menuju madrasah secara luas. Sebagai pengelola institusi satuan pendidikan kepala madrasah dituntut untuk selalu meningkatkan efektifitas kinerjanya, untuk mencapai mutu madrasah yang efektif. Kepala madrasah dan seluruh *stakeholders* harus bahu membahu kerjasama dengan penuh kekompakan dalam segala hal.

B. Suryosubroto meyatakan bahwa ketercapaian tujuan pendidikan sangat bergantung pada kecakapan dan kebijaksanaan kepala madrasah yang merupakan salah satu pimpinan pendidikan.[43]

Secara garis besar kualitas dan kompetensi kepala madrasah dapat dinilai dari kinerjanya dalam mengaktualisasikan fungsi dan perannya sebagai kepala madrasah yang meliputi:[44]

a) Sebagai pendidik
b) Sebagai manajer
c) Sebagai administrator
d) Sebagai supervisor
e) Sebagai pemimpin
f) Sebagai innovator

[43] Makmur., Suparman, *Manajemen Pendidikan…,* h. 49.
[44] Makmur., Suparman, *Manajemen Pendidikan…,* h. 51.

3. Ciri-ciri Kreativitas

Kreativitas yang merupakan kemampuan seseorang untuk membuat sesuatu, apakah itu dalam bentuk ide, langkah atau produk. Pada saat akan membuat (*to crate*) sesuatu, ada beberapa aspek penting yang menyertainya ialah:

a. Dia mampu menemukan ide untuk membuat sesuatu.

b. Dia mampu menemukan bahan yang akan digunakan dalam membuat produk tersebut.

c. Dia mampu melaksanakannya, dan terakhir mampu menghasilkan sesuatu.[45]

Tampak bahwa sebuah kreativitas itu memunculkan ide baru yang bisa mencerahkan orang yang melihat, membaca, atau menikmatinya. Ide kreatif adalah ide yang mampu merangsang orang lain untuk bisa mudah memahami maksud, dan juga malah lebih tercerahkan pemikirannya. Karakter dari ide atau produk kreatif itu adalah mampu memberikan kepuasan kepada pengguna. Setiap pengguna merasa dirinya dihargai dan diajak untuk menemukan maknanya sendiri. Tanpa merasa dipaksa atau terpaksa untuk menerima makna atau pesan dari sipengirim pesan dimaksud.[46]

Menurut Supriadi dalam Yeni Rachmawati mengatakan bahwa ciri-ciri kreativitas dapat dikelompokan dalam dua kategori, kognitif dan nonkognitif. Ciri kognitif diantaranya orisinalitas, fleksibelitas, kelancaran dan elaborasi. Sedangkan ciri nonkognitif diantaranya motivasi sikap dan keperibadian kreatif. Sedangkan mengenai 24 ciri kepribadian yang ditemukannya dalam berbagai studi, adalah sebagai berikut:

1. Terbuka terhadap pengalaman baru.
2. Fleksibel dalam berfikir dan merespons.

---

[45] Momon Sudarma, *Mengembangkan Keterampilan Berfikir*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), h. 9.

[46] Momon Sudarma, *Mengembangkan…,* h. 10.

3. Bebas dalam menyatakan pendapat dan perasan.
4. Menghargai fantasi.
5. Tertarik pada kegiatan kreatif.
6. Mempunyai pendapat sendiri dan tidak terpengaruh oleh orang lain.
7. Mempunyai rasa ingin tahu yang besar.
8. Toleran terhadap perbedaan pendapat dan suatu yang tidak pasti.
9. Berani mengambil resiko yang diperhitungkan.
10. Percaya diri dan mandiri.
11. Memiliki tanggung jawab dan komitmen pada tugas.
12. Tekun dan tidak mudah bosan.
13. Tidak kehabisan akal dalam memecahkan memasalah.
14. Kaya akan inisiatif.
15. Peka terhadap situasi lingkungan.
16. Lebih berorientasi ke masa kini dan masa depan dari pada masa lalu.
17. Memiliki citra diri dan stabilitas emosi yang baik.
18. Tertarik pada hal-hal yang abstak, kompleks, holistis, dan mengandung teka-teki.
19. Memiliki gagasan yang orisinal.
20. Mempunyai minat yang luas.
21. Menggunakan waktu luang untuk kegiatan yang bermanfaat dan konstruktif bagi pengembangan diri.
22. Kritis terhadap pendapat orang lain.
23. Senang mengajukan pertanyaan yang baik.
24. Memiliki kesadaran etika moral dan estetik yang tinggi.

Dari karakteristik tersebut kita dapat melihat, betapa sangat beragam kepribadian orang kreatif. Orang kreatif memiliki potensi kepribadian yang positif juga negatif. Sebagai contoh: ciri perilaku sosial individu kreatif cenderung tidak toleran terhadap orang lain, sinis, skeptik dan kadang pemberontak.[47]

4. Bentuk-bentuk Kreativitas

Menurut pandangan Boden, kreativitas itu dapat lahir dalam beberapa bentuk. Tetapi pada umumnya bentuk kreativitas itu lahir dalam tiga bentuk yaitu:[48]

---

[47] Yeni Rachmawati, *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 15.

Pertama, kreativitas lahir dalam bentuk *kombinasi*. Orang kreatif adalah mengkombinasikan bahan-bahan dasar yang sudah ada baik itu ide, gagasan atau produk, sehingga kemudian melahirkan hal yang baru (*novelty*).

Kedua, kreativitas lahir dalam bentuk eksplorasi. Bentuk ini, berupaya melahirkan sesuatu yang baru, dari sesuatu yang belum tampak sebelumnya. Seperti halnya Thomas A. Edision menemukan listrik, atau Newton menemukan teori gravitasi. Mereka itu, dikategorikan kreatif karena mampu mengeksplorasi hal-hal baru.

Ketiga, yaitu transformasi. Bentuk ini mengubah dari gagasan kepada tindakan praktis, atau dari kultur pada struktur, dari struktur pada kultur, dari satu fase pada fase lainnya. Kreativitas lahir, karena mampu menduplikasi atau mentransformasi pemikiran ke dalam bentuk yang baru.

Sedangkan dalam pendapat lain dinyatakan bahwa bentuk kreativitas dibagi menjadi 5 yaitu [49]:

a. Kemampuan berfikir lancar (*fluency*) yaitu kemampuan untuk melahirkan banyaknya ide dan gagasan, mengemukakan banyaknya cara untuk melakukan berbagai hal serta mencari banyak kemungkinan alternatif jawaban dan penyelesaian masalah.

---

[48] Momon Sudarma, *Mengembangkan*…, h. 25-27.

[49] Ayu Sri Menda Br Sipetu, *Pengembangan Kreativitas Siswa*, (Bogor: Guepedia, 2019) hlm.25-28

b. Kemampuan berfikir luwes *(flexsibility*) merupakan kemampuan untuk menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan, dan diperlukan kemampuan untuk tidak terpaku pada pola fikir yang lama.

c. Kemampuan berfikir orisinal (*originality*) yaitu kemampuan melahirkan ide atau gagasan-gagasan dan membuat kombinasi yang sifatnya baru serta unik. Dan mampu mencari berbagai kemungkinan pemecahan masalah dengan cara- cara yang mungkin tidak terfikirkan orang lain.

d. Kemampuan menilai (*evaluation*) merupakan kemampuan untuk membuat penilaian sendiri dan menentukan apakah suatu pertanyaan benar atau suatu tindakan dianggap bijaksana atau tidak, serta tidak hanya mencetuskan gagasan saja tapi juga melaksanakannya.

e. Kemampuan memperinci (*elaboration*) merupakan kemampuan untuk memperkaya atau mengembangkan suatu ide, gagasan, atau produk dan kemampuan untuk memperinci suatu objek, gagasan, dan situasi sehingga jadi lebih baik tapi lebih menarik.

B. Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Pemasaran Pendidikan

Pemasaran (*Marketing*) berasal dari kata *market* (pasar). Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk kegiatan transaksi tukar-menukar barang.[50]

---

[50] Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 30.

Beberapa ahli memberikan bermacam-macam definisi tentang pemasaran, antara lain:

1. Philip dan Duncan: pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen.
2. W.J Stanton: Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.
3. P.H. Nystrom : Pemasaran meliputi segala kegiatan mengenai penyaluran dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.
4. American Marketing Association: Pemasaran pelaksanaan kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.[51]

Berdasarkan beberapa devinisi diatas untuk mengenal lebih dalam dari pemasaran pendidikan maka harus mengenal lebih dahulu pengertian dan karakteristik pendidikan ada pada posisi yang tepat sesuai dengan nilai dari pendidikan itu sendiri. Oleh karena itu pendidikan yang dapat laku dipasarkan ialah pendidikan seperti:

a. Ada produk sebagai hasil komuditas.
b. Produknya memiliki standar, spesifik dan kemasan.

[51] Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 25.

c. Memiliki jaringan dan media.

d. Memiliki tenaga pemasaran.

Jasa adalah setiap tindakan ataupun kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lainnya, yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepindahan kepemilikan. Jasa juga pada dasarnya merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dan pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pemberi pertamanya. Pemasaran dalam konteks pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.[52]

Etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikannya mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warna negara, generasi penerus ilmuwan di kemudian hari. Ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat transaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi teransang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan sesuai yang disepakati.

---

[52] Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yokyakarta: Media Akademik, 2016), h. 93.

Pendidikan adalah proses perubahan pola pikir apresiasi dan pembiasaan manusia agar menjadi manusia. Sekolah merupakan salah satu kelembagaan satuan pendidikan. Walaupun kebanyakan orang sering mengidentikkan sekolah dengan pendidikan. Pendidikan merupakan wahana perubahan peradaban manusia; manakala membicarakan sistem pendidikan tidak hanya membahas sistem persekolahan, sehingga untuk membicarakan pemasaran pendidikan pun sesungguhnya tidak cukup hanya dengan membahas terbatas pada pemasaran persekolahan. Karena paradigma pendidikan yang begitu universal tidak hanya dipandang secara terbatas pada sistem persekolahan.

Pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan kasad mata. Untuk mengenal lebih dalam dari pemasaran pendidikan kita maka harus mengenal lebih dahulu pengertian dan karakteristik pendidikan ada pada posisi yang tepat sesuai dengan nilai dan sifat dari pendidikan itu sendiri.[53]

Demikian halnya dengan pemasaran pendidikan, beberapa ahli memberikan pengertian diantaranya adalah: Kotler mengemukakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu maupun kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran yang bernilai dengan pihak yang lain. Khususnya dalam marketing pendidikan John R.Sibler yang dikutip Buchari Alma menyatakan bahwa etika

[53] Cucun Sunaeningsih, *Pengelolaan Pendidikan*, (Sumedang: UPI Sumedang Press, 2017), h. 92.

marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dalam pembentukan watak secara menyeluruh. Hal ini karena pendidikan sifatnya lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan di kemudian hari.[54]

2. Tujuan Pemasaran Pemasaran

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Untuk menentukan tujuan maupun fungsi dari pemasaran pendidikan, tentunya tidak dapat terlepas dari pengertian yang telah disampaikan di atas. Adapun beberapa tujuan dari pemasaran pendidikan, yaitu:

a. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan.
b. Meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan.
c. Membedakan produk lembaga pendidikan dengan pendidikan yang lain.
d. Memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan

[54] Abdul Rahmat, *Manajemen…*, h. 94-95.

e. Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.

Seperti yang telah dijelaskan diawal bahwasanya penerapan marketing ini adalah untuk kepuasan bagi pelanggan pendidikan. Ketika berbicara tentang kepuasan maka kita harus menyadari bahwa kepuasan antara satu orang dengan orang lainnya berbeda, artinya kepuasan berurusan dengan beberapa hal. Dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, Kotler memukakan beberapa cara diantaranya adalah; Sistem keluhan dan saran, survey kepuasan pelanggan, pembeli bayangan dan analisis pelanggan yang beralih. Dalam konteks pendidikan kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa komponen yaitu sebagai berikut:

a. Karakteristik barang dan jasa nama sekolah yang dikenal, staf pengajar yang kompeten, dan berhubungan dengan lembaga luar.
b. Emosi pelanggan motivasi siswa dalam mengikuti kegiatan belajar mengajar
c. Atribut-atribut pendukung promosi di bidang jasa sekolah, lulusan yang dihasilkan, dan prestasi-prestasi yang dicapai.
d. Persepsi terhadap pelayanan penerimaan pelayanan oleh siswa
e. Pelanggan lain penyebarluasan informasi
f. Manfaat fungsional dan emosional
g. Biaya moneter, waktu, energi dan fisik.

Dengan demikian yang ingin dicapai dari pemasaran pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang disesuaikan dengan target, baik itu yang berkaitan dengan kualitas maupun kuantitas dari calon pelanggan (siswa). Sedangkan fungsi-

dari pemasaran pendidikan adalah sebagai langkah pembaharuan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan (costomer). Jadi, pemasaran pendidikan berguna sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global.[55]

3. Strategi Pemasaran Pendidikan

Pengukuran keberhasilan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di sekolah dapat di lihat pada saat penerimaan murid baru dan antusiasme siswa/orang tua pada setiap kegiatan sekolah atau juga dilihat dari responden siswa/orang tua yang menjadi program humas sekolah dan penilaian keberhasilan implementasi di sekolah. Dari evaluasi yang dilakukan, pelanggan jasa pendidikan di sekolah dapat dikatakan cukup loyal, hal ini dapat dilihat dari pembayaran tepat waktu, pelanggan antusiasme pada kegiatan sekolah dan sebagian pelanggan jasa pendidikan. Implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan tidak selamanya mengalami kelancaran, ada beberapa masalah yang menghambat keberhasilan strategi yang telah direncanakan.

Masalah implementasi strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan lebih kepada keadaan lingkungan internal pendidikan itu sendiri, berupa kurangnya kesiapan pendidik pada proses-

[55] Cucun Sunaeningsih, *Pengelolaan*…,h. 92-93.

pembelajaran sehingga pada prakteknya tidak sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan sekolah dan juga masalah-masalah lainnya.[56]

Selanjutnya adalah pemecahan masalah strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Pemecahan masalah dalam strategi pemasaran yang telah direncanakan sebelumnya dapat berjalan dengan lancar salah satu bentuknya adalah pelayanan maksimal atau prima kepada pelanggan jasa pendidikan. Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di sekolah memerlukakan perencanaan. Perencanaan dilakukan melalui proses terpadu mulai pelayanan maksimal dan fasilitas mempuni bagi konsumen jasa pendidikan. Perencanaan juga didukung guru-guru yang profesional , metode pembelajaran yang unik, keterlibatan orang tua peserta didik untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan sekolah dan kenyamanan pada lingkungan internal. Perencanaan di sekolah dilakukan dalam prespektif jangka panjang 4 tahunan yang tersusun dalam renstra (Rencana Strategi) sekolah. Perencanaan strategi di sekolah di lakukan dari hasil penilaian dan analisis SWOT sekolah, disusun oleh pemangku kepentingan (Kepala Sekolah, Waka-Waka, Staf, Komite, Yayasan).

Strategi perencanaan merupakan inti dari manajemen pemasaran jasa pendidikan dan harus memperhatikan:

a. Proses terpadu
b. Melibatkan seluruh karyawan dan para pemangku kepentingan sekolah
c. Selalu berubah sebagai tanggapan terhadap evaluasi

[56] Cucun Sunaeningsih, *Pengelolaan*…,h. 90.

d. Menginformasikan proses manajemen yang lain

e. Merupakan proses yang berkelanjutan dan

f. Dilakukan dengan prespektif jangka panjang.

Sekolah dasar merupakan sekolah yang melibatkan semua karyawan dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasarannya. Evaluasi dari tahun sebelumnya menjadi acuan untuk menetapkan perencanaan baru untuk tahun berikutnya atau mempertahankan perencanaan lama yang sudah ada. Pelayanan maksimal bagi peserta didik yang telah diberikan oleh sekolah terhadap pelanggan pendidikannya mencakup banyak hal antara lain adalah:

a. Sistem pembelajaran dan aplikasinya di kelas yang didukung oleh pendidik-pendidik profesional

b. Sarana prasarana yang mutakhir

c. Media pembelajaran yang menyenangkan bagi peserta didik

d. Pelayanan yang baik bagi tenaga kependidikan maupun tenaga non kependidikan di sekolah dan

e. Keterlibatan orangtua peserta didik di kegiatan sekolah.

Hal ini bukan hanya menjadikan citra sekolah baik tetapi juga mampu mempertahankan pelanggan lama menjadi loyal ataupun mendatangkan pelanggan baru yang dapat membantu kegaiatan pemasaran sekolah.[57]

[57] Cucun Sunaeningsih, *Pengelolaan*…, h. 99

4. Elemen Penerapan Pemasaran Pendidikan

Adapun elemen penerapan pemasaran pendidikan mempunyai 7 elemen pokok yaitu:[58]

a. Product

Product merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan preferensi pilihan bagi *customer*, produk juga merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada *customer* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

b. *Price*

Price merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi apabila dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan.

c. *Place*

Place adalah letak lokasi sekolah mempunyai peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang mempersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

d. *Promotion*

Promotion merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau

[58]Abdul Rahmat, *Manajemen*… hlm. 98-99

mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut.

e. *People*

People ini menyangkut peran pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin atau civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah pelanggan.

f. *Physical Evidence*

Physical evidence merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga pada pelanggannya.

g. *Process*

Process ini adalah penyampaian jasa pendidikan merupakan inti dari seluruh pendidikan, kualitas dari seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk circle dalam merekrut pelanggan pendidikan.

5. Langkah-langkah Strategis Pemasaran Jasa Pendidikan

Adapun langkah-langkah strategi pemasaran jasa pendidikan:[59]

[59] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa*...., h.8-9.

a. Identifikasi Pasar

Mengidentifikasi dan menganalisis pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Dalam hal ini sesungguhnya madrasah memiliki potensi yang tinggi dalam upaya ikut mencerdaskan bangsa dan mensukseskan program wajib belajar nasional.

b. Segmentasi Pasar dan Positioning

Segmentasi pasar membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menjadi kelompok pembeli, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan positioning adalah karakteristik dan pembedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga yang lain

c. Diferensiasi Produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Diferensiasi merupakan salah satu dari strategi pemasaran sebagai strategi bersaing yaitu:

1) Diferensiasi yakni melakukan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran competitor.
2) Keunggulan biaya yakni strategi mengifisienkan seluruh biaya produksi atau jasa sehingga bisa dijual lebih murah dibandingkan pesaing.
3) Fokus yakni strategi menggarap satu target khusus.
4) Komunikasi pemasaran

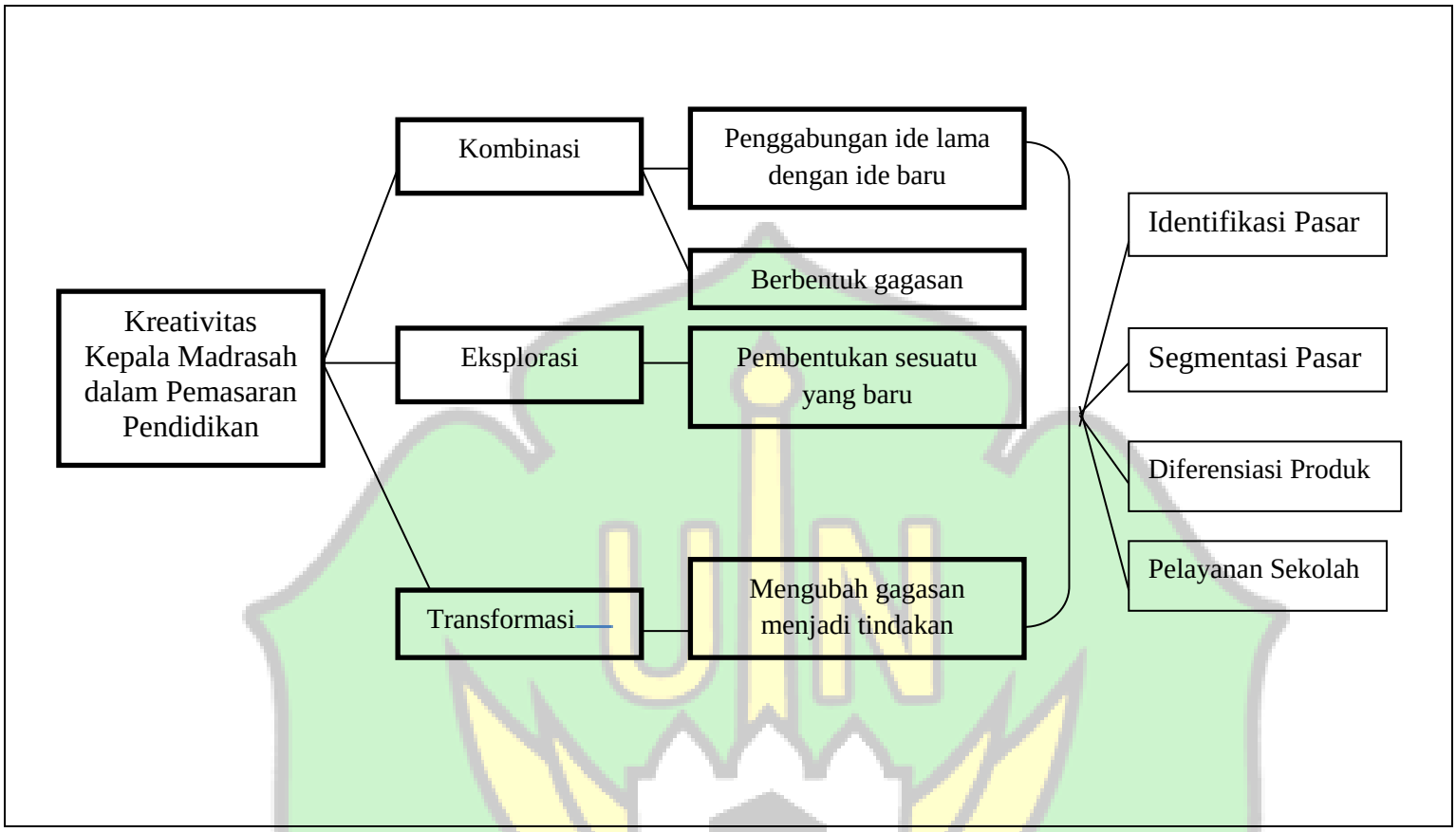
Sekolah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam format ilmiah. Seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, seminar dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media massa.

d. Pelayanan Sekolah

Pelayanan sekolah terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan. Ciri-ciri organisasi jasa yang baik adalah:

1) Memiliki konsep yang fokus pada konsumen.
2) Komitmen kualitas dari managemen puncak.
3) Penetapan standar yang tinggi.
4) Sistem yang memonitor kinerja jasa.
5) Sistem untuk memuaskan keluhan pelanggan.
6) Memuaskan karyawan sama dengan pelanggan.

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y



Tabel 4.1 Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan ini ialah penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut Denzi dan Licon dalam Albi Anggito dan Johan Setiawan menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.[85]

Metode ini dipakai untuk memahami kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan. Dan akan digunakan untuk mengungkap gambaran mengenai realitas sasaran penelitian yaitu tentang kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

B. Kehadiran Penelitian

Kehadiran peneliti pada saat akan meneliti, dimulai dengan pendekatan terhadap warga sekolah terlebih dahulu. Adapun tujuannya untuk membangun hubungan emosional antara peniliti dengan warga sekolah tersebut sehingga peneliti mudah mendapatkan informasi dari informan. Setelah hubungan tersebut terjalin, maka peneliti akan memberikan surat izin untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut serta mengambil berbagai informasi dari imforman.

---

[85] Albi Anggito., Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat, Jejak, 2018), h. 8.

C. Lokasi Penelitian

Peneliti akan melakukan Penelitian ini yang berlokasi di kampong Blang Sentang, kecamatan Bukit, kabupaten Bener Meriah. Adapun alasan peneliti memilih sekolah ini karena peneliti ingin mengetahui bagaimana kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah tersebut.

D. Subjek Penelitian

Adapun yang akan menjadi subjek penelitian peneliti ialah kepala madrasah, 2 (dua) orang guru dan 6 (enam) siswa dan metode pengambilan subjek ini ialah perposif something. Subjek ini dipilih dikarenakan kepala madrasah adalah kunci dari segala bentuk kegiatan yang ada pada sekolah tersebut termasuk pemasaran pendidikan. Sedangkan alasan peneliti memilih para tenaga pengajar (guru), mereka merupakan tangan kanan dan tangan kiri dari kepala madrasah, secara otomatis mereka juga mengetahui hal-hal yang terjadi di sekolah tersebut. Adapun alasan penulis memilih siswa sebagai subjek penelitian karena siswa merupakan pelanggan yang menjadi target dari pemasaran pendidikan.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan seluruh data yang diperlukan dari kegiatan yang akan dilakukan tersebut sehingga menjadi sistematis.

Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan

dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Peneliti akan terjun kelapangan sendiri, baik pada *grand tour question*, *tahap focused* and *selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan[92]. Dan dalam hal ini peneliti akan menggunakan lembaran pedoman observasi dan lembaran pedoman wawancara. Sebagai instrumen pengumpulan data lapangan yang diperlukan oleh peneliti. Jenis wawancara yang peneliti lakukan ialah wawancara individu dan wawancara terpimpin. .

F. Tekhnik Pengumpulan Data

Tekhnik pengumpulan data akan penliti gunakan adalah wawancara dan observasi. Wawancara yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Sedangkan observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai cara yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya.[93] Dan observasi berkaitan secara langsung dengan wawancara. Namun observasi dan wawancara yang peneliti maksudkan disini ialah:

a. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa informan yang ada di MIN 1 Bener Meriah untuk memperoleh informasi yang akurat dan natural dari informan.

---

[92] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta,2018) h. 109-203.
[93] Sugiono, *Metode Penelitian…,* h. 307.

b. Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti dilokasi MIN 1 Bener Meriah untuk meninjau secara langsung hal-hal yang terjadi dilapangan.

c. Dokumentasi yang dilakukan sebagai bukti lapangan.

G. Anilisis Data

Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis data dengan cara reduksi data, display data, dan *verification*.

a. Reduksi data yaitu peneliti memilih bagaian-bagian penting dari data mentah yang diperoleh dari lapangan. Menurut sugiono mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari pola dan temannya dan membuang yang tidak perlu.dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.[94] Data yang direduksi adalah adalah data mentah yang peneliti dapat dari MIN 1 Bener Meriah.

b. Kemudian mendisplay data yaitu setelah menyajikan data yang telah dipilih. Setelah data direduksi maka langkah langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif penyajian bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan sebagainya.[95] Data yang di display adalah data mentah yang telah peneliti reduksi dari hasil temuan lapangan di MIN 1 Bener Meriah.

---

[94] Sugiono, *Metode Penelitian…,* h. 338.
[95] Sugiono, *Metode Penelitian…,* h. 341.

c. Dan terakhir adalah congclution yaitu peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah direduksi dan didisplay. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.[96] Data yang disimpulkan adalah data yang telah melewati tahap-tahap di atas kemudian peneliti sajikan dan gambarkan dengan bahasa yang lebih menarik.

H. Pengecekan Keabsahan Data

Setelah data yang penulis inginkan telah terkumpul melalui penelitian yang dilakukan maka langkah selanjutnya adalah uji keabsahan data. Uji keabsahan data yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah konfirmabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas.

a. Konfirmabilitas yaitu konformasi kembali yang dilakukan oleh peneliti kepada informan tersebut.
b. Kemudian dependabilitas yaitu menjaga untuk tidak melakukan kesalahan dengan melakukan audit. Adapun auditor dari penelitian ini adalah pembimbing peneliti.
c. Dan terakhir adalah kredibilitas yang berbentuk tringulasi sumber dan tringulasi metode.

[96] Sugiono, *Metode Penelitian…,* h. 345.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MIN 1 Banda Aceh pada tanggal 03-13 Maret 2020. Hasil penelitian ini diperoleh dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan kepala sekolah, guru dan juga siswa untuk mendapatkan keterangan tentang kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

MIN 1 Bener Meriah merupakan suatu sekolah jenjang dasar yang terletak di Jln. Simpang Tiga Bale Atu Kampung Blang Sentan Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. Masa pendidikan yang ditempuh selama 6 tahun. Mulai dari kelas I sampai dengan kelas VI . dengan mengelola proses belajar mengajar terdiri dari 7 ruang kelas belajar mengajar, dengan jumlah murid 708, 1 (satu) kepala madrasah, 1 (satu) wakil kepala madrasah yang juga merangkap menjadi guru, 40 (empat puluh) orang guru tenaga pendidik, 1 (satu) orang bendahara, dan 2 (dua) orang tata usaha.

1. Profil Sekolah

Nama Madrasah	:	Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Bener Meriah
Alamat	:	Jln. Simpang Tiga-Bale Atu Kampung Blang
	:	Sentang
Kecamatan	:	Bukit
Kabupaten	:	Bener Meriah
Provinsi	:	Aceh

Kode Pos : 24581
No. Telepon : (0643) 7425339
Fax : (0643) 7425339[49]
Email : minsimpangtiga12@yahoo.com
No. Statistik : 111111170001
Type Madrasah
Status : Negeri
Tingkat Akreditasi : B
Tahun Akreditasi : 2016
Type Bangunan : Permanen
Keadaan Bangunan : Baik

2. Letak Geografis

Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Bener Meriah Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah merupakan sekolah tingkat dasar di bawah naungan Kementerian Agama yang beralamatkan di jalan Simpang Tiga – Bale Atu Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah.

Adapun batas – batas dari komplek MIN 1 Bener Meriah Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah adalah :

a. Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan Simpang Tiga-Bale Atu.
b. Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan Blang Sentang.
c. Sebelah Belatan berbatasan dengan Kampung Blang Sentang.
d. Sebelah Timur berbatasan dengan Kampung Pasar Simpang Tiga.

B. Sejarah Berdirinya MIN 1 Bener Meriah

Secara historis MIN 1 Bener Meriah dahulu dinamakan dengan Madrasah Ibtidaiyah Negeri Simpang Tiga yang merupakan salah satu lembaga pendidikan

formal yang berada di lingkungan masyarakat Kampung Blang Sentan/ Simpang Tiga Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah. Madrasah ini berdiri pada tanggal 01 Juni 1947 yang pada awal berdirinya diberi nama Sekolah Rendah Islam (SRI) yang dirintis oleh beberapa tokoh masyarakat simpang tiga yang sadar akan pentingnya pendidikan. Salah satunya adalah Tgk. Ishaq yang melaksanakan proses belajar mengajar, juga menjabat sebagai kepala sekolah berdasarkan hasil musyawarah warga sekitar. Adapun gedung/bangunan sekolah adalah hasil dari kerjasama secara gotong royong dari masyarakat Simpang Tiga, bantuan dari para dermawan,dan masyarakat yang menyumbang baik secara finansial maupun non finansial secara ikhlas kepada madrasah.

Adapun faktor yang melatar belakangi berdirinya sekolah (SRI) Sekolah Rendah Islam kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah dahulunya ialah:

1. Untuk mengisi kemerdekaan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan mewujudkan kesejahtraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.
2. Berjuang demi tegaknya agama Islam.
3. Mencetak generasi muda Islam yang berakhluk karimah.

Dan dalam perkembangannya, sejak tanggal 10 Februari 1958 Sekolah Rendah Islam (SRI) kemudian secara resmi menjadi MIN Simpang Tiga dengan status Negeri berdasarkan SK. Menteri Agama Nomor : 01 Tahun 1959.

1. Tujuan Pendirian MIN 1 Bener Meriah

Tujuan MIN I Bener Meriah Kecamatan Bukit Kabupaten Bener Meriah mengacu pada visi dan misi, tujuan umum pendidikan dasar.

a. Mengembangkan budaya madrasah yang relegius melalui pembinaan kemampuan ilmu pengetahuan, sikap dan keterampilan keagamaan yang berbasis ajaran Islam.
b. Melaksanakan program pendidikan dasar dengan mengutamakan kemampuan baca, tulis dan berhitung.
c. Meningkatkan dasar-dasar pengetahuan dan keterampilan untuk dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
d. Semua kelas melaksanakan pendekatan pembelajaran siswa aktif dan mandiri pada semua muatan kurikulum.
e. Bekerja sama dengan lembaga lain guna melaksanakan dan merealisasikan program MIN 1 Bener Meriah.
f. Mengefektifkan daya guna semua alat dan sarana prasarana serta fasilitas pendukung untuk proses pembelajaran.
g. Mengusahakan kerjasama dan peran serta aktif orang tua /wali dalam pembinaan peserta didik.

2. Visi Misi MIN 1 Bener Meriah

a. Visi

Mewujudkan generasi muda beriman. bertaqwa, cerdas, terampil dan berakhlakul karimah.

b. Misi

1) Menanamkan keimanan dan ketaqwaan melalui pengetahuan dan pengamalan ajaraan Agama Islam
2) Membina pengetahuan dasar Peserta didik dengan program mahir baca tulis dan berhitung
3) Melaksanakan dengan optimal proses belajar mengajar dan bimbingan dengan pendekatan
4) Membina kemandirian peserta didik melalui kegiatan pembiasaan dan pengembangan diri yang terencana dan berkesinambungan.
5) Menjalin kerjasama yang baik antar sesama warga MIN I Bener Meriah dan lembaga lain dalam menjalankan program yang telah ditetapkan.
6) Memaksimalkan peran orang tua dan wali siswa dalam pembinaan kemampuan, keterampilan dan akhlak peserta didik.

3. Kondisi Tenaga Pendidik dan Kependidikan

Daftar Nama Guru PNS/Non PNS dan Tenaga Kependidikan pada MIN 1 Bener Meriah Pada Tahun Pelajaran 2018/2019 adalah sebagai berikut : Guru PNS dan Non PNS

No	NAMA GURU	PENDIDIKAN	JABATAN
1.	Amiruddin, S.Ag	S1	Kepala Madrasah
2.	Rahmawati, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Ia
3.	Arifah, S.Ag	S1	Guru Kelas Ib
4.	Mahdalena, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Ic
5.	Pinta Rejeki, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Id
6.	Suhadah, S.Pd	S1	Guru Kelas IIa
7.	Sariyah, S.Pd.I	S1	Guru Kelas IIb
8.	Sani Isma, S.Pd.I	S1	Guru Kelas IIc
9.	Susilawati, S.Pd.I	S1	Guru Kelas IIIa
10.	Magfirah, S.Pd.I	S1	Guru Kelas IIIb
11.	Hasnawati, S.Pd.I	S1	Guru Kelas IIIc
12.	Kasmawati, S.Ag	S1	Guru Kelas IIId
13.	Maya Sasrita, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Iva
14.	Sahirman, S.Pd.I	S1	Guru Kelas IVb
15.	Hurrian, S.Ag	S1	Guru Kelas IVc
16.	Susilawati, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Va
17.	Lailawati, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Vb
18.	Sa'adah, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Vc
19.	Hasnilaila, S.Pd.I	S1	Guru Kelas Via
20.	Ihsan, S.Pd.I	S1	Guru Kelas VIb
21.	Alfatah, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
22.	Hidayat, S.Ag	S1	Guru Mapel
23.	Abd. Rahman, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
24.	Raudah, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
25.	Aminah, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
26.	Wahyuni, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
27.	Drs. M. Syarifuddin	S1	Guru Mapel
28.	Ruhmi Rejeki, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
29.	Julian, S.Pd	S1	Guru Mapel
30.	Iedhariawati, S.Pd	S1	Guru Mapel
31.	Suprita Jaya, S.Pd	S1	Guru Mapel
32.	Paridah Anum, S.Pd	S1	Guru Mapel
33.	Rahmah, S.Pd.I	S1	Guru Mapel
34.	Sastra Dani, S.Pd	S1	Guru Mapel

Tenaga Kependidikan

No	NAMA GURU	PENDIDIKAN	JABATAN
1.	Sumarwan	S1	Administrasi Umum

2.	Mawaddah	SMA	Administrasi Umum
3.	Soliman, S.Kom	S1	Operator Pramubakti
4.	Andry	SMA	Penjaga Madrasah
5.	Mukhsin	SMA	Security / Satpam

Personal MIN 1 Bener Meriah

No	Personal	Jenis kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Kepala Madrasah	1	-	1
2	Guru PNS Kementerian Agama	7	19	26
3	Guru PNS DIKBUD		1	1
4	Guru Kontrak/Bantu/Honda	-	-	-
5	Guru Honor / Tidak Tetap	2	5	7
6	Tenaga Administrasi PNS	1	1	2
7	Tenaga Administrasi Non PNS	1	-	1
9	Teknisi Keterampilan	-	-	-
10	Personal Lainnya	2	-	2
Jumlah		**14**	**26**	**40**

Jumlah Personal Berdasarkan Pendidikan

No	Status Personal	SMA		D1		D2		D3		S1	
		Lk	Pr	Lk	Pr	Lk	Pr	Lk	Pr	Lk	Pr
1.	Guru PNS	-	-	-	-	-	-	-		6	20
2.	Guru Kontrak / Bantu/ Honda	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.	Guru Honor / Tidak tetap			-	-			-	-	2	5
4.	Tenaga Administrasi PNS	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-
5.	Tenaga Administrasi Non PNS	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.	b. Pustakawan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.	e. Teknisi Keterampilan	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8.	f. Personal Lainnya	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Jumlah		**4**	**1**	**-**	**-**		**-**	**-**	**-**	**9**	**25**

Sumber data: Dokumentasi MIN 1 Bener Meriah

4. Jarak Tempuh Madrasah (Dalam Kilometer)

Jarak Madrasah ke Pusat Ibukota Provinsi	300	Km
Jarak Madrasah Ke Pusat Kabupaten	0	Km
Jarak Madrasah Ke Kanwil Departemen Agama	300	Km
Jarak madrasah ke Madrasah Terdekat	1,5	Km
Jarak Madrasah ke sekolah Umum terdekat	0,1	Km

Sumber data: Dokumentasi MIN 1 Bener Meriah

5. **Keadaan Sarana dan Prasarana**

Sumber tanah Madrasah	**Status tanah (Luas Persegi) m²**			**Belum Sertifikat**
	Hak Milik	**Hak Guna bangunan**	**Hak Guna usaha**	
Pemerintah	-	-	-	-
Mandiri/ beli Sendiri	-	-	-	-
Wakaf/Sumbangan/Hibah	1920	-	-	-
Pinjam/Sewa	-	-	-	-

Kondisi bangunan

No	Ruang	Permanen			Semi Permanen			Darurat		
		Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat	Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat	Baik	Rusak Ringan	Rusak Berat
1	Ruang Kelas	5	4	-	1	-	-	-	-	-
2	Ruang Kepala	1	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Ruang Guru	-	-	-	-	1	-	-	-	-
4	Ruang TU	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	WC Guru	-	1	-	-	-	-	-	-	-
6	WC Siswa	-	5	-	-	-	-	-	-	-

Sumber data: Dokumentasi MIN 1 Bener Meriah

C. Paparan Hasil Penelitian

Setelah mendapatkan surat izin penelitian, peneliti diperkenankan melakukan penelitian. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung aktivitas yang berjalan di MIN 1 Bener Meriah untuk memperoleh data peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Madrasah, Guru dan Siswa.

1. Bentuk Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

Kepala madrasah merupakan komponen terpenting dalam memajukan suatu sekolah/madrasah. Kreativitas kepala madrasah mempengaruhi seluruh elemen yang berada di sekolah tersebut mulai dari dewan guru, staf kependidikan, siswa hingga masyarakat. Ada beberapa bentuk kreativitas dalam pemasaran pendidikan yaitu:

a. Bentuk Kombinasi dalam Pemasaran Pendidikan

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah, pertanyaan yang peneliti ajukan kepala madrasah adalah : Bagaimanakah bentuk kreativitas yang digunakan oleh bapak yang selaku kepala madrasah?

> Kepala Madrasah menjawab "Yang bisa saya lakukan adalah melakukan yang terbaik yang saya bisa untuk sekolah ini.[50]

Pertanyaan yang sama peniti ajukan kepada guru, dengan butiran pertanyaan "Bagaimanakah bentuk kreativitas yang digunakan oleh bapak yang selaku kepala madrasah?"

---

[50] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

Guru menjawab : “Selama kedatangan Bapak ke sekolah ini, kami merasakan hal-hal yang baru di sekolah ini. Contohnya seperti sudah adanya Musholla sehingga kami dapat menunaikan ibadah sholah dzuhur di sekolah saja tanpa harus kembali ke rumah.”[51]

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan kepada kepala madrasah, ketika Bapak sudah menjabat menjadi kepala madrasah yang baru di sekolah ini apakah Bapak masih menggunakan ide-ide kepala madrasah yang terdahulu. Kemudian apakah Bapak menggabungkannya dengan ide Bapak yang ada saat ini? Kemudian kepala madrasah mengatakan:

> “Untuk ide-ide lama yang kepala madrasah yang terdahulu lakukan jujur saya pribadi tidak mengatahui detail hal apa yang beliau ingin terapkan di sekolah ini, namun program yang saat ini dari masa jabatan beliau sampai sekarag masih dilakukan adalah KKG. Yang mana program KKG itu dibentuk oleh kepala madrasah yang lama dan masih diteruskan hingga saat ini karena dianggap sangat penting. Kemudian adanya apel pagi masuk kelas rendah dan apel masuk kelas tinggi namun saya membuat ini tidak hanya sekedar baris berbaris biasa saja namun ditambah dengan anak menghafal bersama seperti hafalan surat pendek, rukun iman, rukun islam, pancasila dan lain-lainnya. ”[52]

Dari penjelasan di tersebut dapat diketahui salah satu bentuk kreatifitas yang digunakan kepala madrasah yaitu kombinasi. Dengan melanjutkan program yang bersumber dari gagasan/ide kepala madrasah sebelumnya.

---

[51] Wawancara dengan Dewan Guru MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 13/02/2020
[52] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

b. Bentuk Eksplorasi dalam Pemasaran Pendidikan

Pertanyaan yang peneliti ajukan kepada kepala madrasah yaitu tentang kreativitas dalam pemasaran pendidikan dalam bentuk ekplorasi. Adapun butir pertanyaan yang peneliti ajukan ialah: Apakah bapak membentuk suatu gagasan yang baru untuk sekolah ini?

> Kepala madrasah menjawab: "Untuk saat ini yang saya lakukan adalah perbaikan-perbaikan, misalnya mengadakan lomba antar kelas seangkatan dan memberikan hadiah berupa piala. Dan lomba tersebut berjumlah 4 cabang, untuk penentuan cabang diserahkan kepala wali kelas untuk memilih lomba sesuai tingkatan kelas anak. Seperti wali kelas satu mengadakan lomba "membaca cepat" dan biasanya hal tersebut sering kami selenggarakan setiap memperingati hari-hari besar/nasional. yang berwujud program sekarang sudah ada pemberian piala pada setiap juara kelas sebagai bentuk apresiasi dan pemicu agar anak-anak yang lain juga semangat belajar"[53]

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada guru mengenai bentuk kreativitas eksplorasi yang digunakan kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan. Adapun pertanyaannya yaitu: Apakah bapak membentuk suatu gagasan yang baru untuk sekolah ini?

> Guru Menjawab: "Benar, contohnya seperti sekarang sudah ada pagar untuk pembatas jalan karena dulu pernah siswa dari MIN 1 Bener Meriah ini ditabrak lari oleh orang dan Alhamdulillah setelah kedatangan bapak Amir ke sekolah ini sudah ada pagarnya. Sekolah ini juga sekarang sudah memiliki beberapa katin sehat jadi anak-anak tidak perlu jajan di luar karena takut banyak pengawetnya. Kemudian kira juga udah punya Musholla milik sekolah jadi kalau masuk jam siang tidak usah kembali ke rumah dulu untuk sholat."[54]

[53] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020
[54] Wawancara dengan Dewan Guru MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 13/03/2020

Menurut hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, MIN 1 Bener Meriah telah mempunyai pagar utama, beberapa kantin, pos keamanan, dan juga paving blok.[55]

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah menggunakan bentuk eksplorasi dengan membuat gagasan/ide baru untuk kemajuan sekolah dalam pemasaran pendidikan.

c. Bentuk Transformasi dalam Pemasaran Pendidikan

Pertanyaan yang peneliti ajukan ialah tentang bentuk kreativitas transformasi yang digunakan kepala madrasah dalam memasarkan pendidikan. Adapun butir pertanyaan yang diajukan yaitu: Bagaimanakah bapak mengubah gagasan menjadi tindakan? Bapak kepala madrasah menjawab:

> "Gagasan itu kan berbentuk ide masih dalam fikiran dan belum dilaksanakan. Jadi sebenarnya banyak yang saya dan temen-temen rancang untuk kemajuan sekolah ini namun yang benar-benar sudah diterapkan yaitu ekstrakulikuler dan kemampuan dasar anak. Contohnya kelas satu harus sudah bisa membaca. Atau bermacam kegaiatan ekstrakulikuler yang mulai kami tekuni seperti tari guel. Marching band, dan juga didong kreasi.[56]

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah menggunakan bentuk kreativitas transformasi dengan merealisasikan ide-idenya menjadi sebuah program.

2. Langkah Strategis Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

a. Identifikasi Pasar

[55] Observasi MIN 1 Bener Meriah, Pada Tanggal 03/03/2020

[56] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

Pertanyaan yang peneliti ajukan ialah tentang langkah strategis pemasaran pendidikan dalam bentuk identifikasi pasar. Dengan butiran pertanyaan yang diajukan: Bagaimanakah bapak mengidentifikasi pasar?

> Bapak kepala madrasah menjawab:“ Sebenarnya kami tidak melakukan pengidentifikasian yang spesifik terhadap pasar yang kami targetkan, namun saya dan rekan-rekan saya yang lainnya focus kepada pengembangan minat, bakat melalui ektrakulikuler dan intrakulikuler para anak-anak saja berdasarkan perkembangan zaman saat ini. Yang paling kita harus utamakan harus akhlak pastinya.”[57]

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru. Dengan pertanyaan “Bagaimanakah bapak kepala madrasah melakukan mengidentifikasi pasar?

> Guru menjawab: “Saya pribadi melihat bapak mengajak kami para dewan guru untuk juga ikut bergelut dan membimbing anak-anak sesuai potensi mereka diluar jam belajar mengajar, misalnya sekarang sedang hebohnya seni tari guel kreasi, didong, dan marsing band. Jadi kami juga ikut berbagai event-event tersebut tanpa mengesampingkan proses belajar-mengajar. Itu semua didasari dengan minat peserta didik” [58]

Berdasarkan hasil observasi yang diperoleh bahwa saat itu beberapa anak perempuan dan 2 orang laki-laki akan melangsungkan latihan menari tarian daerah (tari guel).[59]

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah telah melakukan identifikasi pasar dengan menyesuaikan keinginan pelanggan jasa pendidikan dan mengikuti perkembangan zaman.

---

[57] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020
[58] Wawancara dengan Dewan Guru MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 13/03/2020
[59] Observasi MIN 1 Bener Meriah, Pada Tanggal 03/03/2020

b. Segmentasi Pasar

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan ialah tentang langkah stategis pemasaran pendidikan pada segmentasi pasar, dengan butir pertanyaan ialah: Bagaimanakah cara bapak membagi kelompok pembeli jasa pendidikan?

Kepala Madrasah Menjawab: "Sebenarnya kami tidak membuat suatu kelompok atau hanya orang tertentu berdasarkan jabatan atau keturunannya yang akan diterima di Min 1 Bener Meriah ini namun kami sudah menetapkan kreteria calon peserta didik yang akan diterima nantinya."[60]

Berdasarkan hasil penelitian dapat di ketahui bahwa pembagian kelompok pembeli jasa pendidikan di MIN I bener Meriah ditempatkan berdasarkan kategori dan kreateria tertentu.

c. Diferensiasi Produk

1) Pembeda Produk dengan produk lainnya

Pertanyaan selanjutkan yang peneliti ajukan ialah tentang diferensiasi produk, Butir pertanyaan yang peneliti ajukan ialah : Menurut bapak apakah yang membedakan produk sekolah bapak dengan produk sekolah lainnya?

Bapak kepala madrasah menjawab: "Alhamdulililah, anak-anak yang alumni MIN 1 Bener Meriah banyak yang diterima di sekolah favorit. Sehingga itu juga menjadi suatu kebanggan bagi kami dan seluruh staf sekolah ini."

[60] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada guru, dengan pertanyaan: Menurut bapak apakah yang membedakan produk sekolah ini dengan produk sekolah lainnya?

> Guru Menjawab: "Saya melihat Output/ keluaran dari sekolah ini, banyak setiap alumni tes di pesantren manapun Insya Allah diterima, dan itu menjadi tolak ukur kami sebagai dewan guru jika mereka sulit melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi berarti kami sebagai dewan guru gagal dalam mendidik mereka."[61]

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa MIN 1 Bener Meriah telah melakukan diferensiasi produk pada point pembeda produk dengan produk yang lainnya berdasarkan banyaknya alumni yang melanjutkan pendidikan pada jenjang lebih tinggi.

2) Mencari Perhatian Pasar

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan ialah tentang diferensiasi produk dalam mencari perhatian pasar. Butir pertanyaan yang peneliti ajukan ialah: bagaimana bapak mencari perhatian pasar?

> Kepala madrasah menjawab : "Kalau ditanya begini saya jadi bingung, karena kami tidak fokus pada hal-hal semacam itu. Ini adalah suatu hal yang kami patut untuk syukuri karena tanpa harus mencari perhatianpun kepada masyarakat, para orang tua calon peserta didik sudah berbondong-bondong untuk mendaftarkan anaknya ke MIN 1 Bener Meriah ini."[62]

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru dengan butir pertanyaan yaitu "

> Guru menjawab: "Kalau menurut saya perhatian semacam itu muncul daribisik sana bisik sini di tengah-tengah masyarakat atau dari wali murid yang anaknya sekolah di sini. Terkadang kami sudah berusaha menolak

[61] Wawancara dengan Dewan Guru MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 13/03/2020
[62] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

namun beberapa tetap kokoh untuk menyekolahkan anaknya di sini sampai menjahit seragam yang sama persis dengan seragam peserta didik yang ada disini. Pun demikian kami tetap mengikuti prosedur yang ada, jika cocok sesuai kreteria maka kami loloskan jika tidak cocok tetep kami tidak menerimanya."[63]

Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa tidak ada kegiatan khusus yang dilakukan untuk mencari perhatian pasar.

3) Fokus Target

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti tanyakan ialah tentang fokus target, butir pertanyaan yang peneliti ajukan pada kepala madrasah ialah : Menurut bapak siapakah fokus target dalam pemasaran MIN 1 Bener Meriah?

"Seperti yang sudah kami sepakati bersama bahwa yang akan kami terima menjadi peserta didik di MIN 1 bener Meriah ini ialah yang sudah bisa membaca/mengeja, paling tidak sudah mengenal huruf."[64]

Dewan guru yang peneliti wawancarai juga memberikan jawaban yang sama. Dengan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa fokus target pelanggan jasa pendidikan di MIN 1 Bener Meriah ialah anak yang sudah bisa membaca paling kurangnya sudah mengenal huruf.

4) Komunikasi Pemasaran

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan ialah tentang komunikasi pemasaran, dengan butiran pertanyaan yang peneliti ajukan ialah : Dalam pemasaran

[63] Wawancara dengan Dewan Guru MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 13/03/2020
[64] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

sekolah ini apakah bapak mengadakan komunikasi pemasaran seperti workshop, seminar dan lain-lain?

> Bapak kepala madrasah menjawab: "Yang khusus kami lakukan untuk pemasaran tidak ada namun kami tetap menjaga stabilitas nama sekolah dengan terus rutin menyelenggarakan KKG/situasi dan juga perbaikan seluruh ADM sekolah setiap bulannya. Sehingga setelah itu kami dapat mengadakan evaluasi dan perbaikan untuk sekolah kedepannya."[65]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat kita ketahui bahwasanya kepala madrasah terus melakukan perbaikan ADM/perbulannya juga melaksanakan KKG dan juga mengadakan rapat bertahap untuk membahas berbagai hal.

a. Pelayanan Sekolah

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti ajukan ialah tentang pelayan sekolah, yang mana butiran pertanyaan yang peneliti ajukan ialah: Menurut bapak sejauh manakah orang tua murid memberikan persepsi kualitas terhadap MIN 1 Bener Meriah? Bapak kepala madrasah menjawab:

> "Sejauh ini partisipasi dan tanggapan orang tua murid terhadap sekolah ini sangatlah baik. mereka juga tetap mendukung seluruh program yang kami adakan di sekolah."[66]

Peneliti juga bertanya kepada para siswa yang ada di sekolah tersebut: Mengapa adik memilih sekolah ini? Kemudian salah satu siswa yang sekolah tersebut menjawab singkat "Karena suka kak". Sedangkan yang lainnya menjawab karena pilihan orang tua. Kemudian Pertanyaan yang selanjutnya yang peneliti tanyakan

---

[65] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020
[66] Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 12/03/2020

kepada siswa di sekolah tersebut ialah : Apakah kalian merasa betah sekolah disini? Kemudian para siswa tersebut menjawab "Iya".[67]

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pelayanan sekolah yang terjadi di MIN 1 Bener Meriah sudah menciptakan persepsi kualitas yang baik bagi MIN 1 Bener Meriah itu sendiri.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini membahas tentang bentuk kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan dan juga langkah strategis dalam pemasaran pendidikan.

1. Bentuk Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan

Kreativitas menunjukkan pada pemunculan ide-ide baru yang memberi nilai tambah bagi seseorang atau organisasi memang perspektif kreativitas tidak tunggal, bahkan konseptualisasinya beragam.[68] Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas kepala madrasah dalam pemasaran pendidikan terdiri dalam 3 bentuk yaitu kombinasi, ekplorasi dan transformasi.

a. Bentuk Kombinasi dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

Berdasarkan temuan di lapangan Kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah menggunakan bentuk kreativitas kombinasi. Yang mana beliau masih menggunakan ide serta program kepala madrasah yang lama yang dirasa cukup bermanfaat untuk

---

[67] Wawancara dengan Peserta Didik MIN 1 Bener Meriah, pada Tanggal 13/03/2020

[68] Uhar Suharsaputra, *Kepemimpinan Inovasi Pendidikan*, (Bandung: Refika Aditama, 2016), h. 274.

kepentingan lingkungan dan warga sekolah dan kemudian menggabungkannya dengan ide serta gagasan baru yang ia miliki seperti program KKG dan program lainnya adalah pelaksanaan baris berbaris/ apel pagi dan apel masuk kelas tinggi. Namun kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah menambah beberapa kegiatan positif lainnya seperti hafalan surat pendek, hafalan nama-nama nabi, pancasila dan lain sebagainya.

Gambar 4.1 Kreativitas Kepala Madrasah bentuk kombinasi

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Johnson Alvonco kombinasi adalah proses kreatif melalui sintesis dengan menggabungkan ide, benda atau jasa yang sebelumnya tidak berkaitan, untuk menciptakan yang baru.[69] dan pernyataan lainnya yang menyebutkan bahwa Kombinasi adalah proses [70]

Berdasarkan hasil temuan dan teori tersebut dapat diketahui bahwa penggunaan bentuk kreativitas kombinasi akan membantu seorang kepala madrasah untuk menyalurkan kekreatifannya melalui ide,gagasan atau program yang dimiliki

[69] Johnson Alvonco, *The Way…,* h. 43.
[70] Johnson Alvonco, *The Way of Thinking*, (Jakarta: Gramedia, 2013), h. 43.

oleh kepala madrasah terdahulu kemudian dilengkapi dengan ide,gagasan, maupun program yang ia miliki.

Maka jika bentuk kombinasi dilakukan dalam sebuah instansi pendidikan terkhusus dilakukan untuk pemasaran pendidikan hal tersebut akan membantu kepala madrasah untuk mengembangkan serta menambah ide serta dapat dikatakan bahwa kepala madrasah tersebut merupakan orang kreatif.

b. Bentuk Eksplorasi dalam Pemasaran Pendidikan

Kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah menggunakan bentuk eksplorasi dalam mengelola kreativitasnya. Yang mana beliau melahirkan ide-ide baru yang digunakan sebagai bahan acuan untuk kemajuan sekolah tersebut. Hal tersebut tampak ketika bapak kepala madrasah menyalurkan ide dan gagasannya untuk program-program yang akan dilaksanakan di MIN 1 Bener Meriah tersebut seperti sudah adanya pagar utama kantin sehat, pos keamanan, dan juga paving blok. dan dalam bentuk program sudah adanya pembagian piala kepada setiap juara kelas sebagai wujud apresiasi dan pemicu anak yang lainnya agar semangat belajar.

Kantin

Paving blok

Pos Keamanan dan pagar utama

Gambar. 4.2 Kreativitas Kepala madrasah dalam bentuk eksplorasi

Hal ini sesuai dengan teori bahwa bentuk ini berupaya melahirkan sesuatu yang baru, dari sesuatu yang belum tampak sebelumnya.[71] Yang mana Eksplorasi merupakan suatu kegiatan mengamati. Eksplorasi juga dapat dikatakan sebagai kegiatan untuk memperoleh pengalaman baru. Adapun kegiatan eksplorasi adalah penjelajahan lapangan dan dengan tujuan memperoleh pengetahuan lebih banyak.[72]

Namun hal ini berbeda dengan pendapat yang menyatakan bahwa Menghasilkan atau menemukan sesuatu yang baru disini benar-benar harus dipahami sebagai "menghasilkan" dan "menemukan", tidak lebih dan tidak kurang. Jadi, kreativitas itu sebenarnya "sekedar" menemukan dan menghasilkan sesuatu yang sesungguhnya sudah ada, tetapi masih tersembunyi.[73]

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa melahirkan sesuatu yang baru merupakan bentuk krativitas eksplorasi yang mana seorang kepala madrasah leluasa

---

[71] Momon Sudarma, *Mengembangkan*…, h. 25-27.

[72] Heldanita, "Pengembangan Kreativitas melalui Eksplorasi" *Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini*, Vol. 3 No. 1, 2018, h. 58.

[73] Wahyudin, *Anak Kreatif*, (Jakarta: Gema Insani, 2017), h. 2-3.

menuangkan ide,gagasan,program terbaru yang ingin diterapkan di sekolah tersebut. Hal ini juga menunjukan bahwa seorang kepala madrasah harus kreatif dalam menemukan hal baru untuk kemajuan sekolah tersebut.

Maka jika kepala madrasah melakukan bentuk kreativitas eksplorasi dalam pemasaran pendidikan hal tersebut akan membawa perubahan yang bagus untuk sekolah yang dipimpinnya.

c. Bentuk Transformasi dalam Pemasaran Pendidikan

Hasil temuan lapangan kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah juga menggunakan bentuk kreativitas transformasi yang mana seluruh rencana, ide, gagasan yang ia miliki tak hanya berhenti sampai disitu saja akan tetapi berlanjut hingga menjadi sebuah tindakan yang kemudian dinamai dengan sebuah program di MIN 1 Bener Meriah seperti kegiatan ekstrakulikuler.

4.3 Marching Band, salah satu kegiatan ekstrakulikuler di MIN 1 Bener

Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa transformasi mengubah dari gagasan kepada tindakan praktis, atau dari kultur pada struktur, dari struktur pada kultur, dari

satu fase pada fase lainnya. Kreativitas lahir, karena mampu menduplikasi atau mentransformasi pemikiran ke dalam bentuk yang baru.[74]

Namun berbeda dengan pendapat yang mengatakan bahwa orang yang kreatif adalah orang yang mampu memvisualisasikan dalam medianya. Yang mana ketika menerangkan fakta dari sebuah situasi maka anda beserta orang yang mendengar dapat menvisualisasikannya dalam bentuk nyata.[75]

Bentuk kreativitas transformasi merupakan suatu bentuk kreativitas yang menuntut kepala madrasah untuk melakukan pergerakan terhadap ide atau gagasan yang dirancang untuk kemajuan sekolah tersebut. Sehingga ide kreatif tersebut tidak hanya sekedar wacana saja namun akan terealisasi menjadi sebuah program pendidikan.

Jika kepala madrasah melakukan bentuk kreativitas transformasi dalam pemasaran pendidikan maka berarti ia telah mewujudkan ide, gagasan yang ia rancang menjadi sebuah tindakan nyata yang berkepentingan untuk kemajuan sekolah tersebut.

Ketiga bentuk kreativitas tersebut sesuai dengan pendapat Boden dalam Yeni Rachmawati menyebutkan bahwa Kreativitas itu dapat lahir dalam beberapa bentuk yaitu kombinasi, eksplorasi dan transformasi.

---

[74] Momon Sudarma, *Mengembangkan*…, h. 25-27.
[75] Andy Green, *Kreativitas dalam…,* h. 131.

2. Langkah Strategis Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

Pengukuran keberhasilan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan Pengukuran keberhasilan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di sekolah dapat di lihat pada saat penerimaan murid baru dan antusiasme siswa/orang tua pada setiap kegiatan sekolah atau juga dilihat dari responden siswa/orang tua yang menjadi program humas sekolah dan penilaian keberhasilan implementasi di sekolah.

Strategi pemasaran pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam menarik masyarakat untuk membeli jasa pendidikan di MiN 1 Bener Meriah. Dengan adanya pemasaran yang baik maka akan menimbulkan citra yang baik ditengah masyarakat, sehingga dapat menciptakan persepsi kualitas terhadap MIN 1 Bener Meriah tersebut. Dalam proses pemasaran pendidikan yang perlu ditawarkan ialah apa yang pelanggan inginkan dan cari dari MIN 1 Bener Meriah tersebut sehingga mereka dapat menentukan dan memantapakan pilihannya untuk menyekolahkan anaknya di MIN 1 Bener Meriah.

Berdasarkan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi bahwa langkah strategi pemasaran pendidikan yang digunakan MIN 1 Bener Meriah ialah:

a. Identifikasi Pasar dalam Pemasaran pendidikan

Hasil temuan lapangan yang mana Di MIN 1 Bener Meriah identifikasi pasar dilakukan tidak hanya untuk menarik dan menimbulkan citra yang baik bagi sekolah namun juga sebagai cara untuk terus mengembangkan bakat dan minta peserta didik dalam segala hal. Dan hal ini disesuaikan dengan kebutuhan, serta keinginan pasar

itu sendiri sehingga hal ini memberikan dua keutungan sekaligus bagi sekolah yaitu: terus mengembangkan minat dan bakat peserta didik mengikuti perkembangan zaman dan juga sebagai wadah untuk menarik perhatihan masyarakat tentang eksistensi MIN 1 Bener Meriah tersebut.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa mengidentifikasi dan menganalisis pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Dalam hal ini sesungguhnya madrasah memiliki potensi yang tinggi dalam upaya ikut mencerdaskan bangsa dan mensukseskan program wajib belajar nasional.[76] Namun hal ini berbeda dengan pendapat kartono yang menyatakan bahwasanya sekolah bukanlah sebuah pasar.

Dalam suatu proses pemasaran pendidikan identifikasi merupakan tahap awal yang harus dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginanan pasar, yang mana biasanya keinginan dan kebutuhan ini akan terus berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Sehingga jika seluruh staf pendidik dan kependidikan dibawah kepemimpinan seorang kepala madrasah harus terus memantau keadaan pasar maka sebenarnya mereka sedang mamantau, melakukan perbaikan dan mempertahankan citra baik sekolah.

[76] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa*...., h. 8-9.

b. Segmentasi Pasar dan Positioning dalam Pemasaran Pendidikan

Hasil temuan lapangan di MIN 1 Bener Meriah melakukan pengelompokan peserta didik bukan berdasarkan pangkat orang tua, jabatan dan hal material lainnya akan tetapi pengelompokan pembeli dilakukan berdasarkan potensi anak mulai dari:

1) Anak yang sudah mengenal huruf
2) Anak yang sudah bisa mengeja
3) Anak yang sudah bisa membaca dan menulis huruf

Sehingga hal ini menjadi positioning bagi MIN 1 Bener Meriah.

4.4 Dokumentasi bersama siswi MIN 1 Bener Meriah

Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa segmentasi pasar membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menjadi kelompok pembeli, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan positioning adalah karakteristik dan pembedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga yang lain.[77]

Namun hal ini berbeda dengan pernyataan bahwasanya proses seluruh pendidikan bangsa telah berpuluh tahun menguasai cara berfikir dan bertindak anak-

[77] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa*...., h. 8-9.

anak secara sadar maupun tidak sadar, cara ini mengubah pribadi kreatif menjadi penurut dan tidak biasa melihat perbedaan, disegala jenjang pendidikan semuanya diseragamkan. Pater J Drost mengingatkan bahwa penyeragaman berarti pemenggalan.[78]

Dengan berdasarkan hasil teori dan temuan lapangan dapat kita ketahui bahwasanya penting untuk melakukan segmentasi pasar dan positioning untuk memudahkan menyelaraskan seluruh calon peserta didik dengan kreteria yang sudah ditentukan.

Jika MIN 1 Bener Meriah melakukan segmentasi pasar dan positioning maka berarti telah memberitahu masyarakat agar mengetahui kreteria seperti apa yang diinginkan sekolah, sehingga para calon peserta didik dapat dipersiapkan oleh para wali murid dengan sematang mungkin untuk memenuhi kreteria yang diinginkan sekolah.

c. Diferensiasi Produk dalam Pemasaran Pendidikan

Berdasarkan temuan lapangan yang mana perbedaan produk di MIN 1 Bener Meriah dijelaskan oleh kepala madrasah dan guru bahwa deferensiasi produk dilihat dari output atau alumni siswa MIN 1 Bener Meriah yang sangat banyak diterima di sekolah favorit dan juga pondok pesantren. Sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur tersendiri bagi para guru atas keberhasilannya dalam membimbing para murid yang ada di MIN 1 Bener Meriah Tersebut. Hal ini sesuai dengan pernyataan melakukan

[78] Kartono, *Sekolah Bukan Pasar*, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2009), h.179.

diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Diferensiasi merupakan salah satu dari strategi pemasaran sebagai strategi bersaing.[79]

Adanya diferensiasi produk merupakan hal menarik yang dapat memudahkan konsumen untuk membedakan jasa pendidikan yang ditawarkan suatu sekolah dengan sekolah lainnya. Sehingga jika dilakukan diferensiasi pada sekolah produk maka berarti sekolah tersebut telah membuat daya tarik tersendiri bagi sekolahnya sehingga menjadi sangat mudah mengenali dan membedakannya dengan produk sekolah lainnya.

d. Pelayanan Sekolah dalam Pemasaran Pendidikan

Berdasarkan temuan lapangan MIN 1 Bener Meriah telah membangun persepsi kualitas dari masyarakat/wali murid MIN 1 Bener Meriah. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa persepsi seluruh warga sekolah dan juga orang tua murid sangat baik terhadap sekolah. Sehingga hal tersebut mempermudah sekolah dalam menjalankan program yang direncanakan untuk kemajuan MIN 1 Bener Meriah. Hal ini sesuai dengan pe rnyatan bahwa pelaya nan sekolah terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan.[80]

Hal ini berbeda dengan pendapat kartono yang menyatakan bahwa fungsi pejabat departemen pendidikan, kepala sekolah, atau guru adalah mendidik, bukan sebagai pedang, calo, makelar, ataupun rentenir bagi berbagai produk industry.

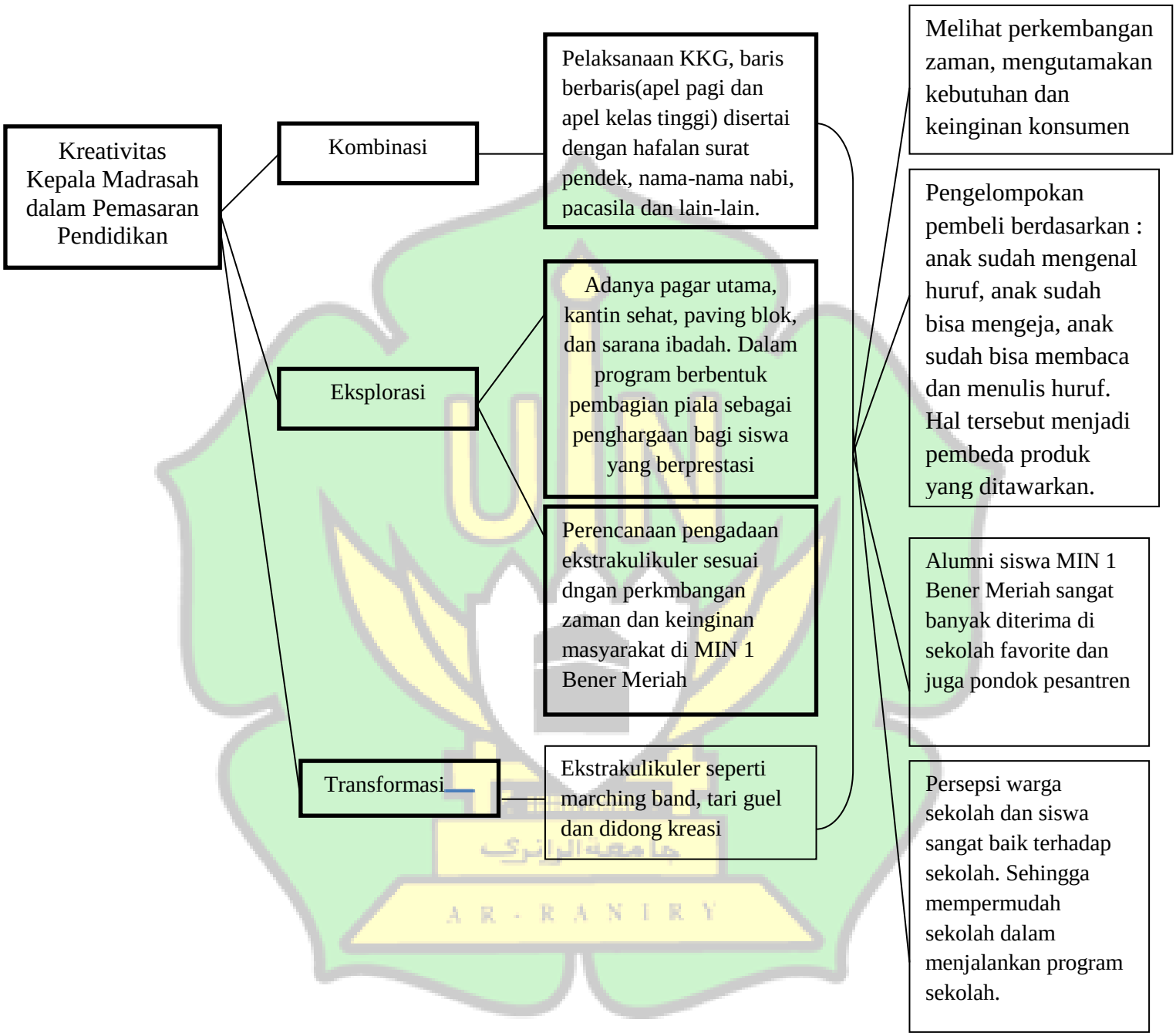
---

[79] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa*...., h. 8-9.
[80] Afidatun Khasanah, "*Pemasaran Jasa*...., h. 8-9.

Mencampuradukan peran-peran pendidik dengan calo tersebut akan merusak system pendidikan nasional dan tidak lagi terbedakan sekolah sebagai tempat mencari ilmu pengetahuan dengan pasar sebagai tempat jual beli.[81]

Berdasarkan hasil temuan lapangan dan didukung oleh teori dapat kita ketahui bahwasanya pelayanan sekolah akan mempengaruhi persepsi kualitas warga sekolah maupun orang tua murid. Jika persepsi kualitas orang tua murid baik pada sekolah ini maka akan sangat membantu sekolah untuk menjalankan semua program begitupun sebaliknya.

[81] Kartono, *Sekolah Bukan Pasar*, (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2009)



Gambaran Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah memiliki kreativitas. Adapun bentuk kreativitas yang dilakukan oleh kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah terbagi menjadi 3 (tiga). *Pertama*, bentuk kreativitas kombinasi, yang mana kepala madrasah masih melanjutkan beberapa ide dari kepala madrasah yang terdahulu kemudian ditambah dengan ide-idenya saat ini, salah satu program yang masih dilanjutkan oleh kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah yaitu pelaksanaan KKG dan pelaksanaan baris berbaris/apel pagi dan apel kelas tinggi. *Kedua*, kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah juga melakukan bentuk kreativitas eksplorasi yang mana beliau menyalurkan ide-idenya untuk kemajuan sekolah tersebut seperti pemasangan paving blok, kantin sehat dan juga pembagian piala pada setiap siswa yang berprestasi. *Ketiga*, kepala madrasah MIN 1 Bener Meriah menggunakan bentuk kreativitas transformasi, ide-ide baru yang cetuskan olehnya tak hanya berkisar sepintas ide saja namun juga diwujudkan dalam bentuk nyata seperti ekstrakulikuler yang berbentuk tari guel, didong kreasi dan marching band.

2. MIN 1 Bener Meriah menggunakan 4 strategi pemasaran pendidikan dalam memasarkan MIN 1 Bener Meriah. *Identifikasi Pasar* dilakukan oleh MIN 1 Bener Meriah menurut perkembangan zaman yang ada, dan terus memantau serta menerapkan di sekolah tentang sesuatu hal yang sedang disenangi masyarakat sehingga hal tersebut secara tidak langsung dapat terus meciptakan citra yang baik untuk sekolah. Kemudian MIN 1 Bener Meriah juga melakukan *Segmentasi Pasar dan Positioning* yang mana MIN 1 bener Meriah melakukan pengelompokan pembeli dengan beberapa kreteria yaitu : anak yang sudah mengenal huruf, anak yang sudah bisa mengeja, anak yang sudah bisa membaca dan menulis huruf. Selanjutnya ialah *Diferensiasi Produk*, yang mana MIN 1 Bener Meriah dapat melihat produknya berbeda berdasarkan dari *output* yang menjadi tolak ukur bagi seluruh staf pendidik dan kependidikan yang MIN 1 Bener Meriah, dengan rasa syukur para output MIN 1 Bener Meriah banyak diterima di sekolah favorite dan berbagai pondok pesantren. Kemudian yang terakhir ialah Pelayanan Sekolah yang dilihat berdasarkan persepsi kualitas dari orang tua murid yang dianggap oleh dewan guru MIN 1 Bener Meriah sangat baik terhadap MIN 1 Bener Meriah sehingga memudahkan madrasah dalam melaksanakan seluruh program ektrakulikuler dan intrakulikuler.

B. SARAN

1. Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah telah melakuan kreativitas dalam pemasaran pendidikan dengan sangaat bagus namun diharapkan agar dapat mempertahankan dan terus memberikan ide kreatifnya untuk kemajuan sekolah

terutama dalam pemasaran pendidikan MIN 1 Bener Meriah. Dan dapat dijadikan sebagai supermodel untuk seluruh staf pendidikan dan kependidikan yang berkecimpung di MIN 1 Bener Meriah.

2. Langkah strategis pemasaran pendidikan juga telah dilakukan dengan sangat baik namun akan lebih baik lagi jika hal tersebut dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan untuk kemajuan sekolah.
3. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan kembali menambah teori-teori yang dipakai,membahas hambatan-hambatan yang terjadi juga menambah kisi-kisi instrument penelitian, dan juga meneliti dengan metode yang berbeda sehingga lebih akurat dalam melakukan penelitian serupa, dan nantinya akan menghasilkan karya yang lebih bagus secara ilmiah serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rahmat, (2016), *Manajemen Humas Sekolah*, Yokyakarta: Media Akademik.

Afidatun Khasanah, (2015), "*Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden",* Jurnal Pendidikan Islam El-tarbawi Vol. VII No.2.

Akbar Zainudin, (2009), https:// www-kompasiana.com.cdn.ampproject.org/v/s/www.kompasiana.com/amp/akbarzainudin/mengapa-lembag a-pendiidkan-perlu-dipasarkan (diakses pada 12 Januari 2020, pukul 07.04)

Albi Anggito, (2018), Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: Jejak.

Andy Green, *Kreativitas dalam Publik Relation*, (Jakarta: Erlangga, 2004)

Brigitta Putri Atika Tyagita, (2016), "*Strategi Pemasaran Sekolah Menengah atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang*" Jurnal Manajemen Pendidikan Vol.3, No.2.

Bashori, (2017), "*Strategi Kompetitif dalam Lembaga Pendidikan*" Jurnal Tadris, Vol.12, No.2.

Cucun Sunaeningsih, (2017), *Pengelolaan Pendidikan*, Sumedang: UPI Sumedang Press.

Donni Juni Priansa, (2017), *Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Bandung:Pustaka Setia.

Erjati Abas, (2017), *Magnet Kepemimpinan kepala Madrasah Terhadap Kinerja Guru*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Kartono,(2009), *Sekolah Bukan Pasar*, Jakarta: Kompas Media Nusantara.

Leni Marliana, (2015), "*Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dalam Pendidikan*", Istinbath, No.15.

Made Dharmawati, (2016), *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Makmur dan Suparman, (2018), *Manajemen Pendidikan Berbasis Madrasah*, Makasar: Aksara Timur

Miftachul Ulum, (2018),"*Konsep Pemasaran Lemabaga Pendidikan dalam Pandangan Syari'ah"* Jurnal Ummul Quro Vol.VIII No.2.

Muhaimin, dkk. (2011), *Manajemen Pendidikan*, Jakarta:Kencana.

Mursid, (2014), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Bumi Aksara.

Momon Sudarma, *Mengembangkan Keterampilan Berfikir*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Philip Kotler dan Kelvin Lane, (2009), *Manajemen Pema saran Jilid I*, Jakarta: Indeks.

Qurrata A'yuna, (2015),*"Kontribusi Peran Orang Tua dan Guru Mata Pelajaran Terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa"*, Jurnal Ilmiah Edukasi Vol.1, No.1.

Rika Megasari, (2014), "*Peningkatan pengelolaan sarana dan Prasana Pendidikan untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran di SMPN 5 Bukit Tinggi*", Jurnal Administrasi Pendidikan, Vol.2, No.1.

Rohani, (2017), "*Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini melalui Media Bahan Bekas"*, Jurnal raudhah Vol.05, No.02.

Rusdiana, (2014), *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia.

Sugiono, (2018), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.

Suwandi, (2012), "*Arah kebijakan Pemanfaatan dan Penyaluran Dana Pendidikan Pada Era Otonomi Daerah"*, Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Vol.21, No.2.

Uhar Suharsaputra, (2016), *Kepemimpinan Inovasi Pendidikan*, Bandung: Refika Aditama.

Utami Munandar, (2009), Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat, Jakarta : Rineka Cipta

Wahyudin, (2017), *Anak Kreatif*, Jakarta: Gema Insani.

Yeni Rachmawati, (2012), *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*, Jakarta: Kencana.

Yesi Budiarti, "*Pengembangan Kemampuan Kreatifitas dalam Pembelajaran IPS",* Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro Vol.3, No.1

جامعة الرانري
AR-RANIRY

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
NOMOR: B-15975/Un.08/FTK/KP.07.6/11/2019

TENTANG
PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu Menunjuk Pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan
b. bahwa saudara yang tersebut namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Skripsi

Mengingat :
1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah No 74 Tahun 2012, tentang Perubahan atas peraturan pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang pengelolaan keuangan Badan Layanan Umum;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institusi Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, Tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
8. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 21 Tahun 2015,Tentang Statuta UIN Ar-Raniry; Banda Aceh
9. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag RI;
10. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang penetapan Institusi Agama Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Badan Umum;
11. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

Memperhatikan : Keputusan Sidang/Seminar Proposal Skripsi Prodi Manajemen Pendidikan Islam FTK UIN AR-Raniry Banda Aceh tanggal 27 September 2019

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

PERTAMA : Menunjuk Saudara:
1. Syabuddin sebagai Pembimbing Pertama
2. Lailatussaadah sebagai Pembimbing Kedua

untuk membimbing Skripsi:
Nama : Tiarani Mirela
NIM : 160 206 084
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah.

KEDUA : Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh

KETIGA : Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Genap tahun Akademik 2019/2020

KEEMPAT : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan dirubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan : Banda Aceh
Pada tanggal : 6 November 2019
An. Rektor
Dekan,

Muslim Razali

Tembusan

1. Rektor UIN Ar-Raniry (sebagai laporan);
2. Ketua Prodi MPI FTK
3. Pembimbing yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan.
4. Mahasiswa yang bersangkutan;

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BENER MERIAH
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 BENER MERIAH
Jalan : Simpang Tiga – Bale Atu, Kode Pos : 24581
Telepon. (0643) 7425339 Fax. (0643) 7425339
Email : minsimpangtiga12@yahoo.com

Nomor : B. 098 /MI.19.1/PP.004/07/2020 Simpang Tiga, 7 Juli 2020
Lampiran : -
Hal : **Keterangan Telah melakukan Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
di -
Tempat

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan Surat Permohonan Izin Penelitian Tanggal Februari 2020 dalam rangka penyelesaian KKU "***Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah***," yang diajukan oleh mahasiswa :

Nama/NIM	:	TRIANI MIRELA / 160202084
Semester/ jurusan	:	VIII / Manajemen Pendidikan Islam
Alamat	:	Gampoeng Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Darussalam Banda Aceh

Maka dengan ini Kepala MIN I Bener Meriah menerangkan bahwa yang bersangkutan melakukan penelitian sejak tanggal 3 S/d 13 Maret 2020 untuk mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan untuk penelitian tersebut

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan terima kasih.

Kepala

Amiruddin,S.Ag
NIP. 197108081998031002

Tembusan :
1. *Kantor Kementerian Agama Kab.Bener Meriah*
2. *Yanmg bersangkutan*
3. *Arsip*

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN BENER MERIAH
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 BENER MERIAH
Jalan : Simpang Tiga – Bale Atu, Kode Pos : 24581
Telepon. (0643) 7425339 Fax. (0643) 7425339
Email : minsimpangtiga12@yahoo.com

Nomor : B.097/MI.19.1/PP.004/07/2020 Simpang Tiga, 8 Juli 2020
Lampiran : -
Hal : **Keterangan Telah Melakukan Penelitian**

Kepada Yth
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
di -
Tempat

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan Surat Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Nomor : B-6341/Un.08/FTK.1/TL.00/07/2020 Tanggal 06 Juli 2020 tentang Penelitian Mahasiswa dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***Kreativitas Kepala Madrasah dalam pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah***, maka Kepala Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Bener Meriah menerangkan bahwa :

Nama/NIM : TRIANI MIRELA / 160202084
Semester/ jurusan : VIII / Manajemen Pendidikan Islam
Alamat : Gampoeng Rukoh Kecamatan Syiah Kuala Darussalam Banda Aceh

Telah melakukan penelitian sejak tanggal 3 S/d 13 Maret 2020 untuk mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan untuk penelitian tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan,dan terima kasih.

Kepala

Amiruddin,S.Ag
Nip. 197108081998031002

Tembusan :
1. *Kantor Kementerian Agama Kab.Bener Meriah*
2. *Yanmg bersangkutan*
3. *Arsif*

INSTRUMEN PENELITIAN
KREATIVITAS KEPALA MADRASAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN DI MIN 1 BENER MERIAH

NO	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan Peneliti		
			Kepala Madrasah	Guru	Siswa
1	Bagaimana bentuk kreativitas yang digunakan oleh kepala madrasah	kombinasi	Bagaimanakah cara bapak menggabungkan ide lama dengan ide yang baru dalam analisis kondisi pasar saat ini?	Menurut ibu/bapak bagaimanakah cara kepala madrasah menggabungkan ide lama dan ide baru dalam menganalasis kondisi pasar?	

NO	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan Peneliti		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Dalam penggabungan ide lama dan ide baru bagaimana pembagian kelompok pembeli?	Menurut bapak/ibu bagaimana bapak kepala madrasah menggabungkan ide lama dan ide baru untuk melihat pembagian kelompok pembeli?	
			Menurut bapak saat penggabungan ide lama dengan ide baru dilakukan bisakah menjadi pembeda produk dengan produk yang lainnya?	Menurut bapak/ibu adakah kepala madrasah melakukan penggabungan ide baru dan ide lama untuk menjadikan produk berbeda dengan produk lainnya?	

NO	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan Peneliti		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Menurut bapak dalam penggabungan ide lama dan ide baru adakah keterkaitannya dengan efesiensi biaya?	Menurut bapak/ibu penggabungan ide lama dan ide baru yang dilakukan kepala madrasah adakah keterkaitannya dengan efesiensi biaya?	
			Menurut bapak penggabungan ide baru dan ide lama akankah membuat fokus pada target?	Menurut bapak/ibu penggabungan ide baru dan ide lama yang dilakukan kepala madrasah akankah membuat fokus pada target?	

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

NO	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan Peneliti		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Apakah perlu komunikasi pemasaran dalam penggabungan ide baru dan ide lama?	Apakah perlu kepala madrasah melakukan komunikasi pemasaran dalam penggabungan ide baru dan ide lama?	
			Menurut bapak penggabungan ide lama dengan ide baru sudahkah mempengaruhi persepsi	Menurut bapak/ibu penggabungan ide lama dan ide baru yang dilakukan kepala madrasah sudahkah mempengaruhi persepsi	

			kualitas?	kualitas?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Gagasan apakah yang bapak perlukan untuk melihat ekspektasi pasar?	Gagasan seperti apakah yang bapak kepala madrasah perlukan untuk melihat ekspektasi pasar?	
			Menurut bapak apakah gagasan diperlukan untuk pembagian kelompok pembeli?	Menurut bapak/ibu apakah gagasan kepala madrasah diperlukan untuk pembagian kelompok pembeli?	
			Apakah gagasan bapak bisa menjadi menjadi pembeda produk dengan produk yang	Apakah menurut bapak/ibu gagasan bapak kepala madrasah bisa menjadi menjadi pembeda	

			lainnya?	produk dengan produk yang lainnya?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Menurut bapak adakah keterkaitan antara gagasan dan efesiensi biaya?	Menurut bapak/ibu adakah keteraitan gagasan kepala madrasah dengan efesiensi biaya?	
			Menurut bapak mampukah gagasan untuk mengenai focus target?	Menurut bapak/ibu mampukah gagasan kepala madrasah untuk mengenai focus target?	
			Apakah gagasan diperlukan dalam komunikasi	Menurut bapak/ibu apakah gagasan kepala madrasah diperlukan dalam komunikasi	

			pemasaran?	pemasaran?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Menurut bapak apakah gagasan mampu merubah persepsi kualitas sekolah ini?	Menurut bapak/ibu apakah gagasan kepala madrasah mampu merubah persepsi kualitas sekolah ini?	
		Eksplorasi	Apakah menurut bapak pembentukan suatu yang baru dapat menganalisis kondisi	Menurut bapak/ibu apakah pembentukan suatu yang baru dari kepala madrasah dapat	

			pasar?	menganalisis kondisi pasar?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Bagaimanakah bapak membentuk sesuatu yang baru untuk dapat membagi kelompok pembeli?	Bagaimanakah menurut bapak/ibu pembentukan sesuatu yang baru yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam membagi kelompok pembeli?	

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

			Dimanakah menurut bapak bila sesuatu yang baru dibentuk akan bisa menjadi pembeda produk dengan dengan produk lainnya?	Menurut bapak dan ibu bila kepala madrasah membentuk sesuatu yang baru mampukah menjadikan produk sekolah ini berbeda dengan produk lainnya?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Mampukah pembuatan sesuatu yang baru tersebut memakai prinsif efesiensi biaya?	Menurut bapak/ibu jika kepala madrasah membuat sesuatu yang baru bisa memakai prinsif efesiensi biaya?	

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

			Apakah pembuatan sesuatu yang baru yang bapak lakukan bisa mengenai focus target?	Menurut bapak/ibu pembuatan sesuatu yang baru yang di lakukan bapak kepala madrasah bisa mengenai focus target?	
			Dalam pembentukan sesuatu yang baru apakah bapak memerlukan komunikasi pemasaran?	Menurut bapak/ibu dalam pembentukan sesuatu yang baru apakah bapak memerlukan komunikasi pemasaran?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Bagaimanakah bapak membentuk sesuatu yang baru tersebut bisa membuat	Bagaimanakah menurut bapak/ibu ketika bapak kepala madrasah membentuk baru tersebut bisakah	

			persepsi kualitas?	membuat persepsi kualitas?	
		Transformasi	Menurut bapak apakah dengan mengubah gagasan menjadi tindakan bisa melihat analisis kondisi pasar?	Menurut bapak/ibu apakah kepala madrasah bisa mengubah gagasan menjadi tindakan sehingga bisa melihat analisis kondisi pasar?	
			Apakah ketika bapak mengubah gagasan menjadi tindakan dapat melihat ekspektasi pasar?	Menurut bapak/ibu jika kepala madrasah mengubah gagasan menjadi tindakan tersebut dapat melihat ekspektasi pasar?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Dimanakah letak gagasan yang berubah menjadi	Dimanakah letak gagasan yang berubah menjadi tindakan yang	

			tindakan yang dapat membuat bapak bisa membedakan produk sekolah bapak dengan produk lainnya?	dapat membuat bapak kepala madrasah bisa membedakan produk sekolah ini dengan produk lainnya?	
			Menurut bapak siapakah yang bisa memgubah gagasan menjadi tindakan sehingga dapat mencari perhatian pasar?	Menurut bapak/ibu apakah kepala madrasah bisa memgubah gagasan menjadi tindakan sehingga dapat mencari perhatian pasar?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**

			Bagaimanakah bapak bisa mengubah gagasan menjadi tindakan sehingga focus target?	Bagaimanakah bapak kepala madrasah mengubah gagasan menjadi tindakan sehingga focus target?	
			Menurut bapak apakah dalam mengubah gagasan menjadi tindakan memerlukan komunikasi pemasaran?	Menurut bapak/ibu apakah kepala madrasah dalam mengubah gagasan menjadi tindakan memerlukan komunikasi pemasaran?	

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

NO	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan Peneliti		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
			Dalam mengubah gagasan menjadi tindakan apakah bapak sudah mengembangkan persepsi kualitas sekolah?	Dalam mengubah gagasan menjadi tindakan apakah bapak kepala madrasah sudah mengembangkan persepsi kualitas sekolah?	
2.	Bagaimana langkah-langkah strategi pemasaran pendidikan?	Identifikasi pasar	Bagaimanakah bapak mengidentifikasi kondisi pasar?	Menurut bapak dan ibu bagaimanakah bapak kepala madrasah mengidentifikasi kondisi pasar?	Apakah menurut kalian sekolah ini bagus?

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
		Segmentasi pasar	Bagaimanakah cara bapak untuk membagi kelompok pembeli jasa pendidikan?	Menurut bapak/ibu Bagaimanakah cara kepala madrasah membagi kelompok pembeli jasa pendidikan?	
			Apakah yang membendakan produk sekolah bapak dengan produk yang lainnya?	Apakah yang kepala madrasah lakukan untuk membedakan produk sekolah ini dengan produk sekolah yang lainnya?	

		Differensiasi	Kapankah bapak bisa mencari perhatian pasar?	Menurut bapak/ibu biasanya kapankah bapak kepala madrasah dapat mencari perhatian pasar?	
NO	**Rumusan Masalah**		**Pertanyaan Peneliti**		
		Indikator	**Kepala Madrasah**	**Guru**	**Siswa**
			Menurut bapak siapakah focus target dalam pemasaran sekolah ini?	Menurut bapak/ibu siapakah focus target yang ditetapkan oleh kepala madrasah dalam pemasaran sekolah ini?	
			Dalam pemasaran sekolah ini	Dalam pemasaran sekolah ini	

			apakah bapak pernah melakukan komunikasi pemasaran seperti workshop, seminar dan lain-lain?	apakah bapak kepala madrasah pernah melaksanakan komunikasi pemasaran seperti workshop, seminar dan lain-lain?	
NO	**Rumusan Masalah**	**Indikator**	**Pertanyaan Peneliti**		
			Kepala Madrasah	**Guru**	**Siswa**
		Pelayanan Sekolah	Menurut bapak sejauh manakah orang tua murid memberikan persepsi kualitas terhadap sekolah ini?	Menurut bapak/ibu sejauh manakah orang tua murid memberikan persepsi kualitas terhadap sekolah ini?	Mengapa memilih sekolah disini? Apakah kalian merasa senang

					sekolah disini?

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

Lembaran Wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Bener Meriah
Judul Skripsi : Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

1. Bagaimanakah bentuk kreativitas yang digunakan oleh bapak yang selaku kepala madrasah?
2. Apakah Bapak menggabung ide bapak dengan ide kepala madrasah terdahulu untuk kemajuan sekolah?
3. Apakah bapak membentuk suatu gagasan yang baru untuk sekolah ini?
4. Bagaimanakah bapak mengubah gagasan menjadi tindakan?
5. Bagaimanakah cara mengidentifikasi pasar?
6. Bagaimanakah cara bapak membagi kelompok pembeli jasa pendidikan?
7. Menurut bapak apakah yang membedakan produk sekolah MIN 1 Bener Meriah dengan produk sekolah lainnya?
8. Bagaimana bapak mencari perhatian pasar?
9. Siapakah fokus target dalam pemasaran MIN 1 Bener Meriah?
10. Menurut bapak sejauh manakah orang tua murid memberikan persepsi kualitas terhadap MIN 1 Bener Meriah?

Lembaran Wawancara dengan Guru MIN 1 Bener Meriah
Judul Skripsi : Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

1. Bagaimanakah bentuk kreativitas yang digunakan oleh bapak yang selaku kepala madrasah?
2. Apakah bapak kepala madrasah menggabungkannya dengan ide kepala madrasah terdahulu?
3. Apakah bapak kepala madrasah membentuk suatu gagasan yang baru untuk sekolah ini?
4. Bagaimanakah bapak mengubah gagasan menjadi tindakan?
5. Bagaimanakah bapak mengidentifikasi pasar?
6. Bagaimanakah cara membagi kelompok pembeli jasa pendidikan?
7. Menurut bapak apakah yang membedakan produk sekolah MIN 1 Bener Meriah dengan produk sekolah lainnya?
8. bagaimana cara mencari perhatian pasar di MIN 1 Bener Meriah?
9. Siapakah fokus target dalam pemasaran MIN 1 Bener Meriah?
10. Bagaimanakah orang tua murid memberikan persepsi kualitas terhadap MIN 1 Bener Meriah?

Lembaran Wawancara dengan Siswa MIN 1 Bener Meriah
Judul Skripsi : Kreativitas Kepala Madrasah dalam Pemasaran Pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

1. Mengapa memilih sekolah disini?
2. Apakah masuk sekolah ini atas keinginan sendiri atau dorongan tua?
3. Apakah kalian merasa senang sekolah disini?
4. Apakah menurut kalian sekolah ini bagus?

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dokumentasi Penelitian di MIN 1 Bener Meriah

Wawancara dengan Guru MIN 1 Bener Meriah

Dokumentasi dengan Siswa MIN 1 Bener Meriah

Dokumentasi Rutinitas baris berbaris sebelum masuk kelas

Dokumentasi Kreativitas Kepala Madrasah, memberi penghargaan berbentuk piala pada setiap juara kelas

Dokumentasi Kegiatan Kreativitas Kepala Madrasah dalam bentuk transformasi pemasaran pendidikan di MIN 1 Bener Meriah

Dokumentasi Keadaan Sekolah di MIN 1 Bener Meriah dengan Kantin Sehat, Paving Blok, Pos Keamanan dan juga Pagar Utama.

جامعة الرانري
AR-RANIRY