

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM  
PENINGKATAN MINAT MASUK  
DI MTSN 1 ACEH BARAT DAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh**

**Raudhatun Habibi**

**NIM. 190206016**

**Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Prodi Manajemen Pendidikan Islam**



**PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS NEGERI UIN AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M/1444 H**

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM  
PENINGKATAN MINAT MASUK DI MTsN 1 ACEH BARAT DAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan (FTK)  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Beban Studi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

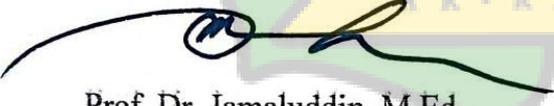
Oleh:

**RAUDHATUN HABIBI**  
**NIM. 190206016**

Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Prof. Dr. Jamaluddin, M.Ed  
NIP. 196206071991031003

  
Dra. Cut Nya Dhin, M.Pd  
NIP. 196705232014112001

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM  
PENINGKATAN MINAT MASUK DI MTSN 1 ACEH BARAT  
DAYA**

**SKRIPSI**

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

Pada Hari/Tanggal:

Senin, 26 Juni 2023

07 Zulhijjah 1444 H

**Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi**

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Dr. Jamaluddin, M.Ed.

NIP. 196206071991031003

Dra. Cut Nya Dhin, M.Pd.

NIP. 196705232014112001

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Ismail Anshari, MA.

NIP. 196312311994021002

Nurmayuli, M.Pd.

NIP.197012252007012022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh



Prof. Safrul Mufik, S.Ag., M.A., M.Ed., Ph.D

NIP.197301021997031003

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Raudhatun Habibi  
NIM : 190206016  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini, saya :

1. Mengerjakan sendiri karya ini dan mempertanggung jawab atas karya ini
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebut sumber asli atau tanpa izin pemiliknya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data

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

Banda Aceh, 15 Juni 2023

Yang menyatakan,

  
  
Raudhatun Habibi

## ABSTRAK

Nama : Raudhatun Habibi  
NIM : 190206016  
Fakultas/Prodi : Tarbiyah dan Keguruan/Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya  
Tebal Skripsi : 119 Halaman  
Pembimbing I : Prof. Dr. Jamaluddin, M.Ed  
Pembimbing II : Dra. Cut Nya Dhin, M.Pd  
Kata Kunci : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Peningkatan Minat

Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik di masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Dilihat dari keadaan tiap tahunnya, jumlah peserta didik di MTsN 1 Aceh Barat Daya terus meningkat. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengetahui; (1) program layanan madrasah dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya, (2) sumbangan pendidikan dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya, (3) penyediaan sarana prasarana dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya, Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program layanan terlaksana dengan baik dengan adanya program-program yang menarik dari bidang seni dan olahraga, layanan informasi yang terbuka serta ketersediaan layanan kesehatan bagi siswa. Sumbangan pendidikan diterima dari dana BOS. Siswa tidak mengeluarkan biaya apapun untuk memperoleh program yang ditawarkan oleh madrasah. Penyediaan sarana prasarana di MTsN 1 Aceh Barat Daya sudah mencukupi kebutuhan siswa dalam belajar, hal itu dilihat dari tiap tahun terdapat penambahan, baik untuk buku maupun alat pendukung pembelajaran lainnya.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillah* dengan nama Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, arahan dan bimbingan dari beberapa pihak selama penyusunan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih setulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Safrul Muluk, S.Ag., M.A., M.Ed., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Safriadi, S.Pd.I., M.Pd. selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam, beserta staff dan dosen yang telah memberi bimbingan selama perkuliahan.
3. Bapak Prof. Dr. Jamaluddin, M.Ed. selaku pembimbing I yang telah memberikan banyak arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dra. Cut Nya Dhin, M.Pd. selaku pembimbing II yang turut serta memberikan arahan, bimbingan dan masukan selama penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik.
5. Kedua orang tua, almarhum ayahnda tercinta Sudirman dan ibunda tercinta Cut Hikmah yang selalu memberikan kasih sayang, doa,

nasihat selama ini, adik tersayang Cut Sadiyah serta keluarga besar NekduTeam yang selalu memberikan dukungan setiap langkah penulis selama menjalani masa perkuliahan.

6. Bapak Erdiwar, S.Ag., M.Pd. selaku kepala MTsN 1 Aceh Barat daya, Waka Kurikulum, Waka Sarana Prasana, Bendahara, guru dan staf MTsN 1 Aceh Barat Daya yang telah membantu dalam penelitian, memberikan data dan informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat tercinta Upa, Rita, Liza, grub Meuburai tercinta Dian, Ria, Rozah, Eka, Ela, Nadia, Tara yang telah menemani dari semasa SMA, serta orang-orang terdekat yang telah menyemangati dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyaddari bahwa dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi tulisan, isi maupun dari susunannya. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak dalam melengkapi kekurangan yang ada. Semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak. *Aamiin ya Rabbal'alamin.*

Banda Aceh, 22 Mei 2023  
Penulis,

Raudhatun Habibi

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Penelitian Terdahulu .....	6
F. Definisi Operasional .....	12
G. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>15</b>
A. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan .....	15
1. Pengertian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan .....	15
2. Strategi Pemasaran Jasa .....	18
3. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan .....	22
B. Program Layanan Pendidikan .....	26
1. Pengertian layanan pendidikan .....	26
2. Produk jasa pendidikan .....	27
3. Bentuk layanan jasa pendidikan .....	29
C. Biaya Pendidikan dan Penyediaan Sarana Prasarana Pendidikan .....	33
1. Biaya Pendidikan .....	33
2. Sarana Prasarana pendidikan .....	38
D. Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Siswa .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>57</b>
A. Jenis Penelitian .....	57
B. Lokasi Penelitian .....	58
C. Subjek Penelitian .....	58
D. Kehadiran Peneliti .....	59
E. Teknik Pengumpulan Data .....	59

F. Instrument Pengumpulan Data .....	60
G. Analisis Data .....	61
H. Uji Keabsahan Data .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	63
1. Profil sekolah .....	65
2. Visi, Misi dan Tujuan MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	66
3. Sarana dan Prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	69
4. Keadaan Siswa dan Kelas .....	72
5. Keadaan Guru dan Pegawai .....	73
B. Hasil Penelitian .....	74
1. Program layanan madrasah dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	74
2. Sumbangan Pendidikan dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	82
3. Penyediaan sarana prasarana dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	88
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	106
1. Program layanan madrasah dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	106
2. Sumbangan Pendidikan dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	108
3. Penyediaan sarana prasarana dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya .....	109

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>113</b>
A. Kesimpulan .....	113
B. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era digitalisasi paradigma dunia pendidikan telah mengalami pergeseran secara signifikan yakni banyak orang melihat pendidikan lebih pada sebuah *corporate*. artinya, lembaga pendidikan dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan mutunya tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak laku.

Adapun salah satu strategi tersebut diadopsi dari kajian bisnis yaitu istilah marketing terfokus pada sisi kepuasan konsumen dengan memakai dasar pemikiran yang logis; jika konsumennya tidak puas, berarti marketingnya gagal. Artinya, jika lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan pengguna pendidikan sesuai dengan kebutuhan pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan eksis dan bisa mengakibatkan lembaga pendidikan karena tidak mampu menjangkau siswa baru dalam jumlah yang cukup, dan setiap tahun kecenderungannya mengalami penurunan jumlah siswa.<sup>1</sup>

Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik di masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh

---

<sup>1</sup> Abdillah Munder, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah", *Malia*, Vol. 7, No. 1, Februari 2016

madrasah untuk memberikan kepuasan kepada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing.<sup>2</sup>

Sekolah/madrasah merupakan lembaga pendidikan organisasi yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia pendidikan antara satu lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan lain semakin ketat. Maka dibutuhkan suatu keterampilan dalam mengelola pemasaran jasa pendidikan yang profesional dengan bertujuan untuk mampu mempertahankan dan memenuhi kepentingan konsumen serta mampu meningkatkan tujuan dari lembaga pendidikan tersebut. Oleh sebab itu, pemasaran dibutuhkan lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Artinya lembaga pendidikan memiliki citra yang baik dimata masyarakat, yang kemungkinan besar akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan karena dianggap sebagai sekolah yang berkualitas.<sup>3</sup>

Munculnya sekolah-sekolah unggulan dengan kurikulum bertaraf internasional, serta lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan keunggulan fasilitas bahkan dengan biaya yang terjangkau dapat menambah maraknya kompetisi pendidikan yang dulu dianggap “tabu” karena berbau bisnis dan cenderung berorientasi pada laba (*profit oriented*), sekarang ini sudah dilakukan secara terbuka dan terang-terangan.

---

<sup>2</sup> Muhaimin, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 2011, hlm. 98

<sup>3</sup> Andreas, “Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19”, *Prosiding Webinar Nasional IAHN-TP Palangka Raya*, No.6, tahun 2021

Pemasar pendidikan perlu belajar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat menjadi sinyal positif dalam peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Sekolah perlu mendapatkan masukan lebih matang (calon siswa potensial) untuk mendukung proses pembelajaran dan meningkatkan daya saing sekolah. Jadi, dibutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah, serta meningkatkan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah. Program pemasaran jasa pendidikan dapat mempengaruhi setiap aspek sekolah. Salah satu manfaat dari program pemasaran jasa pendidikan adalah terciptanya lingkungan pembelajaran yang baik bagi seluruh siswa.<sup>4</sup>

Pemasaran dalam bidang pendidikan menghasilkan kepuasan peserta didik serta kesejahteraan *stakeholder* lembaga pendidikan dalam jangka panjang. Secara umum strategi pemasaran pendidikan jasa pendidikan diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan secara keseluruhan, tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, tapi juga pemasaran internal untuk memotivasi tenaga pendidik dan kependidikan dan pemasaran interaktif untuk menciptakan keahlian.

Penekanan pada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, jika lembaga tersebut menginginkan untuk mampu bersaing. Fungsi pemasaran lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat calon siswa.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2016, hlm. 15

<sup>5</sup> Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia), 2017, hlm. 252

Pemasaran merupakan kunci penting dalam setiap perusahaan, baik itu perusahaan yang menjual jasa atau barang. Tapi yang perlu disadari bahwa sebenarnya inti dari pemasaran itu adalah pemberian pelayanan terbaik untuk pelanggan (*the best service*). Sedangkan konsep pemasaran sendiri dalam dunia pendidikan yang sebenarnya menjual jasa adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.<sup>6</sup>

Jika ditinjau dari keadaan sebelumnya, MTsN 1 Aceh Barat Daya mengalami pertumbuhan yang sangat baik. Adapun jumlah peserta didik tahun ajaran 2021/2022 berjumlah 530 orang dan mengalami peningkatan peserta didik 548 orang pada tahun ajaran 2022/2023.<sup>7</sup> Namun berdasarkan hasil observasi awal, penulis menemukan adanya program layanan di madrasah yang belum berjalan secara optimal, dimana terdapat beberapa program-program kegiatan yang tidak berjalan dengan efektif. Sumbangan biaya pendidikan yang kurang mencukupi dikarenakan pendanaan hanya bersumber dari satu sumber dana saja. Sarana dan prasarana yang tersedia belum memenuhi standar untuk kebutuhan madrasah, sumber daya manusia (tenaga pendidik) belum profesional dan proses pembelajaran tidak tertera sistematis dalam promosi madrasah.

Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik dan penting melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya**”.

---

<sup>6</sup> Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Al-Quran...*, hlm. 250

<sup>7</sup> Observasi dan wawancara waka humas MTsN 1 Aceh Barat Daya, 6 Januari 2023

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui program layanan madrasah?
2. Bagaimana pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui sumbangan biaya pendidikan?
3. Bagaimana pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui ketersediaan sarana prasarana?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui program layanan madrasah.
2. Untuk mengetahui pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui sumbangan biaya pendidikan.
3. Untuk mengetahui pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui ketersediaan sarana prasarana.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

- a. Memperluas pengetahuan dalam kegiatan promosi madrasah pada kepala madrasah dan guru sehingga dapat menarik minat calon siswa baru di MTsN 1 Aceh Barat Daya.
  - b. Sebagai wadah keilmuan untuk pertimbangan dan pengembangan penelitian mendatang.
2. Secara Praktis
    - a. Bagi madrasah, sebagai bahan evaluasi strategi pemasaran jasa pendidikan pada madrasah ataupun guru.
    - b. Bagi pembaca, menjadi dasar untuk lebih memahami strategi dalam pemasaran jasa pendidikan.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, penulis memaparkan enam penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya.

Rani Putri Prihatin dan Iqbal Faza Ahmad dalam jurnalnya yang berjudul *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTsN 5 Sleman*, mengemukakan bahwasanya penerapan strategi jasa pendidikan bagi lembaga pendidikan sangat penting, karena dengan strategi pemasaran jasa pendidikan yang diimplementasikan secara maksimal akan menjadikan lembaga tersebut lebih diminati di dalam pasar pendidikan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan dengan mereduksi data, menyajikan data dan menarik

kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa MTs Negeri 5 Sleman Yogyakarta menjalankan strategi pemasaran jasa pendidikan jenis marketing mix atau bauran pemasaran dalam upaya untuk meningkatkan minat siswa baru, hal ini ditunjukkan dengan komponen strategi pemasaran yang dijalankan yaitu: produk (*product*), harga (*price*), lokasi/tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), bukti fisik (*proof*), proses (*process*).<sup>8</sup>

Imam Faizin dalam jurnalnya yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan studi literatur (kepuustakaan). Mengemukakan bahwa pemasaran dapat dilihat dari adanya upaya kreatif dan inovatif dari penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan. 7 strategi bauran pemasaran yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *person* (orang), *physical evidence* (sarana fisik) dan *process* (proses) yang merupakan bagian dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variable-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pemimpin organisasi, untuk mencapai tujuan organisasi dalam bidang pemasaran.<sup>9</sup>

Syahrial Labaso dalam jurnalnya yang berjudul Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta,

---

<sup>8</sup> Rani Putri Prihatin dan Iqbal Faza Muhammad, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTsN 5 Sleman”, *Evaluasi*, Vol.4, No.2, 2020

<sup>9</sup> Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, *Jurnal Madaniyah*, Vol.7, No. 2, 2017

mengemukakan pemasaran jasa pendidikan menggunakan teori marketing mix, sebagai alat pemasarannya yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, strategi bukti fisik, dan strategi proses. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis-deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian yang dilakukan di MAN 1 Yogyakarta, diketahui bahwa MAN 1 Yogyakarta dapat menjadi model penerapan teori marketing mix sebagai strategi pemasaran pada lembaga pendidikan islam, walaupun pada sisi lainnya terdapat bagian-again yang perlu untuk dikembangkan lagi, seperti ketersediaan sarana pengembangan diri bagi peserta didik di MAN 1 Yogyakarta.<sup>10</sup>

Sarifudin dan Rehendra Maya dalam penelitiannya yang berjudul Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor, mengemukakan bahwa pengelolaan pemasaran jasa pendidikan akan baik jika dilakukan dengan benar dan profesional. Tujuan dari manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk mempermudah lembaga dalam memasarkan jasa pendidikannya kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini yaitu agar dapat mengetahui bagaimana implementasi strategi bauran dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor. Penelitian ilmiah ini menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data dari kegiatan

---

<sup>10</sup> Syahrial Labaso, "Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta", *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3, No.2, 2018

observasi lapangan, wawancara terhadap sumber yang relevan, dan pengambilan dokumentasi dari tempat penelitian. Pelaksanaan bauran pemasaran jasa pendidikan di MAT Darul Fallah Bogor antara lain: (1) Strategi produk; (2) Strategi Price; (3) Strategi Place (lokasi); (4) Strategi Promotion; (5) Strategi People; (6) Strategi Physical Evidence; dan (7) Strategi Process. Selain itu penelitian ini juga membahas tentang perkembangan pemasaran jasa pendidikan di MAT Darul Fallah Bogor dari tahun ke tahun dan berbagai macam produk jasa pendidikan yang ditawarkan agar konsumen lebih tertarik untuk melihat secara langsung keunggulan dari sekolah ini. Tujuan dari manajemen pemasaran jasa pendidikan untuk mempermudah lembaga dalam memasarkan jasa pendidikannya kepada masyarakat.<sup>11</sup>

Andreas dalam penelitiannya yang berjudul Penerapan Strategi Promosi dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Masa Pandemi Covid-19, mengemukakan kondisi masa pandemic pemasaran suatu sekolah bahkan pembelajaran mengalami perubahan. Perubahan yang ada tetap disesuaikan dengan tujuan dari sekolah sendiri sehingga dalam kondisi pandemi pemasaran tetap berjalan begitu juga dengan sekolah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi promosi dalam pemasaran jasa pendidikan di masa pandemi covid-19. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, studi dokumentasi dan wawancara secara mendalam. Penerapan strategi promosi dalam pemasaran pendidikan di SMP Anak Terang Salatiga di masa pandemic Covid-19 telah

---

<sup>11</sup> Sarifudin dan Rehendra Maya, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor", *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No.2, 2019.

dilakukan dengan baik berdasarkan rencana terjadwal. Pelaksanaan kegiatan promosi sekolah di SMP Anak Terang Salatiga dilakukan dengan bantuan digital marketing seperti Facebook, Instagram, Youtube dan WhatsApp. Selain digital marketing sekolah ini menggunakan pendekatan secara khusus dan melalui cerita dari mulut ke mulut (*word of mouth*).<sup>12</sup>

Budi Handayani dan Bamabang Ismanto dalam penelitiannya yang berjudul *Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Nonformal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat*, mengemukakan penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi ketercapaian tujuan pemasaran jasa pendidikan nonformal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Kota Salatiga. Penelitian ini menggunakan model evaluasi berorientasi pada tujuan (*goal oriented evaluation model*) yang dikembangkan oleh Ralph Winfred Tyler. Data dikumpulkan dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sebagai sumber data adalah pengelola, penanggung jawab program, dan wali murid. Analisis data menggunakan analisis kualitatif. Hasil evaluasi pelaksanaan manajemen jasa pendidikan nonformal di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Kota Salatiga sudah dilakukan dengan menerapkan seluruh bauran 7P. rata-rata memiliki keunggulan di *product* (program layanannya), *price* (SPP yang bervariasi), *promotion* (promosi dengan berbagai metode), *people* (sumber daya manusia berupa pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas). Lingkungan fisik *physical evidence* sudah cukup kondusif untuk kegiatan penyelenggaraan program. Untuk unsur *proses* pembelajaran belum memaksimalkan jaringan internet wifi untuk

---

<sup>12</sup> Andreas, "Penerapan Strategi Promosi dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Masa Pandemi Covid-19", *Prosiding Webinar Nasional IAHN-TP*, No.6, 2021.

pembelajaran (daring) yang terintegrasi dengan pusat-pusat literasi. *Place*, tempat kegiatan pembelajaran masih ada yang belum memiliki gedung sendiri dan masih pinjaman dirumah penduduk dan unsur membangun kemitraan *partnership building* belum dilakukan secara maksimal dibuktikan dengan adanya satuan pendidikan non formal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat yang belum memiliki *Memo of Understanding* (MoU) dengan mitra untuk membuat jejaring usaha.<sup>13</sup>

Berdasarkan dari keseluruhan hasil penelitian di atas, penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian tersebut. Dimana peneliti berfokus pada program layanan, sumbangan biaya pendidikan, sarana dan prasarana, sumber daya manusia, serta proses pembelajaran di MTsN 1 Aceh Barat Daya.

## **F. Definisi Operasional**

### **1. Strategi**

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagai mana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat dari pada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.<sup>14</sup>

### **2. Pemasaran Jasa**

---

<sup>13</sup> Budi Handayani dan Bambang Ismanto, "Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Nonformal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat", *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)*, Vol.4, No. 2, 2020

<sup>14</sup> Hitt Michael, dkk., *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga), 1997, hlm. 137

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Proses pemasaran sangat dipengaruhi oleh berbagai factor, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial.<sup>15</sup>

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak yang lainnya yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

### 3. Minat Belajar

Minat adalah suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungan. Minat adalah kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap. Untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus-menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh suatu kepuasan dalam mencapai tujuan.<sup>16</sup>

Menurut Clifford T. Morgan dalam Sutiah, belajar adalah perubahan tingkah laku yang relatif tetap yang merupakan hasil pengalaman yang lalu. Belajar dipahami merupakan perubahan tingkah laku yang didasarkan pada pengalaman yang telah dialami. Berdasarkan

---

<sup>15</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management*, (Jakarta: Kencana), 2018, hlm. 277-278

<sup>16</sup> Afiatin Nisa, "Pengaruh Perhatian Orang Tua dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial", *Faktor Jurnal Ilmiah Pendidikan*, Vol. 2, No. 1, 2015

pengalaman-pengalaman yang telah dilalui akan memberikan pengalaman bagaimana menghadapi suatu persoalan.<sup>17</sup>

### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penulisan skripsi penulis menyusun dalam format per bab, setiap bab terdapat sub-sub bab yang saling berhubungan yang tersusun secara logis dan sistematis. Sistematika penulisan bab-bab sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian penelitian terdahulu yang relevan, definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori, menjelaskan tentang pengertian strategi pemasaran jasa pendidikan, program layanan pendidikan, biaya pendidikan dan penyediaan sarana prasarana pendidikan, serta menjelaskan mengenai pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk.

Bab III Metode Penelitian, menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, kehadiran peneliti, teknik pengumpulan data, instrument pengumpulan data, analisis data dan uji keabsahan data.

Bab IV Hasil Penelitian, menjelaskan gambaran umum lokasi penelitian serta menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, berisikan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

---

<sup>17</sup> Sutiah, *Teori Belajar dan Pembelajaran*, (Sidoarjo: Nizamia Learning Center), 2016, hlm.4



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

##### 1. Pengertian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagai mana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat dari pada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.<sup>18</sup>

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>19</sup>

Pemasaran dapat dibedakan antara definisi pemasaran secara sosial dan secara manajerial. Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan oleh pemasaran di masyarakat. Seorang pemasar mengatakan bahwa peran pemasaran adalah “menghasilkan standar hidup yang lebih tinggi.” Berikut ini adalah definisi sosial yang sesuai dengan tujuan kita. Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan

---

<sup>18</sup> Hitt Michael, dkk., *Manajemen Strategis...*, hlm. 137

<sup>19</sup> David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Selemba Empat), 2004, hlm. 14

apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Untuk definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk”. Jadi, tujuan pemasaran jasa pendidikan adalah mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan dengan baik sehingga produk pendidikan atau jasa pendidikan itu cocok dengan pelanggan jasa pendidikan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran jasa pendidikan harus menghasilkan pelanggan jasa pendidikan yang siap membeli. Maka, diperlukan adalah menyediakan produk pendidikan atau jasa pendidikan.<sup>20</sup>

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Proses pemasaran sangat dipengaruhi oleh berbagai factor, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat dari berbagai pengaruh tersebut masing-masing individu atau kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (*commodity value*). Dengan demikian, pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan

---

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten), 2005, hlm. 10

menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.<sup>21</sup>

Kotler mengartikan jasa sebagai “*a service is any act or performance the one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*”. Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak yang lainnya yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Dengan demikian, karakteristik jasa dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud (*intangible*), sehingga konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, maka konsumen mencari informasi tentang jasa tersebut.
- b. Tidak terpisahkan (*inseparability*), di mana jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan jasa.
- c. Bervariasi (*variability*), di mana jasa sering kali berubah-ubah tergantung siapa, kapan, dan dimana menyajikannya,
- d. Mudah musnah (*perishability*), jasa tidak dapat dijual pada masa yang akan datang.
- e. Jasa tidak dapat disimpan dan dikonsumsi pada saat dihasilkan.

---

<sup>21</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management...*, hlm. 277-278

- f. Konsumen merupakan bagian integral dari proses produksi jasa.
- g. Setiap orang ataupun yang berhubungan dengan konsumen mempunyai andil dalam memberikan peranan.
- h. Karyawan penghubung merupakan bagian dari proses produksi jasa.
- i. Kualitas jasa tidak dapat diperbaiki saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara *real time*.<sup>22</sup>

Pendidikan adalah upaya sadar untuk menyiapkan peningkatan kehidupan peserta didik yang mandiri dan berbudaya harmonis, yaitu memiliki moral dan akhlak mulia, profesi yang dilandasi ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni tepat guna, dan memiliki kreativitas terpuji yang menyejukkan dan membawa kedamaian yang bernilai indah, sehingga kehidupannya lebih baik. Pendidikan dalam artian tersebut menjadi tanggung jawab bersama, antara keluarga, masyarakat dan pemerintah melalui sekolah, baik yang dikelola oleh pemerintah sendiri maupun oleh masyarakat.

Berdasarkan pengertian diatas, strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan sejumlah tindakan yang terkoordinasi dalam menawarkan jasa pendidikan untuk mencapai tujuan pendidikan yang lebih baik melalui produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan pendidikan.

## **2. Strategi Pemasaran Jasa**

Menurut Bittel, strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>23</sup> Sedangkan dalam KBBI, diartikan

---

<sup>22</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management...*, hlm. 282

sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>24</sup> Strategi dipandang sebagai sebuah program yang meliputi tujuan yang ingin dicapai, disertai dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha merespon lingkungannya. Para ahli mengemukakan pengertian secara berbeda-beda dalam penyajian dan penekanannya, namun semuanya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lain. Berikut beberapa definisi mengenai pemasaran yang dimaksud.

- a. Menurut *The American Marketing Association* menyebutkan:
 

”Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals”.<sup>25</sup> Definisi tersebut mengandung arti bahwa pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.
- b. Sedangkan menurut *Chartered Institute of Marketing*, menyebutkan bahwa pemasaran adalah: “Management process of anticipating, identifying and satisfying customer requirements profitably”.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfabeta), 2011, hlm. 199

<sup>24</sup> Tim Redaksi KBBI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. (Jakarta: Balai Pustaka), 2005, hlm. 1092

<sup>25</sup> Graham J Hooley, Nigel F. Piercy, Brigitte Nicoulaud. *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. (London: Prentice Hall), 2008, hlm. 7.

<sup>26</sup> Colin Gilligan dan Richard M.S. Wilson. *Strategic Marketing Planning*. (London: Elsevier), 2009, hlm. 1

Menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi dan memuaskan keinginan atau kebutuhan pembeli demi meraih laba.

- c. Stanton dalam Swastha dan Irawan, mendefinisikan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>27</sup>
- d. Kotler dan Keller mengartikan: “*Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*”.<sup>28</sup> Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa bernilai dengan pihak lain.

Adapun relevansinya dengan pemasaran adalah strategi didefinisikan sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.<sup>29</sup> Oleh karenanya, strategi

---

<sup>27</sup> Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty), 2008, hlm. 5

<sup>28</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. (New Jersey: Prentice Hall), 2012, hlm. 5

<sup>29</sup> I Nyoman Sudiarta. “*Strategi Pemasaran: Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas*

pemasaran merupakan suatu rencana yang diformulasikan secara sistematis mengenai kegiatan pemasaran untuk dijadikan sebagai pedoman dalam kaitannya dengan implementasi variabel-variabel pemasaran seperti identifikasi pasar, segmentasi pasar, pemosisian terhadap pasar dan elemen bauran pemasaran.

Tujuan utama dari strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal untuk dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Dalam hal ini dapat dibedakan secara jelas fungsi manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing. Jadi, perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

Menurut Agus Rahayu, strategi memiliki dua model, yaitu: a) Model-based, menyatakan bahwa kondisi dan karakteristik lingkungan eksternal merupakan input utama dan penentu strategi untuk mencapai tujuan organisasi. Artinya, pencapaian tujuan organisasi lebih banyak ditentukan oleh karakteristik lingkungan eksternal daripada lingkungan internal atau sumberdaya internal organisasi. b) Resource-based, menyatakan bahwa lingkungan internal atau sumber daya internal merupakan input utama dan penentu strategi mencapai tujuan organisasi.

Pada dasarnya, kedua model tersebut bertujuan untuk menciptakan tingkat kinerja yang tinggi, kedua model di atas juga menunjukkan bahwa

persaingan yang berhasil mensyaratkan organisasi untuk memahami kondisi eksternal dan internal. Dalam kerangka manajemen strategik, kedua model tersebut merupakan model yang terintegrasi, tidak terpisah antara yang satu dengan yang lain.

Menurut Mintzberg, konsep strategi itu sekurang-kurangnya mencakup lima arti yang saling terkait, dimana strategi adalah suatu:

- a. Perencanaan memperjelas arah yang ditempuh organisasi secara rasional dalam mewujudkan tujuan-tujuan jangka panjangnya.
- b. Acuan yang berkenaan dengan penilaian konsistensi ataupun inkonsistensi perilaku serta tindakan yang dilakukan oleh organisasi.
- c. Sudut diposisikan oleh organisasi saat memunculkan aktivitasnya.
- d. Suatu perspektif yang menyangkut visi yang terintegrasi antara organisasi dengan lingkungannya untuk batas bagi aktivitasnya.
- e. Rincian langkah taktis organisasi yang berisi informasi untuk mengelabui para pesaing.<sup>30</sup>

### **3. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan**

Konsep bauran pemasaran pertama kali diutarakan oleh McCarthy yang mengemukakan empat unsur utama bauran pemasaran yang dikenal dengan istilah “4P”, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), serta *promotion* (promosi). Namun demikian, pendekatan bauran pemasaran 4P tradisional hanya dapat diterapkan untuk pemasaran produk. Bagi sektor jasa, 4P terlalu terbatas untuk menyediakan kerangka

---

<sup>30</sup> Abdillah Mundir, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”, *Malia*, vol.7, No. 1, 2016, hlm. 29-30

pemikiran pemasaran dan perencanaan strategis pemasaran jasa. Oleh sebab itu, James dan Philips menyarankan 3 tambahan dalam pemasaran jasa, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses).

Hampir sama dengan James dan Phillips, Kotler dan Fox juga menyatakan bahwa pemasar pendidikan akan menawarkan jasa pendidikan dengan bauran pemasaran yang terdiri atas tujuh alat pemasaran jasa pendidikan, yang dikenal dengan istilah 7P, yaitu *program* (program), *price* (harga), *place* (tempat yang meliputi lokasi dan sistem penyampaian jasa), *promotion* (promosi), *process* (proses), *physical facilities* (fasilitas fisik), serta *people* (orang).<sup>31</sup>

Menurut Imam Machali dan Ara Hidayat, mengatakan bahwa dalam konteks implementasi pemasaran jasa pendidikan ini strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) memiliki beberapa unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga bisa memenangkan persaingan antar lembaga pendidikan dan memuaskan konsumen. Unsur-unsur utama yang terdapat dalam bauran pemasaran ini dikenal dengan istilah 7P, yaitu: *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), *promotion* (promosi), *people* (sumber daya manusia), *physical evidence* (bukti fisik/sarana), dan *process* (proses/layanan yang diberikan).

a. *Product* (Produk)

---

<sup>31</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm.60

Produk jasa pendidikan merupakan segala sesuatu yang ditawarkan atau diberikan oleh sekolah/madrasah kepada para konsumennya, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya tersebut. Adapun bentuk produk/jasa utama yang bisa ditawarkan dan diberikan oleh madrasah kepada konsumennya adalah produk jasa dibidang akademik (kurikulum). Disamping itu, madrasah juga harus bisa membuat produk jasa layanan pendidikan lebih bervariasi, seperti kegiatan olahraga, kesenian, keagamaan dan bentuk kegiatan lainnya yang bisa menambah kualitas madrasah, sehingga bisa menjadi daya tarik bagi konsumennya.<sup>32</sup>

b. *Price* (Harga)

Harga atau tarif jasa pendidikan yaitu sejumlah uang yang harus dibayar oleh para peminta jasa pendidikan, atau dengan kata lain tariff atas tawaran yang dibeli oleh pasar sasaran. Misalnya uang registrasi pada setiap awal semester, uang SPP, biaya praktikum, sumbangan pembangunan dan biaya lain yang terkait dengan layanan jasa yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada konsumen.<sup>33</sup>

c. *Place* (Lokasi)

Letak lokasi madrasah sedikit banyak menjadi pertimbangan bagi calon konsumen dalam menetapkan pilihannya. Tentu saja, lokasi madrasah yang strategis, tenang, aman serta aksesnya yang mudah

---

<sup>32</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: K-Media), 2021, hlm.46

<sup>33</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 47

untuk dijangkau, menjadi salah satu faktor daya tarik tersendiri untuk dipilih oleh calon konsumen madrasah.<sup>34</sup>

d. *Promotion* (Promosi)

Promosi jasa madrasah adalah suatu proses penyebaran informasi, mempengaruhi atau membujuk, mengingatkan konsumen terhadap produk/jasa madrasah agar konsumen bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap produk/jasa yang ditawarkan oleh madrasah. Promosi merupakan salah satu faktor keberhasilan program pemasaran jasa madrasah. Karena sebaik apapun program madrasah, tetapi konsumen belum pernah mengenalnya atau belum yakin bahwa produk/jasa madrasah tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka pun akan ragu untuk bergabung dengan madrasah tersebut.<sup>35</sup>

e. *People* (Sumber Daya Manusia)

*People* yang dimaksud dalam studi kasus ini adalah segenap sumber daya manusia/orang yang berperan secara aktif dalam mempengaruhi keinginan para konsumen madrasah. Secara sederhana *people* adalah semua orang yang ikut berpartisipasi dalam proses penyampaian jasa madrasah, misalnya kepala madrasah, guru dan tata usaha.<sup>36</sup>

f. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik yaitu semua sarana dan prasarana yang dimiliki oleh madrasah yang berfungsi sebagai tempat diprosesnya semua jasa madrasah. Dalam teori bauran pemasaran, bukti fisik dibagi menjadi

---

<sup>34</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 48

<sup>35</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 49

<sup>36</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 50

dua jenis, yaitu: *pertama*, model gedung dan denah lokasi gedung, misalnya ruang belajar, gedung sekolah, perpustakaan, laboratorium, lapangan olahraga, dan sebagainya. *Kedua*, bukti pendukung yaitu nilai tambah yang berdiri sendiri tidak akan berperan apa-apa, seperti rapor, catatan siswa dan lain-lain.<sup>37</sup>

g. *Process* (Proses)

Secara sederhana, definisi proses adalah tata cara dalam sebuah rangkaian aktivitas yang tujuannya untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada konsumen. Dalam konteks pendidikan, proses adalah semua aktivitas pembelajaran di sekolah/madrasah guna tercapainya jasa dan tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, sangat perlu kiranya untuk selalu diperhatikan dan ditingkatkan proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari madrasah kepada konsumen, yaitu kegiatan belajar mengajar dari guru kepada siswa.<sup>38</sup>

## **B. Program Layanan Pendidikan**

### **1. Pengertian Layanan Pendidikan**

Secara sederhana layanan pendidikan bisa diartikan dengan jasa pendidikan. Kata jasa (*service*) itu sendiri memiliki arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai pada jasa suatu produk.<sup>39</sup>

Kotler mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

<sup>37</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 51

<sup>38</sup> Amruddin, dkk. *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm. 52

<sup>39</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat), 2006, hlm. 5

mengakibatkan kepemilikan apapun, produksi jasa mungkin berkaitan dengan fisik atau sebaliknya.<sup>40</sup>

Stanton mengungkapkan bahwa jasa didefinisikan sebagai kegiatan tidak berwujud yang merupakan objek utama dari transaksi yang dirancang untuk menyediakan keinginan atau kepuasan kepada pelanggan. Sedangkan Zaithmal dan Binner berpendapat bahwa jasa 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 (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.<sup>41</sup>

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik dimana proses yang terjadi merupakan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat yang tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.

## **2. Produk Jasa Pendidikan**

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>42</sup> Dalam jasa pendidikan, produk

<sup>40</sup> M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia), 2004, hlm.6

<sup>41</sup> Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (t.p.: tnp.) t.t., hlm .334

<sup>42</sup> Kotler, *Marketing Manajemen*, (Prentice Hall: Upper Saddle River), hlm.54

yang ditawarkan kepada siswa adalah reputasi, prospek dan variasi pilihan. Sekolah yang baik menawarkan reputasi/mutu pendidikan yang tinggi, prospek bagi siswa setelah lulus, dan pilihan konsentrasi berbagai program yang bervariasi sehingga calon siswa dapat memilih bidang yang sesuai dengan bakat dan minat mereka.<sup>43</sup>

Produk secara umum merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Produk yang ditawarkan tersebut meliputi barang fisik, jasa, organisasi, dan ide. Produk dari sekolah adalah jasa kependidikan yang dapat dirincikan sebagai berikut:<sup>44</sup>

- a. Jasa kurikuler, meliputi; kurikulum, silabus umum (GBPP), rancangan bahan pembelajaran, penyajian bahan pembelajaran dan evaluasi.
- b. Jasa penelitian, berupa penelitian dan hasilnya atau pengembangan kemampuan guru dalam meneliti dan membaca hasil penelitian.
- c. Jasa ekstrakurikuler, meliputi berbagai kegiatan pelayanan di luar jasa kurikuler, seperti kegiatan kesenian, olahraga, prakarya dan lain-lain.
- d. Jasa pengembangan hidup masyarakat, meliputi layanan untuk mengembangkan kemampuan para peserta didik untuk hidup bermasyarakat seperti mengobservasi kehidupan petani, pengusaha/perusahaan industri, mengunjungi rumah sakit,

---

<sup>43</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media), 2012, hlm. 390

<sup>44</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta), 2009, hlm. 227-228

mengunjungi rumah-rumah ibadah, panti asuhan dan memberi bantuan dan lain-lain.

- e. Jasa administrasi/ketatausahaan, berupa layanan berbagai surat keterangan, surat pengantar bagi peserta didik, laporan hasil belajar.
- f. Jasa layanan khusus, berupa layanan bimbingan konseling, layanan perpustakaan, layanan usaha kesehatan sekolah, layanan kantin dan layanan transportasi atau bus.

Produk jasa pendidikan hanya dapat dikonsumsi oleh konsumen, pada saat proses produksi berlangsung, sementara produk barang dan jasa lain selain pendidikan, yang terlibat secara fisik biasanya diproduksi di pabrik atau di tempat-tempat tertentu, kemudian didistribusikan oleh distributor ke toko dan baru bisa dikonsumsi oleh konsumen. Pada bidang jasa pendidikan (orang) langsung berperan dalam proses produksi jasa tersebut.

### **3. Bentuk layanan jasa pendidikan**

Layanan yang ditawarkan lembaga dapat ditingkatkan melalui unsur kualitas jasa. Lembaga pendidikan merupakan organisasi yang memberikan pelayanan kepada stakeholder internal dan eksternal. Stakeholder internal terdiri dari semua lembaga di dalam sekolah (seperti yayasan, program studi dan unit kegiatan siswa) dan para aktor yang ada di dalamnya (seperti siswa, guru, tata usaha dan staf lainnya). Stakeholder eksternal terdiri dari alumni, orangtua siswa, pemerintah dan masyarakat umum.

Sekolah pada dasarnya adalah untuk anak usia sekolah, sedangkan orangtua dan masyarakat sebagai penilai atau pemantau saja. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan penilaian atau pemantauan bisa dilakukan oleh siswa sendiri, karena mereka yang telah merasakan pendidikan secara langsung dan segala bentuk program studi yang dijalani sekolah.

Demi kepentingan pendidikan hendaknya sekolah mendesain segala hal yang berhubungan dengan kebutuhan siswa di sekolah sesuai dengan perkembangan zaman. Sekolah harus dapat menyediakan program layanan siswa yang mudah dicapai dan lengkap. Bentuk layanan yang ada dalam lembaga pendidikan ada dua, diantaranya:<sup>45</sup>

a. Layanan pokok

Dalam memenuhi kebutuhan siswa yang berhubungan dengan pelayanan siswa di sekolah, dalam menjalankan tugasnya kepala sekolah dibantu oleh para personil professional sekolah yang dipekerjakan dalam sistem sekolah diantaranya adalah:

- 1) Personil pelayanan pengajaran, terdiri dari orang-orang yang tanggung jawab pokoknya ialah mengajar, baik sebagai guru kelas, guru kegiatan ekstrakurikuler, tutor dan lain-lain.
- 2) Personil layanan administrasi, meliputi mereka yang mengarahkan, memimpin dan mengawasi personil lain dalam operasi sekolah serta bagian-bagiannya.

---

<sup>45</sup> Oteng Sutiso, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Angkas), 1985, hlm. 65

- 3) Personil pelayanan fasilitas sekolah, meliputi tenaga-tenaga di perpustakaan, pusat-pusat sumber belajar dan laboratorium bahasa; ahli-ahli teknik dan tenaga yang terlibat dalam fungsi mengajar atau fungsi melayani siswa.
- 4) Personil pelayanan murid atau siswa, meliputi pada spesialis yang tanggung jawabnya meliputi bimbingan dan penyuluhan, pemeriksaan psikologis dan kesehatan, nasehat medis dan pengobatan, testing dan penelitian, penempatan kerja dan tindak lanjut, serta koordinasi kegiatan murid.

b. Layanan bantu

Perubahan dinamika masyarakat yang cepat seperti yang kita alami saat ini, sekolah merupakan pemegang peranan penting, dengan memberikan banyak pelayanan yang diharapkan dari sekolah, antara lain adalah:

1) Pelayanan perpustakaan

Perpustakaan merupakan salah satu sarana pembelajaran yang dapat menjadi sebuah kekuatan untuk mencerdaskan bangsa. Perpustakaan mempunyai peran penting sebagai jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan. Perpustakaan memberi kontribusi penting bagi terbukanya informasi tentang ilmu pengetahuan.

2) Pelayanan gedung dan halaman sekolah

Dengan memelihara gedung sekolah secara sistematis dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi operasi sekolah. Hal ini

dapat ditunjukkan dengan peningkatan pemeliharaan yang terus menerus untuk menjamin kondisi gedung sekolah yang paling baik. Sehingga dapat menciptakan suasana belajar yang nyaman memajukan kesehatan dan keamanan, melindungi barang-barang milik sekolah, dan memajukan citra masyarakat yang sesuai.

### 3) Pelayanan kesehatan dan keamanan

Tujuan penting pendidikan di sekolah adalah kesehatan fisik dan mental, maka sekolah memperkenalkan program pendidikan jasmani dan kesehatan. Maka perhatian sekolah diarahkan pada terciptanya kesehatan yang lebih baik dan lingkungan fisik yang lebih membantu bagi proses belajar.

Menurut Marzuki Mahmud, secara garis besar terdapat enam layanan pendidikan, yaitu:<sup>46</sup>

- a) Layanan informasi. Diberikan dalam bentuk lisan maupun tertulis. Informasi lisan dan diperoleh melalui kontak langsung secara tatap muka, sedangkan informasi tertulis dapat diberikan melalui berbagai buku pedoman seperti brosur, spanduk, pamphlet, papan pengumuman, situs website dan lain-lain.
- b) Layanan sarana prasarana. Layanan sarana prasarana merupakan pemberian layanan dalam bentuk penyediaan sarana prasarana atau fasilitas fisik seperti: gedung sekolah, perpustakaan, laboratorium dan lain-lain.

---

<sup>46</sup> Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo), 2012, hlm.63-65

- c) Layanan administrasi. Meliputi pembayaran SPP dan pembuatan surat keterangan dan sebagainya.
- d) Layanan bimbingan. Layanan bimbingan diawali dengan program orientasi sekolah, bimbingan dalam mengatasi kesulitan-kesulitan khususnya belajar dan juga masalah-masalah pribadi, bimbingan pendidikan dan pengajaran (KBM) dan bimbingan praktik keilmuan.
- e) Layanan pengembangan bakat dan minat serta keterampilan. Dilakukan melalui kegiatan ekstrakurikuler bagi siswa.
- f) Layanan kesejahteraan yaitu bentuk pelayanan kesejahteraan kepada siswa melalui pemberian beasiswa kepada siswa berprestasi khususnya kalangan kurang mampu serta keringanan SPP.

### **C. Biaya Pendidikan dan Penyediaan Sarana Prasarana Pendidikan**

#### **1. Biaya Pendidikan**

##### **a. Pengertian Biaya Pendidikan**

Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Terdapat 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut, yaitu: (1) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, (2) diukur dalam satuan uang, (3) yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, dan (4) pengorbanan tersebut untuk tujuan

tertentu. Jika pengorbanan sumber ekonomi tersebut tidak menghasilkan manfaat, maka pengorbanan tersebut adalah rugi.<sup>47</sup>

Biaya menurut Martin adalah keseluruhan pengeluaran baik yang bersifat uang maupun bukan uang, sebagai ungkapan rasa tanggung jawab semua pihak terhadap upaya pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Lebih lengkap biaya pendidikan adalah seluruh pengeluaran baik yang berupa uang maupun bukan uang sebagai ungkapan rasa tanggung jawab semua pihak (masyarakat, orang tua, dan pemerintah) terhadap pembangunan pendidikan yang dicita-citakan tercapai secara efisien dan efektif, yang harus digali dari berbagai sumber, dipelihara, dikonsolidasikan dan ditata secara administratif sehingga dapat digunakan secara efektif dan efisien.<sup>48</sup>

Biaya pendidikan adalah nilai rupiah dari semua sumber daya (*input*) dalam bentuk natura (barang), pengorbanan, dan uang, yang dikeluarkan untuk semua aktifitas pendidikan. Dalam hal ini biaya pendidikan meliputi biaya pada jenjang Sekolah Dasar (SD) atau Madrasah Ibtidaiyah (MI), Sekolah Menengah Atas (SMA) atau Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) atau Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK). Dan perguruan tinggi meliputi jenjang Diploma (D1-D4), jenjang Sarjana (S1), jenjang Magister (S2), dan juga jenjang Doktor (S3). Biaya pendidikan merupakan biaya

---

<sup>47</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN), 2012

<sup>48</sup> Martin, *Manajemen Pembiayaan Pendidikan: Konsep dan Aplikasinya*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2014

pendidikan secara keseluruhan, yang meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan pada semua tingkat, mulai dari tingkat kecamatan sampai tingkat pusat.<sup>49</sup>

### **b. Konsep Pembiayaan Pendidikan**

Pembiayaan pendidikan adalah suatu analisis tentang sumber-sumber (*revenue*) dan penggunaan biaya (*expenditure*) yang diperuntukkan untuk pengelolaan pendidikan secara efisien untuk mencapai tujuan.

Agar dapat memahami lebih jauh tentang konsep pembiayaan pendidikan perlu diketahui pengertian tujuh konsep penting terkait dengan pembiayaan yang meliputi.<sup>50</sup>

- 1) Objek biaya, merupakan suatu akumulasi biaya dari berbagai aktivitas. Menurut Blocher ada empat jenis objek biaya, yakni (a) produk atau kelompok produk yang saling berhubungan, (b) jasa, (c) departemen (departemen teknis, departemen sumber daya manusia), dan (d) proyek, seperti penelitian, promosi pemasaran atau usaha jasa komunitas.
- 2) Informasi manajemen biaya, dalam konteks pendidikan dapat dikaitkan dengan informasi tentang sumber biaya baik dari pemerintah, orangtua murid, masyarakat serta potensi lain yang

---

<sup>49</sup> Raya, *Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)*, 7, 2016

<sup>50</sup> Mulyono, *Konsep Pembiayaan Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media), 2010, hlm. 72-78

mungkin memanipulasi menjadi sumber biaya untuk pendidikan.

- 3) Pembiayaan, adalah bagaimana mencari dana atau sumber dana dan bagaimana menggunakan dana itu dengan memanfaatkan rencana biaya standar, memperbesar modal kerja, merencanakan kebutuhan masa yang akan datang akan uang. Sementara biaya pendidikan adalah seluruh usaha yang dicurahkan oleh pemerintah dan masyarakat pendidikan berupa uang maupun nonmoneter, biaya memerlukan penginventarisasian yang jelas.
- 4) Keuangan (*finance*), urusan keuangan pada suatu organisasi seperti pada lembaga pendidikan, tidak saja mencakup uang pembayaran yang sah, tetapi juga kredit bank. Definisi sederhana tentang keuangan adalah seni untuk mendapatkan alat pembayaran.
- 5) Anggaran (*budget*), merupakan suatu instrumen yang dirancang untuk memfasilitasi perencanaan. *Budget* juga memberikan sebuah konteks proses perencanaan dalam pemilihan langkah-langkah dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.
- 6) Biaya (*cost*), adalah jumlah uang yang disediakan (dialokasikan) dan digunakan atau dibelanjakan untuk terlaksananya berbagai fungsi atau kegiatan guna mencapai tujuan dan sasaran-sasaran dalam rangka proses manajemen.

7) Pemicu biaya (*cost driver*), adalah factor yang memberi dampak pada perubahan biaya total. Artinya, jumlah total biaya sangat dipengaruhi oleh *cost driver* sebagai faktor yang mempunyai efek terhadap perubahan level biaya total dari suatu objek biaya.

### c. Jenis Biaya Pendidikan

Sehubungan dengan hal tersebut, satu hal yang merupakan konsep penting dalam pembiayaan pendidikan adalah masalah biaya (*cost*) pendidikan yang sangat diperlukan dalam penyelenggaraan pendidikan.

Biaya pada lembaga pendidikan biasanya meliputi:

- 1) *Direct cost* dan *indirect cost*. *Direct cost* (biaya langsung) yaitu biaya yang berproses dalam produksi pendidikan di mana biaya pendidikan ini secara langsung dapat meningkatkan mutu pendidikan. Biaya langsung dapat berpengaruh pada *output* pendidikan. Biaya langsung ini meliputi gaji guru dan personil lainnya, pembelian buku fasilitas kegiatan belajar mengajar, alat laboratorium, buku pengajaran, alat perpustakaan, dan lain-lain. Juga untuk pengajaran biaya langsung harus memenuhi unsur sebagai berikut: *inheren* pada hasil, kuantitatif dapat dihitung, tidak dapat dihindarkan, *indirect* dapat melaksanakan pendidikan. *Indirect cost* (biaya tidak langsung) meliputi biaya hidup, transportasi dan biaya-biaya lainnya.

2) *Social cost* dan *privat cost*. *Social cost* dapat dikatakan sebagai biaya public atau sejumlah biaya sekolah yang harus dibayar oleh masyarakat. Sedangkan *privat cost* adalah biaya yang dikeluarkan oleh keluarga untuk membiayai sekolah anaknya, dan termasuk di dalamnya *forgone opportunity* (biaya kesempatan yang hilang).

Sementara itu dalam PP No 48 tahun 2008 tentang pendanaan pendidikan pasal 3 terdapat beberapa jenis biaya pendidikan yaitu:

- 1) Biaya satuan pendidikan: yang terdiri dari biaya investasi (lahan pendidikan), biaya operasi (personalia dan non personalia), bantuan biaya pendidikan (beasiswa).
- 2) Biaya penyelenggaraan dan atau pengelolaan pendidikan; meliputi biaya investasi (lahan pendidikan dan selain lahan pendidikan biaya operasi)
- 3) Biaya pribadi peserta didik.<sup>51</sup>

## **2. Sarana Prasarana Pendidikan**

### **a. Pengertian Sarana Prasarana**

Sarana dan prasarana yang dimaksud di sini adalah sarana dan prasarana dalam konteks pendidikan. Dalam konteks pendidikan sarana dan prasarana dipergunakan dalam pelaksanaan pendidikan secara umum maupun dipergunakan secara khusus untuk pembelajaran. Hal ini

---

<sup>51</sup> Eca Gesang Mentari, dkk., *Manajemen Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini*, (Yogyakarta: Hijaz Pustaka Mandiri), 2020, hlm. 153-154

dapat dilihat dari definisi mengenai sarana dan prasarana yang dikemukakan beberapa ahli tersebut:

Menurut Daryanto sarana adalah alat yang secara langsung dapat mendukung tercapainya tujuan pendidikan, misalnya ruang, buku, perpustakaan, laboratorium dan sebagainya sedangkan prasarana adalah alat yang secara tidak langsung dapat mendukung tercapainya tujuan seperti lokasi/tempat, lapangan olahraga, uang dan sebagainya.<sup>52</sup>

Senada dengan penjelasan Daryanto, Mulyasa menjelaskan sarana adalah peralatan dan perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dan menunjang proses pendidikan, khususnya proses belajar mengajar seperti gedung, ruang kelas, meja, kursi, serta alat-alat dan media pengajaran. Sedangkan prasarana adalah fasilitas yang secara tidak langsung menunjang jalannya proses pendidikan atau pengajaran seperti halaman, kebun atau taman sekolah, jalan menuju sekolah. Namun jika prasarana tersebut dimanfaatkan secara langsung untuk pengajaran misalnya pengajaran biologi maka halaman sekolah, kebun atau taman sekolah tersebut merupakan sarana pendidikan.<sup>53</sup>

Bafadal menjelaskan sarana pendidikan adalah semua perangkat peralatan, bahan dan perabot yang secara langsung digunakan dalam proses pendidikan di sekolah, sedangkan sarana pendidikan adalah

---

<sup>52</sup> Syafaruddin, dkk., *Administrasi Pendidikan*, (Medan: Perrdana Publishing), 2016, hlm. 156

<sup>53</sup> Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep, Strategi dan Implementasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya), 2003, hlm. 49

semua perangkat kelengkapan dasar yang secara tidak langsung menunjang pelaksanaan proses pendidikan di sekolah.<sup>54</sup>

Sarana dan prasarana pendidikan merupakan salah satu sumber daya yang penting dalam menunjang proses pembelajaran di sekolah. Keberhasilan program pendidikan di sekolah sangat dipengaruhi oleh kondisi sarana dan prasarana pendidikan yang dimiliki sekolah dan oleh optimalisasi pengelolaan dan pemanfaatannya.<sup>55</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dipahami bahwa sarana dan prasarana pendidikan yang dimiliki suatu lembaga pendidikan merupakan bagian dari upaya pencapaian tujuan pendidikan secara umum dan tujuan pembelajaran secara khusus berlangsung secara efektif dan efisien. Dengan demikian dapat dipahami bahwa sarana prasarana pada dasarnya merupakan elemen penting yang mendukung dan memfasilitasi seluruh rencana sekolah dapat dilaksanakan.<sup>56</sup>

#### **b. Jenis Sarana dan Prasarana Pendidikan**

Jenis sarana pendidikan dapat dilihat dari habis tidaknya dipakai, ada dua macam sarana pendidikan yaitu:<sup>57</sup>

##### 1) Sarana pendidikan yang habis pakai

Sarana pendidikan habis pakai adalah segala bahan atau laot yang apabila digunakan bisa habis dalam waktu yang relatif

---

<sup>54</sup> Bafadal, *Manajemen Perlengkapan Sekolah*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2014, 2

<sup>55</sup> Matin dan Nurhattati Fuad, *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2016, hlm. 1

<sup>56</sup> Rusydi Ananda dan Oda Kinata Banurea, *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan*, (Medan: CV. Widya Puspita), 2017, hlm. 20

<sup>57</sup> Rusydi Ananda dan Oda Kinata Banurea, *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan...*, hlm. 20-21

singkat. Contoh, kapur tulis, beberapa bahan kimia untuk praktik guru dan siswa. Selain itu, ada sarana pendidikan yang berubah bentuk misalnya kayu, besi dan kertas karton yang sering digunakan oleh guru dalam mengajar. Contoh, tinta computer, bola lampu dan kertas.

## 2) Sarana pendidikan tahan lama

Sarana pendidikan yang tahan lama adalah keseluruhan bahan atau alat yang dapat digunakan secara terus menerus dan dalam waktu yang relatif lama. Contoh, bangku sekolah, mesin tulis, atlas, globe dan beberapa peralatan olah raga.

Jenis sarana pendidikan ditinjau dari bergerak tidaknya pada saat digunakan, ada dua macam sarana pendidikan yaitu:

### 1) Sarana pendidikan yang bergerak

Sarana pendidikan yang bergerak adalah sarana pendidikan yang bisa digerakkan atau dipindah sesuai dengan kebutuhan pemakainya, contohnya: almari arsip sekolah, bangku sekolah.

### 2) Sarana pendidikan yang tidak bergerak

Sarana pendidikan yang tidak bergerak adalah semua sarana pendidikan yang tidak bisa atau relatif sangat sulit untuk dipindahkan, misalnya saluran dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

Jenis sarana pendidikan ditinjau dari hubungannya dengan proses pembelajaran dibedakan menjadi tiga klasifikasi yaitu:

- 1) Alat pelajaran

Alat pelajaran adalah alat yang digunakan secara langsung dalam proses belajar mengajar, misalnya buku, alat peraga, alat tulis dan alat praktik.

- 2) Alat peraga

Alat peraga adalah alat pembantu pendidikan dan pengajaran, dapat berupa perbuatan-perbuatan atau benda-benda yang mudah memberi pengertian kepada anak didik berturut-turut dari yang abstrak sampai dengan konkret.

- 3) Media pengajaran

Media pengajaran adalah sarana pendidikan yang digunakan sebagai perantara dalam proses belajar mengajar, untuk lebih mempertinggi efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan pendidikan. Ada tiga jenis media, yaitu media audio, media visual dan media audio visual.

Adapun prasarana pendidikan di sekolah bisa diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu:

- 1) Prasarana pendidikan yang secara langsung digunakan untuk

proses belajar mengajar, seperti ruang teori, ruang perpustakaan, ruang praktik keterampilan dan ruang laboratorium.

- 2) Prasarana pendidikan yang keberadaannya tidak digunakan

untuk proses belajar mengajar, tetapi secara langsung dapat

menunjang terjadinya proses belajar mengajar, misalnya ruang kantor, kantin sekolah, tanah dan jalan menuju sekolah, kamar kecil, ruang usaha kesehatan sekolah, ruang guru, ruang kepala sekolah, dan tempat parkir kendaraan.

**c. Standar sarana prasarana Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah**

Ketentuan tentang satuan pendidikan untuk SMP adalah sebagai berikut: setiap satu SMP boleh diselenggarakan jika memiliki 3 rombongan belajar dan maksimal 24 rombongan belajar. Satu SMP yang memiliki 3 rombongan belajar maksimum melayani 2000 jiwa. Jika suatu wilayah memiliki penduduk lebih dari 2000 jiwa maka harus dilakukan penambahan rombongan belajar di sekolah yang telah ada, dan jika rombongan belajar lebih dari 24 buah maka harus dibangun SMP baru di wilayah itu.<sup>58</sup>

1) Standar lahan SMP

Luas lahan yang digunakan secara efektif untuk membangun prasarana sekolah berupa bangunan gedung tempat bermain/olahraga. Lahan harus terhindar dari potensi bahaya yang mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa serta memiliki akses untuk penyelamatan dalam keadaan darurat. Lahan harus sesuai dengan peruntukan lokasi yang diatur dalam Peraturan Daerah tentang tata ruang wilayah

---

<sup>58</sup> Martin dan Nurhattati Fuad, *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan...*, hlm.153

kabupaten/kota, serta memiliki status hak atas tanah sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk jangka waktu minimum 20 tahun.

2) Standar bangunan gedung

Bangunan gedung SMP harus: memenuhi tata bangunan, memenuhi persyaratan keselamatan, persyaratan kesehatan, persyaratan kenyamanan, menyediakan fasilitas dan aksesibilitas yang mudah aman dan nyaman, dilengkapi instalasi listrik dengan daya minimum 1300 watt, serta pemeliharannya.

3) Standar prasarana

Prasarana minimum yang harus ada pada satu SMP adalah: ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang laboratorium, ruang kepala sekolah, ruang guru, ruang tata usaha, ruang konseling, ruang organisasi, ruang UKS, tempat beribadah, toilet, gudang, dan tempat bermain/olahraga.<sup>59</sup>

#### **D. Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Siswa**

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakkan, banyak lembaga pendidikan yang mulai ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. Maka diperlukannya kemampuan administrator dalam memahami pemasaran pendidikan dalam mempertahankan dan meningkatkan lembaganya. Saat ini, sudah banyak sekolah

---

<sup>59</sup> Martin dan Nurhattati Fuad, *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan....*, hlm. 156

berdiri baik sekolah umum maupun berbasis agama. sehingga sekolah perlu bersaing untuk menjaga eksistensinya. Dalam mempertahankan eksistensi sekolah, pihak sekolah perlu menciptakan terobosan baru yang dapat meningkatkan citra sekolah tersebut. Salah satu cara untuk meningkatkan eksistensi sekolah yaitu dengan melakukan pemasaran. Kegiatan pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan suatu lembaga pendidikan kepada masyarakat, orang tua atau siswa.

Dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu periklanan, sosialisasi dari mulut ke mulut dan media massa. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan citra sekolah, menarik calon siswa baru, dan bersaing dengan sekolah lain. Orang tua tentunya akan mempercayakan anaknya untuk bersekolah di lembaga yang memiliki citra yang baik.

Peserta didik merupakan salah satu peran penting dalam terlaksananya suatu pembelajaran di sekolah. Tanpa adanya peserta didik maka proses belajar mengajar tidak akan berlangsung. Maka dari itu sekolah harus melakukan kegiatan pemasaran yang menjual agar mampu menarik minat peserta didik dengan jumlah yang banyak agar bersekolah di lembaga tersebut. Eksistensi suatu sekolah dibuktikan dengan banyaknya siswa yang bersekolah lembaga tersebut dan citra sekolah juga semakin baik dimata masyarakat.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini digolongkan ke dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.<sup>60</sup>

Jenis pendekatan yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah proses pengumpulan, klasifikasi, pengolahan atau menganalisis data, membuat kesimpulan dan laporan dengan tujuan untuk menggambarkan tentang suatu keadaan secara objektif dalam suatu deskripsi.<sup>61</sup> Hal ini dikarenakan peneliti akan mendeskripsikan gambaran tentang “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya”.

---

<sup>60</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV Jejak), 2018, hlm.8

<sup>61</sup> Siti Fadjarajani dkk., *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*, (Gorontalo: Ideas Publishing), 2020, hlm 58-59

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang dipilih sebagai lokasi yang ingin diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam proses penelitian ini. Sesuai dengan judul besar penelitian ini, maka peneliti menetapkan MTsN 1 Aceh Barat Daya sebagai lokasi penelitian yang berlokasi di Pantai Perak, Kecamatan Susoh, Kabupaten Aceh Barat Daya. Alasan peneliti memilih lokasi ini sebagai subjek penelitian karena MTsN 1 Aceh Barat Daya termasuk salah satu lembaga madrasah yang mendapat perhatian dan minat masyarakat sebagai tempat pendidikan bagi anak-anak mereka, hal ini dilihat dari peningkatan jumlah peserta didik tiap tahunnya.

## **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah Kepala Madrasah, Waka Kurikulum, Waka sarana prasarana, bendahara dan juga guru. Alasan peneliti memilih Kepala Madrasah sebagai subjek penelitian karena kepala madrasah yang mengetahui tujuan dan harapan madrasah serta yang akan merumuskan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya, begitupun dengan Waka kurikulum dan guru, yang mana bahwa Waka kurikulum dan guru merupakan orang yang terlibat dalam kegiatan pembelajaran di madrasah, hal-hal yang dilakukan dalam meningkatkan mutu madrasah sehingga mampu mempengaruhi dan menarik minat masyarakat. Sedangkan bendahara memegang tanggung jawab bagian keuangan madrasah.

#### **D. Kehadiran Peneliti**

Kehadiran peneliti dalam proses pengumpulan data merupakan instrumen yang sangat penting. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Miles, kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif adalah suatu yang mutlak, karena peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian sekaligus pengumpul data. Keuntungan yang didapat peneliti sebagai instrumen adalah subjek lebih tanggap akan kehadiran peneliti, peneliti dapat menyesuaikan diri dengan *setting* penelitian. Keputusan yang berhubungan dengan penelitian dapat diambil dengan cara cepat dan terarah, demikian juga dengan informasi dapat diperoleh melalui sikap dan cara informan dalam memberikan informasi.<sup>62</sup>

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data, teknik yang akan peneliti gunakan yaitu observasi atau pengamatan langsung, wawancara dan dokumentasi untuk mendukung kelengkapan data.

1. Observasi, merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>63</sup> teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung aktivitas atau peristiwa yang terjadi di lapangan. Observasi yang akan peneliti lakukan adalah observasi terhadap madrasah, aktivitas dan interaksi kepala madrasah dengan staff. Tujuannya

---

<sup>62</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, hlm. 75

<sup>63</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta), 2017, hlm. 203

untuk mengetahui gambaran umum mengenai proses kegiatan pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh stakeholder.

2. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan komunikasi langsung antara peneliti dan subjek penelitian dengan cara tanya jawab. Esterberg menegemukakan beberpaa wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semistruktur dan tidak terstruktur.<sup>64</sup>

Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Tujuannya untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kepala Madrasah dalam pemasaran jasa pendidikan di MTsN 1 Aceh Barat Daya.

3. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan melihat data-data yang telah didokumentasikan, baik dalam bentuk foto, brosur, spanduk iklan dan lainnya.

Teknik pengumpulan data kualitatif dilakukan secara terus menerus hingga data yang diperoleh menemui titik akhir.

#### **F. Instrument Pengumpulan Data**

Instrument merupakan alat bantu digunakan peneliti untuk mengumpulkan data penelitian. Berikut uraian alat instrumen dalam pengumpulan data:

1. List wawancara, peneliti menyusun list pertanyaan yang akan ditanyakan pada saat wawancara sebelum terjun langsung kelapangan. Pertanyaan disusun tergantung dengan kebutuhan penelitian akan jawaban pertanyaan.

---

<sup>64</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm. 319

2. Draft observasi, peneliti menyusun hal-hal yang akan diamati ketika melakukan pengamatan langsung, seperti komunikasi kepala sekolah, interaksi dengan staff, dan kegiatan promosi yang dilakukan.
3. Buku catatan, peneliti menggunakan buku catatan penelitian untuk menuliskan hal-hal menarik yang ditemukan dan berhubungan dengan fokus penelitian. Selain itu buku catatan bisa membantu peneliti dalam penyusunan data untuk penulisan hasil penelitian.
4. Alat rekam, dapat berupa video, foto, rekaman suara yang bisa mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data.

#### **G. Analisis Data**

Analisis data kualitatif dilakukan disaat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data yang akan peneliti lakukan dalam penelitian ini melalui tahapan-tahapan:

1. Reduksi data

Mereduksi data berarti meringkas, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Sehingga peneliti memperoleh gambaran data yang lebih jelas.<sup>65</sup>

2. Penyajian data

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Peneliti berusaha

---

<sup>65</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hlm. 337

mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan.

### 3. Verifikasi kesimpulan

Pada bagian ini peneliti menyatakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan.<sup>66</sup>

## H. Uji Keabsahan Data

Keakuratan dan kesahihan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, uji keabsahan data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Kredibilitas

Kredibilitas dimaksudkan untuk membuktikan data yang peneliti kumpulkan sesuai dengan kenyataan. Agar kredibilitas tercapai dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan data atau informasi yang diterima hasil observasi dan wawancara untuk menghilangkan perbedaan.

### 2. Transferability

Transferability menunjukkan bahwa hasil penelitian yang peneliti lakukan dalam suatu bidang diuraikan secara rinci agar mudah dipahami oleh pembaca dan juga bisa diaplikasikan atau diterapkan pada lembaga yang mempunyai karakteristik yang sama.

### 3. Dependability

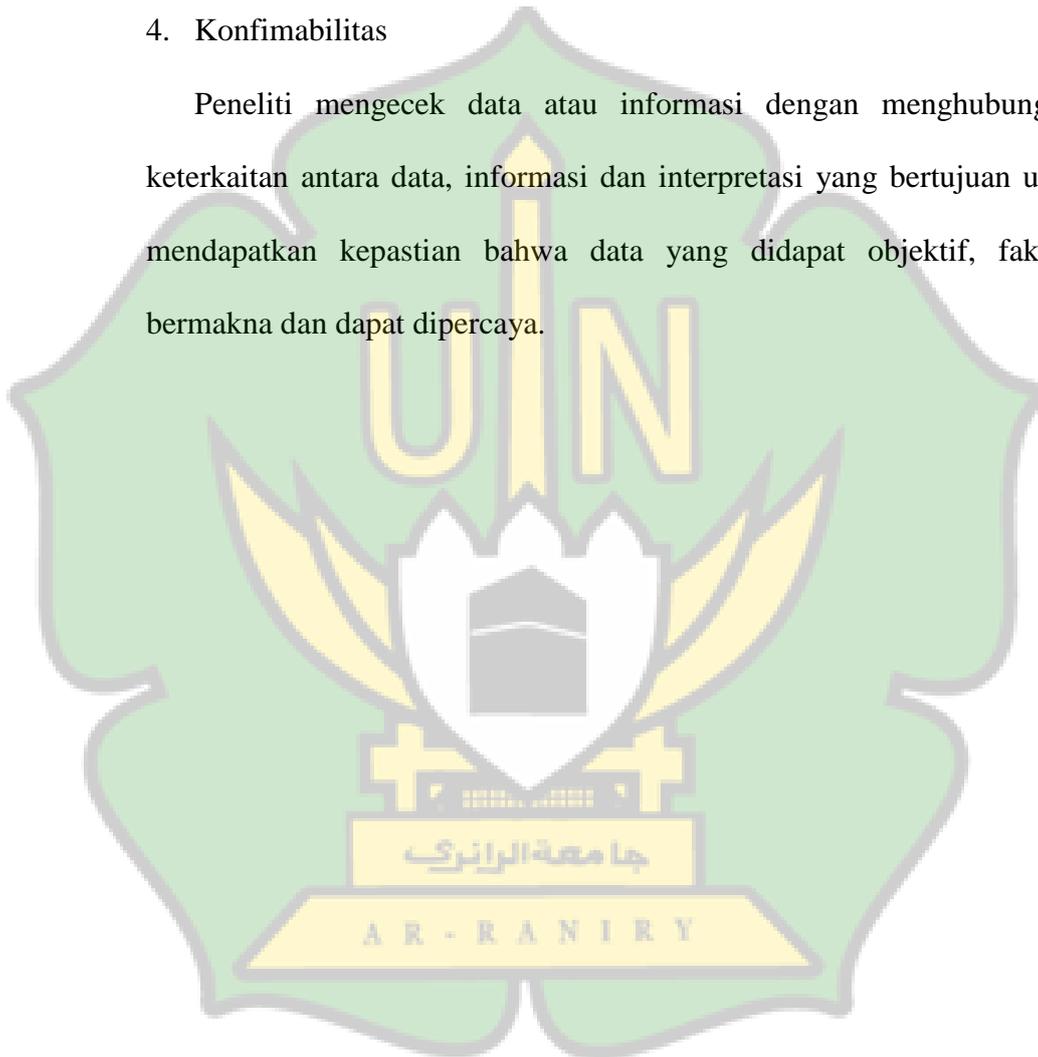
---

<sup>66</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing), 2015, hlm. 122-124

Dalam penelitian ini dependabilitas digunakan untuk menghindari kemungkinan terjadinya kesalahan dalam konsep penelitian, pengumpulan data dan laporan hasil penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

#### 4. Konfimabilitas

Peneliti mengecek data atau informasi dengan menghubungkan keterkaitan antara data, informasi dan interpretasi yang bertujuan untuk mendapatkan kepastian bahwa data yang didapat objektif, faktual, bermakna dan dapat dipercaya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Aceh Barat Daya adalah salah satu Madrasah Tingkat Tsanawiyah yang tertua di Kabupaten Aceh Barat Daya. Madrasah ini yang semula bernama Madrasah Tsanawiyah Agama Islam Swasta (M.Ts.A.I.S) Kabupaten Aceh Selatan dengan Surat Keputusan Menteri Agama No: 84 Tahun 1969 tentang Penegerian Madrasah tersebut maka berubah nama menjadi Madrasah Tsanawiyah Agama Islam Negeri (M.Ts.A.I.N) yang terletak di Desa Pantai Perak Kecamatan Susoh Kabupaten Aceh Barat Daya. Berpuluh-puluh bahkan mungkin ratusan ahli fikir dan tokoh-tokoh terkemuka di daerah ini yang merupakan produk yang telah dicetak Madrasah tersebut.

Kultur budaya masyarakat sekitar yang kental dengan nuansa Islami dan kesadaran akan kebutuhan pendidikan agama yang besar, membuat Madrasah ini semakin tumbuh dan berkembang.

Tahun demi tahun dilalui dengan segala prestasi yang membanggakan, andil masyarakat pun tak tertinggalkan dengan kepemimpinan Drs. Mardin yang pada tahun 1997 menawarkan program keterampilan, disamping Kurikulum Nasional disambut antusias oleh masyarakat dan Pemerintah Daerah. Sebagai wujud dukungannya Camat Kecamatan Susoh Bapak Syaiful Azhar, SE menyerahkan tanah milik SLTP-1 Susoh kepada MTsN Susoh dengan cara tukar guling dengan tanah milik Pemda yang berdekatan dan satu lokasi dengan gedung SLTP-1 Susoh.

Dan sebagai puncak dari kejayaan MTsN Susoh pada tahun pelajaran 1998/1999 meraih Juara II Lomba Prestasi Madrasah Tingkat Nasional dengan Keputusan Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: E. IV/PP.00/KEP/01/99 Tanggal 28 Desember 1998.

Ternyata jerih payah dan prestasi-prestasi yang diperoleh juga membuahkan hasil yang luar biasa sehingga pada tanggal 31 Juli 2001 Bapak Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Daerah Istimewa Aceh berkenan meresmikan MTsN susoh menjadi MTsN Unggul Susoh dan nama itu melekat sampai sekarang. Namun sejalanannya peraturan pemerintah maka berubah nomenklatur dari nama asal madrasah MTsN Susoh menjadi MTsN 1 Aceh Barat Daya. Seiring dengan perubahan waktu MTsN 1 Abdyia terus berbenah dan berinovasi baik dibidang pembelajaran Agama maupun mutu pembelajaran, sehingga sekarang MTsN 1 Abdyia menjadi salah satu Madrasah Inovasi di tingkat Provinsi Aceh

### 1. Profil sekolah

Nama Sekolah : MTsN 1 Aceh Barat Daya

NSM : 121111120003

NPSN : 10114107

Nomor Rutin Madrasah : 871/BAP-S/M.Aceh/SK/2015

Nomor dan Tanggal SK : Surat Keputusan Menteri Agama No. 84

Tahun 1969

Terhitung Mulai Tanggal : 4 Agustus 1969

Alamat Sekolah : Jl. Pendidikan, No. 56, Desa Pante  
Perak, Kec. Susoh, Kab. Aceh Barat  
Daya, 23765

No. Telp/HP : (0659)91056 / 085359024524

Fax : -

E-Mail : [mtsn\\_susoh@yahoo.com](mailto:mtsn_susoh@yahoo.com)

Nama Kepala Madrasah : Erdiwar, S.Ag.,M.Pd.

Pendidikan Terakhir : S2

Akreditasi Madrasah : A (Istimewa)

Luas Lahan : 3.057 M2

## **2. Visi, Misi dan Tujuan MTsN 1 Aceh Barat Daya**

### **a. Visi MTsN 1 Aceh Barat Daya**

Menjadikan Madrasah Berkarakter Inovasi, Bermutu, Unggul, Berkualitas, Kompetitif dalam Imtaq, Iptek, dan Berwawasan lingkungan.

### **b. Misi MTsN 1 Aceh Barat Daya**

1. Menyelenggarakan Pendidikan dan pembelajaran sesuai dengan Sistem pendidikan Nasional.
2. Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan yang praktis, inovatif, integratif, aplikatif, efektif, dan efisien.
3. Melaksanakan Peningkatan Kompetensi Tenaga Pendidik dan Kependidikan sesuai dengan Standar Nasional.

4. Melaksanakan Pengembangan Institusi Berdasarkan Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Madrasah (MPMBM).
5. Meningkatkan Budaya Sehat untuk Mewujudkan Generasi yang Kompetitif.
6. Meningkatkan Pengembangan Fasilitas Pendidikan.
7. Mewujudkan Lulusan yang Berakhlakul Karimah, Berkualitas dan Berwawasan Global.
8. Mengoptimalkan program kegiatan pembiasaan dan pengembangan diri yang berkarakter Islami dan berorientasi prestasi.
9. Melaksanakan program unggulan dibidang IMTAQ dan IPTEK untuk mempercepat pengembangan mutu madrasah.
10. Mengembangkan madrasah berstatus Madrasah Ramah Anak Tingkat Nasional menjadi madrasah rujukan.
11. Mewujudkan lingkungan madrasah yang hijau, bersih, sehat dan nyaman dalam rangka mendukung madrasah sebagai Wawasan Wiyatamandala.
12. Memberikan pelayanan pendidikan berbasis digital secara bertahap melalui program Pelayanan Terpadu Satu Pintu.
13. Mengoptimalkan peran serta orang tua dan masyarakat dalam rangka mendukung program Madrasah Mandiri Berprestasi.
14. Menyelenggarakan Pendidikan yang Dilandasi Nilai Keislaman serta Karakter Budaya Bangsa dan Berwawasan Lingkungan.

15. Menumbuhkembangkan sikap cinta alam dan lingkungan.
16. Meningkatkan kesadaran untuk hidup bersih dan sehat.

**c. Tujuan MTsN 1 Aceh Barat Daya**

1. Terbentuknya siswa yang berakhlak mulia dan cinta akan budaya daerahnya.
2. Terwujudnya siswa yang sehat baik fisik , mental maupun sosial sehingga tangguh dalam menghadapi perubahan pada era globalisasi.
3. Membentuk siswa agar dapat menguasai ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni sehingga dapat mewujudkan cita-cita untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi maupun terjun ke masyarakat.
4. Mengoptimalkan seluruh potensi yang ada pada anak berkebutuhan khusus agar dapat menjadi mandiri sehingga dapat bersosialisasi dengan lingkungannya.
5. Menanamkan rasa peduli terhadap lingkungan, sesama teman, dan cinta akan almamaternya.
6. Menanamkan kedisiplinan yang tinggi terhadap diri sendiri dan mengajarkan kepada orang lain.
7. Melaksanakan Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan.
8. Menumbuhkan kesadaran peserta didik untuk selalu berkarakter yang baik di lingkungan madrasah maupun dalam masyarakat.

9. Memiliki kesadaran yang tinggi terhadap hidup bersih dan sehat.
10. Mampu mewujudkan generasi yang kompetitif.
11. Melaksanakan pembelajaran bermutu untuk meningkat prestasi peserta didik.
12. Mewujudkan madrasah inovasi menuju madrasah unggul.
13. Melaksanakan pembelajaran yang berkarakter dan akhlak mulia.
14. Menumbuhkembangkan kesadaran para peserta didik dalam menjaga lingkungan yang bersih dan rapi.
15. Menanamkan kesadaran peserta didik dalam meningkatkan pentingnya pembelajaran teknologi informasi.
16. Mewujudkan generasi islami dan qur'ani sehingga bisa menanamkan kepribadian yang berkarakter.
17. Memperbaiki bacaan qur'an peserta didik dan meningkatkan hafalan qur'an peserta didik sehingga menjadi generasi yang berlandaskan Al-Qur'an.

### 3. Sarana dan Prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya

Table 4.1. Daftar Sarana Prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya

No	Jenis Bangunan	Jumlah
1	Ruang Kelas/Belajar	15
2	Ruang Laboratorium	
	• IPA	1
	• Bahasa	
	• IPS	
3	Ruang Pespustakaan	1
4	Ruang Keterampilan	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PKK</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembukuan/TIK</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otomatis</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbengkelan</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertanian</li> </ul>	
5	Ruang Kesenian	
6	Ruang Kepala Sekolah	1
7	Ruang Wakil Kepala Sekolah	
8	Ruang Dewan Guru	1
9	Ruang Tata Usaha	1
10	Ruang Bimpen	
11	Ruang Rapat	
12	Ruang OSIS	
13	Ruang Kantin	1
14	Ruang Ibadah/Mushola	
15	Ruang Gedung	
16	Ruang Bengkel	
17	Ruang Mandi: WC/Uriner	4
18	Sumber Air:	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sumur Bor</li> </ul>	1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PAM/PDAM</li> </ul>	
19	Pompa Sanyo untuk pengadaan air ke Laboratorium/KM/WC/Urinoir	1
20	Penerangan Listrik:	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generator</li> </ul>	1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLN</li> </ul>	2
21	Telepon	
22	Peralatan/Mesin Kantor	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesin TIK</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesin Stensil</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alat Pemadam Kebakaran</li> </ul>	
23	Peralatan Audio Visual/Elektronik	

	• Komputer	40
	• Video	
	• Over Head Projector (OHP)	4
24	Peralatan Pendidikan	
	• Alat Peraga Matematika	
	• Alat Peraga Kesenian	
	• Alat Peraga IPS	
25	Buku Perpustakaan	
26	Alat-alat Laboratorium	

#### 4. Keadaan Siswa dan Kelas

Table 4.2. Data Jumlah Siswa MTsN 1 Aceh Barat Daya

KELAS	LK	PR	Jumlah
VII - BILINGUAL	12	20	32
VII - BP	17	15	32
VII - TAHFIDZ	16	16	32
VII – AS 1	16	16	32
VII – AS 2	18	13	31
VII – AS 3	14	18	32
VIII – UBL	12	23	35
VIII – UBP	10	26	36
VIII – UTF	12	24	36
VIII – UAS 1	18	18	36
VIII – UAS 2	17	19	36
IX – UBL	8	28	36
IX – UBP	8	28	36
IX – UTF	17	19	36
IX – UAS 1	22	13	35
IX – UAS 2	22	13	35
<b>Jumlah</b>	<b>239</b>	<b>309</b>	<b>548</b>

## 5. Keadaan Guru dan Pegawai

Table 4.3. Data jumlah guru dan staf MTsN 1 Aceh Barat Daya

Uraian	Lk	Pr	Jlh	Pendidikan Terakhir					Jlh
				S1	S2	D3	SMA	SMP	
Guru Tetap (PNS)	8	17	25	23	2	-	-	-	26
Pegawai Tetap (PNS)	3	1	4	2	-	-	2	-	4
<b>Jumlah GT dan PT</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>30</b>
Guru Bantu/Kontrak	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Guru Tidak Tetap (Honor)	4	7	11	11	1	-	-	-	13
Pegawai Tidak Tetap	3	3	6	3	-	2	1	-	6
Penjaga Sekolah/ Satpam	1	-	1	-	-	-	1	-	1
<b>Jumlah GTT dan PTT</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>		<b>1</b>
<b>JUMLAH</b>	<b>16</b>	<b>26</b>	<b>43</b>	<b>36</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>		<b>43</b>

### B. Hasil Penelitian

#### 1. Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Peningkatan Minat Masuk Di Mtsn 1 Aceh Barat Daya melalui Program Layanan Madrasah

Peneliti mengajukan pertanyaan kepada kepala madrasah yaitu

“Apa saja bentuk program yang ditawarkan di MTsN 1 Abdy?”.

Jawaban yang diperoleh adalah:

Untuk pembelajaran disini sama juga dengan pembelajaran di sekolah lain, mungkin kalau kita di MTsN 1 Abdy pembelajaran itu kita mulai dari jam 07.30 s/d 13.30 biasanya dihari normal. Untuk pembelajaran yang lain itu kami ada literasi bahasa dan literasi al-quran yang dilaksanakan setengah jam sebelum mulai pembelajaran pukul 07.30 sampai pukul 08.00, kecuali mungkin hari sabtu. Hari sabtu itu ada muhadharah, guna mencari bakat anak-anak kemana arahnya. Ditampilkan masing-masing kelas

menurut apa yang mereka minati. Program layanan yang kita tawarkan disini, selama ini adalah tahfiz quran. Tahfiz quran ini sudah kami masukkan ke dalam kurikulum.<sup>67</sup>

Pertanyaan yang sama juga ditanyakan kepada waka kurikulum

“Apa saja bentuk program yang ditawarkan di MTsN 1 Abdya?”.

Jawaban yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Kalau kegiatan di pagi hari sama seperti sekolah lainnya, kalau untuk sore hari kami ada kegiatan ekstrakurikuler, dulu ada sekitar 15, tapi saat ini yang jalan hanya beberapa setelah covid. Saat covid terhenti, yang aktif sekarang itu English club, kemudian Arabic club, silat, tahfiz. Sekarang karena berhubung mau bulan puasa kami mengadakan tahfidz camp. Saat ini yang berjalan hanya itu, dulu ada juga bidang seni seperti menari, rapai, rebana dan sebagainya ada sanggarnya disini namanya Al-Mubasyirah. Kalau ada acara kami tampilkan anak-anak. Ada juga drama, namun karena pandemic semua terhenti, yang aktif itu saja dulu. Ada juga les pengembangan di sore hari, seperti misalnya mata pelajaran IPA, bahasa Inggris diarahkan sesuai dengan pembagian tugasnya.<sup>68</sup>

Pertanyaan kedua diajukan kepada kepala madrasah “Apa keunggulan dan kelemahan dari program tersebut?”. Jawaban yang

peneliti peroleh sebagai berikut:

Setiap program pasti ada unggul ada lebih, harapan kita anak-anak kita bisa menghafal paling tidakkan 3 juz selesai di MTs ini. Kelemahannya pasti ada karena tidak semua siswa itu mampu untuk menghafal Al-quran, keterbatasannya menurut masing-masing lah. Menurut masing-masing mereka pahami, ada yang cepat tanggap maka mereka mungkin lebih cepat untuk hafal al-quran, tapi yang mungkin agak kurang maka akan ketinggalan dengan kawan-kawannya. Harapan lain mungkin paling tidak mereka selesailah 1 juz dalam waktu 3 tahun, karena program kita itu sampai 3 juz.<sup>69</sup>

<sup>67</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>68</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>69</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum “Apa keunggulan dan kelemahan dari program tersebut?”. Jawaban yang peneliti peroleh sebagai berikut:

Sampai saat ini mungkin memang yang paling kelihatan ketika anak-anak kami diluar mampu meraih prestasi, dan juga mereka bermental juga dengan mereka sering tampil. Ilmu yang mereka dapatkan dikelas mampu mereka praktekan di lapangan. Kami sampai saat ini masih membawa anak-anak lomba di RIAB, MOSA, di Farhan. Hal-hal negatif untuk saat ini itu mungkin minat siswa belum begitu tinggi, karena mungkin dari orang tua tidak mensupportnya, walaupun orang tua siswa untuk saat ini bekerja sama dengan kami. Cuma kan tidak semua, maka dari itu kami harus lebih intens lagi membangun komunikasi dengan mereka.<sup>70</sup>

Pertanyaan ketiga peneliti ajukan pada kepala sekolah “Bagaimana pelaksanaan kegiatan program tersebut?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Untuk program tahfiz terutama, selain mereka bisa belajar di pagi hari, tapi juga ada dua hari di siang kami ambil ekstrakurikuler itu pun tidak setiap saat. Maksudnya mungkin dalam satu semester 2 bulan setengah, nanti semester kedepan 2 bulan setengah menurut kemampuan anggaran yang ada. Karenakan tahfiz ini para gurunya adalah orang luar semua. Ada juga dari guru disini tapi beberapa orang saja karena kita perlu 16 kelas, tapi guru dari sini itu paling 2 orang saja, sisanya dari luar. Karena aturan untuk BOS itu tidak boleh orang dalam mengajar, maka kita ambil orang luar mengajar.<sup>71</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum “Bagaimana pelaksanaan kegiatan program tersebut?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Selasa rabu itu tahfiz, khusus tahfidz diwajibkan bagi semua siswa tanpa terkecuali. Kemudian di hari rabu itu ada les sore juga, ini tidak semua, menurut kelas nanti dan hanya beberapa

<sup>70</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>71</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

anak yang terlibat disitu. Ada juga di hari kamis kami ada les olimpiade, dengan guru pengajar dari luar agar lebih efektif. Ada juga kegiatan English club dan menjahit. jumat sore ada pramuka, di hari sabtu ada kegiatan silat.<sup>72</sup>

Pertanyaan keempat peneliti ajukan kepada kepala madrasah

“Apakah program tersebut sudah berjalan dengan optimal?”. Jawaban

yang diperoleh adalah:

Maunya kita harus optimal semuanya, program ini harusnya 4 tahun sudah selesai dan kita ganti dengan program yang lain. Tapi banyak kendala yang kita hadapi, mungkin seperti anak kita ada yang cepat dan lambat, sehingga kita perlu evaluasi apalagi ada anak-anak yang masih belum lancar sekali untuk membaca al-quran. Karena apabila seseorang itu tidak lancar membaca al-quran maka akan lambat dia biasanya untuk menghafalnya. Tapi ada juga orang sebaliknya, dia menghafal bisa seperti itu saja hafalannya, tapi tajwidnya dan sebagainya itu tidak diperhatikan ada juga, makanya kita disini kita utamakan anak-anak itu bisa dulu lancar membaca, sebenarnya sudah lancar tapi tingkat kelancarannya itu harus tinggi lagi menurut kaedah tajwid maka itu aja lambat, maka kita harus ajarkan dulu tahsinnya baru nanti menghafal al-quran.<sup>73</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum

“Apakah program tersebut sudah berjalan dengan optimal?”. Jawaban

yang diperoleh sebagai berikut:

Alhamdulillah sebagian sudah, terutama untuk program tahfiz. Itu memang rutin sampai saat ini berjalan. Kemudian English club, menjahit, silat, Arabic club dan olimpiade. Namun, untuk les sore tahun ini vakum dulu.<sup>74</sup>

Pertanyaan kelima peneliti ajukan kepada kepala madrasah

“Apakah ada kendala dan tantangan dalam pelaksanaan program?”.

Jawaban yang diperoleh adalah:

<sup>72</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>73</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>74</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

Pasti ada, adanya yang pertama dananya harus kita sisipkan yang banyak, karena dananya bukan dari orang tua atau komite tapi dana yang kita plotkan dari BOS. Itu sedikit, tidak banyak. Makanya kita tidak bisa buat sampai 6 bulan sekali, misalnya untuk semester ini hanya 2 bulan, berarti hanya 2 bulan kita buat untuk ekstrakurikulernya. Karena ekstrakurikuler yang lain juga ada seperti menjahit, English club, silat, Arabic club nanti ada badminton olahraga kan, banyak sekitar 15 ekstrakurikuler. Disitu harus kita bayar juga mereka maka tidak tercover semua harus kita buat program sabtu, semuanya harus berjalan, apalagi masa-masa olimpiade kita harus pemantapan materi anak-anak sedangkan dana yang kita uploadkan sedikit, kita disini tidak berani untuk mengambil atau mengutip uang. Kemudian, kedua SDM, orang yang mengajarnya kita lihat juga, karna kalo misalnya SDM nya tidak bagus maka kita harus ganti, karena kita mau yang terbaik. Kita bayar mahal-mahal tapi pelaksanaannya tidak optimal.<sup>75</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum

“Apakah ada kendala dan tantangan dalam pelaksanaan program?”.

Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Setiap kegiatan tentu saja ada. tidak ada motivasi dari siswa, dukungan orang tua, termasuk juga tenaga pengajar. Terkadang seperti pada saat olimpiade kami kesulitan mencari tenaga pengajar, sehingga turun tangan dari tenaga guru. Karena jika tenaga pengajar dari luar itu dia lebih optimal pemantapan materinya.<sup>76</sup>

Pertanyaan keenam peneliti ajukan kepada kepala madrasah

“Bagaimana proses penyampaian informasi di MTsN 1 Abdya?”.

Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Kalau informasi yang kita sampaikan, itu pertama saya sebagai kepala sekolah sampaikan dulu sama guru-guru melalui rapat setelah itu baru disampaikan ke para siswa dan baru disampaikan kepada wali murid, paling tidak bisa tersampaikan dengan surat atau misalnya melalui WA grup, nanti disampaikan kalau memang perlu sekali maka mereka itu akan diundang untuk kita

<sup>75</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>76</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

rapatkan secara evaluasi atau bagaimana itu bentuknya, paling tidakkan silaturahmi antara kita dengan orang tua murid.<sup>77</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum

“Bagaimana proses penyampaian informasi di MTsN 1 Abdya?”.

Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Kalau informasi yang kita sampaikan, itu pertama saya sebagai kepala sekolah sampaikan dulu sama guru-guru melalui rapat setelah itu baru disampaikan ke para siswa dan baru disampaikan kepada wali murid, paling tidak bisa tersampaikan dengan surat atau misalnya melalui WA grup, nanti disampaikan kalau memang perlu sekali maka mereka itu akan itu akan diundang untuk kita rapatkan secara evaluasi atau bagaimana itu bentuknya, paling tidakkan silaturahmi antara kita dengan orang tua murid.<sup>78</sup>

Pertanyaan ketujuh yang peneliti ajukan kepada kepala madrasah

“Bagaimana tahapan pelaksanaan pelayanan kesehatan di MTsN 1

Abdya?”. Jawaban yang diberikan adalah:

Memang kita disini tidak ada secara khusus pelayanan kesehatan, mungkin disekolah lain yang sudah besar mereka punya klinik, kita hanya ada UKS tempat untuk menampung sementara, ada obat-obat, jika ada mereka yang penting mereka bisa tidur sebentar disitu, karena ada tempat tidur. Kalau memang misalnya tidak bisa, tidak bertahan untuk anak-anak maka kita akan panggil orang tuanya dan dibawa pulang.<sup>79</sup>

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada waka kurikulum

“Bagaimana tahapan pelaksanaan pelayanan kesehatan di MTsN 1

Abdya?”. Jawaban yang diberikan adalah:

UKS untuk saat ini berjalan dengan baik, apalagi kami juga ada kerjasama dengan dinas kesehatan Abdya, jadi mereka rutin datang sebulan sekali, atau 2 kali dalam sebulan. Senin kemarin kami ada datang PJ bupati kemudian dari dinas kesehatan untuk sosialisasi tentang stunting, memeriksa kantin. Jadi kami ada

<sup>77</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>78</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>79</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

kantin disini namanya kantin sehat, dimana makan-makanan disana itu sangat dijaga.<sup>80</sup>

Pertanyaan kedelapan peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Apakah pelayanan dalam aspek pembelajaran dan ekstrakurikuler dapat meningkatkan daya minat siswa dalam belajar?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Ya selama ini memang begitu adanya, kalau misal ekstrakurikuler kan masing-masing dia menurut bakat minatnya. Kalau bakat minatnya ke bahasa Inggris, maka ke bahasa Inggris. Apalagi sekarang kita disekolah ini sudah ada kelas-kelas tertentu, ada kelas tahfiz, kelas bilingual bahasa, ada kelas BP bina prestasi, ada agama dan sosial. Pada saat mereka di kelas 7 mau naik ke kelas 8, itu mereka tidak satu kelas lagi, menurut bakat minatnya kalau mereka lebihnya ke bahasa Inggris dan bahasa Arab maka mereka bilingual, kalau mereka lebih ke sains dan matematika maka mereka nanti di BP, bina prestasi. Kalau dia lebih ke tahfiz, jadi nanti ke kelas tahfiz.<sup>81</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum “Apakah pelayanan dalam aspek pembelajaran dan ekstrakurikuler dapat meningkatkan daya minat siswa dalam belajar?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Bisa iya, bisa tidak. Karena itu kembali lagi pada anak-anak. Yang untuk kelas sains dan bilingual itu ada peningkatannya. Mereka lebih termotivasi, apalagi sering ikut kompetisi jadi mereka lebih berambisi. Untuk beberapa anak itu ada peningkatannya.<sup>82</sup>

Pertanyaan kesembilan peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Siapa-siapa aja yang penanggung jawab utama dalam menjalankan program tersebut?”. Jawaban yang diberikan sebagai berikut:

<sup>80</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>81</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>82</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

Kalau untuk siswa itu adalah waka kesiswaan, nanti dibantu dengan koordinator masing-masing atau Pembina masing-masing yang sudah kita tunjuk melalui pembagian tugas. Misalnya setiap semester atau setiap tahun ajaran itu kita tetap memberi tugas pada mereka, misal dia mampu olimpiade kita berikan dia menjadi pembina olimpiade, kalau misalnya dia tahfiz maka kita berikan ke tahfiz, bukan hanya mereka itu harus guru negeri, guru non negeri juga kita berikan kesempatan kalau mereka mampu.<sup>83</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum “Siapa-siapa aja yang penanggung jawab utama dalam menjalankan program tersebut?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Yang pasti kepala sekolah, kemudian saya selaku waka kurikulum, kesiswaan dan juga dari OSIM.<sup>84</sup>

Pertanyaan terakhir peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Apakah layanan pengajaran, informasi dan kesehatan di sekolah berjalan secara konsisten dan berdampak bagi murid, guru dan tenaga pendidik?”. Jawaban yang diberikan adalah:

Kalau untuk program berjalan semestinya walaupun ada kendala-kendala di lapangan itu biasa, misalnya ada guru sekolah ditugaskan di luarnya, anak-anak tidak ada yang mengajar, paling digantikan dengan piket atau orang lain pengganti mereka, dan tidak semuanya mampu dengan jurusan yang ada. Kalau setiap saat ya lancar-lancar saja tidak ada masalah. Tapi dengan adanya pembelajaran di pagi hari dan sore hari, ekstrakurikuler nya, anak-anak tersalurkan bakat yang sudah ada. Seperti anak-anak yang mampu di silat ya ke silat dia.<sup>85</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka kurikulum “Apakah layanan pengajaran, informasi dan kesehatan di sekolah berjalan secara konsisten dan berdampak bagi murid, guru dan tenaga pendidik?”. Jawaban yang diberikan adalah:

---

<sup>83</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>84</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>85</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Iya, itu semua berjalan dengan baik. Dampaknya tentu ada buat siswa. Kalau dari segi pembelajaran, MTsN ini menjadi favorit berdasarkan output yang dilihat oleh masyarakat tanpa kamu harus berbicara atau promosi berlebihan. Seperti pada saat PPDB ini, semangat orang tua untuk memasukkan anaknya kesini itu luar biasa tinggi karena sudah melihat sendiri hasil yang kami dapatkan, baik itu dari kompetisi olahraga yang merupakan bagian dari ekstrakurikuler atau lainnya. Begitu juga bagi tenaga pendidik disini, apalagi tuntutan teknologi sekarang ini mengharuskan guru untuk paham dan bisa digunakan dalam pengajaran.<sup>86</sup>

## **2. Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk Di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui Sumbangan Biaya Pendidikan**

Pertanyaan pertama peneliti ajukan kepada kepala madrasah

“Bagaimana perencanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Kalau perencanaannya, sebelum tahun yang kita jalani, misalnya tahun 2024 nanti, itu biasanya di bulan 10 paling terlambat bulan 12 itu kita sudah rencanakan untuk tahun kedepannya. Karena kita disini punya akun-akun dia, misalnya akun untuk pembayaran belanja bahan disitu nanti ada gaji pegawai non PNS dan lainnya. Disitu kita anggarkan berapa orang non PNSnya, GTT nya berapa PTT nya berapa, kemudian berapa yang harus kita bayar. Kemudian ada lagi akun pemeliharaan juga begitu, misalnya kalau kita ada dapat 600 juta berarti kita bagi sampai 10 atau 12 akun. Disitu nanti ada yang banyak, paling tidak satu akun itu 20% yang tidak boleh, kecuali sudah ada diberikan kesempatan pada kita boleh lebih dari 20%, tapi setelah kita bagi mungkin tidak sampai 20%, mungkin ada yang 15 %, ada 10% dan sebagainya, sehingga tidak mau kita buat sesuatu yang lebih besar mungkin tidak bisa dengan uang yang ada, itu juga menjadi kendala. Kalau tidak ada baru kita cari dari luar, dari donator dan lain sebagainya, itu saja sebenarnya tidak cukup untuk kegiatan besar yang ingin kita lakukan.<sup>87</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara

“Bagaimana perencanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

<sup>86</sup> Wawancara dengan waka kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya, Selasa 7 Maret 2023

<sup>87</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Pembiayaan dibuat dengan membuat RKAKL, habis itu dengan mengalokasikan dana-dana yang ada, ada yang 20 %, ada yang 10 %, seperti itu.<sup>88</sup>

Pertanyaan kedua peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Bagaimana pelaksanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Pembiayaannya menurut kegiatan, kalau misalnya untuk kegiatan output pembelajaran berarti dilaksanakan di pagi hari, seperti ujian, jadi panitia PPDB dan sebagainya itu termasuk anggaran yang di pagi hari outputnya, kalau ATK ya ATK berapa yang kita buat disitu, pembeliannya apa-apa saja menurut aturan yang sudah ada. Kemudian untuk jenis profesi juga misal untuk ekstrakurikuler, yang harus kita bayar, misalnya untuk bidang keagamaan itu dilaksanakan di ekstrakurikulernya.<sup>89</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara “Bagaimana pelaksanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Pelaksanaan melalui dana BOS, penarikannya menurut kebutuhan di bulan itu apa saja yang dibutuhkan.<sup>90</sup>

Pertanyaan ketiga peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Bagaimana evaluasi pembiayaan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Evaluasinya itu pertama oleh kepala sekolah sendiri, evaluasi terhadap bendahara, kemudian nanti ada 6 bulan sekali nanti ada turun tim dari kabupaten yang memeriksa keuangan BOS misalnya, keuangan yang ada di sekolah, nanti diperiksa diberikan saran-saran kalau misalnya ada perbaikan ada yang tidak lengkap maka dilengkapi dan sebagainya. Terutama untuk evaluasi itu untuk diaudit, pertama dari kepala sekolah ke bendaharanya, setiap bulan nanti bendahara laporkan, apa yang sudah diambil,

<sup>88</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>89</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>90</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

kemudian berapa uang, uangnya tidak ada, kita utang dan lain sebagainya, bagaimana cara pembayaran gitu.<sup>91</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara “Bagaimana evaluasi pembiayaan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut :

Evaluasinya tiap enam bulan sekali dilaporkan, karena itu dana BOS, dievaluasi oleh kepala ada juga nanti dari kantor kemenag.<sup>92</sup>

Pertanyaan keempat peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Bagaimana sistem alokasi dana sekolah dalam pembangunan MTsN 1 Abdya?” jawaban yang diberikan sebagai berikut:

Kalau untuk pembangunan kita tidak ada untuk pembangunan disini, tapi yang ada adalah dana pemeliharaan namanya. Dana pemeliharaan itu tidak banyak, paling-paling 40 juta atau 45 juta misalnya menurut aturan yang berlaku untuk pemeliharaannya, kalau uang segitu untuk hari ini apa yang kita buat, buat plafon untuk satu ruang sudah habis semuanya, kita mau buat yang lain tapi gak bisa, jadi tunggu untuk tahun kedepannya. Untuk belanja modal juga begitu, mau beli misalnya TV tujuh item tapi tidak cukup uangnya maka untuk tahun depan pula kita anggarkan, tapi untuk membangun gedung madrasah tidak bisa, kita harus cari proposal dulu ditingkat nasional yang ISBN, mungkin kita di tahun 2024 kalau memang ada turunnya nanti untuk pembangunan. Karenakan tidak mungkin kita buat 45 juta untuk satu kelas.<sup>93</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara “Bagaimana sistem alokasi dana sekolah dalam pembangunan MTsN 1 Abdya?” jawaban yang diberikan sebagai berikut:

Itu cuma pemeliharaan.<sup>94</sup>

<sup>91</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>92</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>93</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>94</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

Pertanyaan kelima peneliti diajukan kepada kepala madrasah “Bagaimana pelaporan keuangan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diberikan adalah:

Seperti tadi, pelaporannya tetap seperti itu, dari bendahara lapor ke kepala sekolah, kalau sudah nanti apa yang kurang ada catatannya nanti baru di laporkan ke dinas atau ke kemenag.<sup>95</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti diajukan kepada bendahara “Bagaimana pelaporan keuangan di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diberikan adalah:

Pelaporannya dengan enam bulan sekali dilaporkan, ada BKU ada rekening Koran, SPM nya itu harus sama semua seperti yang ada di BKU dan rekening Koran. Itu dari dana BOS.<sup>96</sup>

Pertanyaan keenam peneliti diajukan kepada kepala madrasah “Dari mana saja sumber pendapatan dana sekolah?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Kalau untuk dana pendapatan sekolah kita yang ada dari BOS itu, lain tidak ada kita.<sup>97</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti diajukan kepada bendahara “Dari mana saja sumber pendapatan dana sekolah?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Dari dana BOS.<sup>98</sup>

Pertanyaan ketujuh peneliti diajukan kepada kepala madrasah “Apakah dana yang sudah digunakan telah memberikan dampak signifikan dalam pembangunan sekolah?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

<sup>95</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>96</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>97</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>98</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

Kalau pembangunan tadi tidak nampak, mungkin di pemeliharaan itu. Untuk tahun ini misalnya mengecat sekolah dengan dana yang ada, itu saja yang nampak. Mungkin nanti kita buat plafon, pagar dan sebagainya jika belum terselesaikan.<sup>99</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara “Apakah dana yang sudah digunakan telah memberikan dampak signifikan dalam pembangunan sekolah?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Belum optimal, karena dana nya Cuma untuk pemeliharaan, kalau untuk pembangunan belum ada. misal untuk cat sekolah. Termasuk semua kebutuhan di sekolah ini masuk ke dana BOS semua.<sup>100</sup>

Pertanyaan kedelapan peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Apakah dana yang tersedia dapat dialokasikan secara optimal?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Menurut kita iya, tapi dalam pelaksanaan tidak cukup. Misalnya kita alokasikan ini ada beberapa item, tapi dalam pelaksanaannya bisa jadi uang itu tidak cukup, karena kenapa mungkin bahan untuk tahun kemarin itu tidak naik, tapi bahan untuk tahun depannya sudah naik harga, sehingga tidak ter cover, menurut uang yang ada kita belanjakan.<sup>101</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan pada bendahara “Apakah dana yang tersedia dapat dialokasikan secara optimal?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Belum optimal.<sup>102</sup>

Pertanyaan kesembilan peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Siapa saja yang bertanggung jawab mengelola, mengontrol dan

<sup>99</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>100</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>101</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>102</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

mengawasi keuangan sekolah?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Untuk mengelolanya, kami ada tim pengelola, ada nanti kepala sekolah sebagai KPA nya, kemudian nanti ada PPSPM nya, pemeriksa keuangannya, bendahara, dan juga staf. Disamping itu ada juga pengawasan dari luar juga, dari kemenag sendiri yang mengawasinya. Kalau untuk mengelolanya itu ada bagian masing-masing, misal kalau prasarana untuk pembangunan tidak bisa dilaksanakan oleh tim itu, maka dilaksanakan oleh waka prasarana, yang kemudian nanti dilaporkan kepada kita.<sup>103</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara “Siapa saja yang bertanggung jawab mengelola, mengontrol dan mengawasi keuangan sekolah?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Kepala sekolah, setelah itu pengawas, ada juga dari kemenag nantinya.<sup>104</sup>

Pertanyaan terakhir peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Apa saja kendala dalam pengelolaan dan pengalokasian dana di sekolah?”.

Jawaban yang diperoleh adalah:

Kalau kendala banyak sebenarnya tapi kita usahakan meminimalisir kendala tersebut, paling seperti dana yang tidak cukup, kalau yang lain masih bisa kita tangani dengan bantuan teman-teman. Tapi khusus untuk kendala yang besar itu belum ada, Cuma yang kecil-kecil saja.<sup>105</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada bendahara “Apa saja kendala dalam pengelolaan dan pengalokasian dana di sekolah?”.

Jawaban yang diperoleh adalah:

<sup>103</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>104</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>105</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Kita untuk pelaporannya itu SPM nya itu harus lengkap, jika SPM nya tidak lengkap jai kitak bisa bikin laporan yang optimal.<sup>106</sup>

### 3. Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Peningkatan Minat Masuk Di Mtsn 1 Aceh Barat Daya melalui Ketersediaan Sarana Prasarana

Pertanyaan pertama peneliti ajukan kepada kepala madrasah

“Apakah madrasah menyediakan alat-alat pendidikan sebagai sarana pembelajaran?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Ada, seperti buku. Setiap tahun kita harus beli menurut dana yang tadi juga. Dikarenakan buku sekarang mahal sekali. Tapi untuk anak-anak setiap tahun kita beli itu. Seperti media pembelajaran seperti infocus, computer sesuai dengan dana yang tersedia menurut kemampuan kita.<sup>107</sup>

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan pada waka sarana prasarana

“Apakah madrasah menyediakan alat-alat pendidikan sebagai sarana pembelajaran?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Iya, kami sediakan.<sup>108</sup>

Pertanyaan kedua peneliti ajukan pada kepala madrasah “Apakah madrasah menyediakan alat peraga sebagai sarana pendukung dalam pembelajaran?”. Jawaban diperoleh sebagai berikut:

Biasa matematika dan IPA ada lab sendiri, kita menyediakan lab agar nanti mereka bisa belajar di situ.<sup>109</sup>

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada waka sarana prasarana “Apakah madrasah menyediakan alat peraga sebagai sarana pendukung dalam pembelajaran?”. Jawaban diperoleh sebagai berikut:

Tentunya ada. ada yang dari sekolah, ada juga dari gurunya sendiri.<sup>110</sup>

<sup>106</sup> Wawancara dengan bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>107</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>108</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret

<sup>109</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Pertanyaan ketiga peneliti diajukan pada kepala madrasah “Apakah madrasah menyediakan media pengajaran sebagai sarana pembelajaran?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Ya, ada pastinya. Seperti laptop, computer, infocus. Kedepan mungkin kita akan membuat model pembelajaran digital. Guru-guru mengajar pun sebagian menggunakan infocus untuk pengajaran.<sup>111</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan pada waka sarana dan prasarana “Apakah madrasah menyediakan media pengajaran sebagai sarana pembelajaran?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Iya, ada.<sup>112</sup>

Pertanyaan keempat peneliti diajukan pada kepala madrasah “Apa saja sarana dan prasarana yang ada MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Kalau sarana ya seperti yang terlihat disini, ada bangku, kursi, meja guru, lemari, computer, laptop dan lain sebagainya. Kita tetap ada walaupun tidak semua harus lengkap. Yang tidak ada mungkin lab bahasa saja, itu kita belum ada. Cuma untuk alatnya mereka menyediakan sendiri, model pembelajarannya mereka laksanakan sendiri walaupun tidak ada lab, dengan tip biasa mereka bisa mendengar listening dan sebagainya.<sup>113</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka sarana prasarana “Apa saja sarana dan prasarana yang ada MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

---

2023 <sup>110</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret

<sup>111</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

2023 <sup>112</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret

<sup>113</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Sarana dan prasarana disini ada banyak, kami menyediakan lapangan, ruang belajar, kantor, dan lain sebagainya.<sup>114</sup>

Pertanyaan kelima peneliti diajukan pada kepala madrasah “Apakah sarana prasarana yang tersedia sudah mencukupi kebutuhan madrasah?”

jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Belum, masih banyak. Misalnya infocus seharusnya 16 buah disesuaikan dengan jumlah kelas, kita mungkin hanya ada sebagiannya saja. Maka setiap tahun harus beli satu atau dua. Karena tidak mungkin untuk itu semua, untuk media lain tidak cukup.<sup>115</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka sarana prasarana “Apakah sarana prasarana yang tersedia sudah mencukupi kebutuhan madrasah?” jawaban yang diperoleh sebagai berikut:

Belum mencukupi, seperti lapangan tenis meja, kita perlu beberapa tapi yang ada hanya satu.<sup>116</sup>

Pertanyaan keenam peneliti diajukan pada kepala madrasah “Bagaimana madrasah mengembangkan sarana prasarana?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Kalau madrasah mengembangkan sarana dan prasarana itu tergantung kepada orangnya, kitanya sendiri. Ada sebagian kita mau, yang ada alat bahan media dan sebagainya maka dia lakukan, kalau tidak ya barti kurang mampu dan sebagainya. Tapi Alhamdulillah disini untuk pembelajaran dan sebagainya itu sesudah menggunakan laptop, menggunakan infocus walaupun tidak setiap saat.<sup>117</sup>

<sup>114</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>115</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>116</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>117</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan pada waka sarana prasarana “Bagaimana madrasah mengembangkan sarana prasarana?”.

Jawaban yang diperoleh adalah:

Jika itu untuk pengajaran, guru guru ada yang menciptakan sendiri jika tidak ada dari sekolah.<sup>118</sup>

Pertanyaan ketujuh peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Apakah sarana dan prasarana di MTsN 1 Abdya dapat mendukung pembelajaran di sekolah?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Iya, dapat.<sup>119</sup>

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan pada waka sarana dan prasarana “Apakah sarana dan prasarana di MTsN 1 Abdya dapat mendukung pembelajaran di sekolah?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Sangat mendukung, Cuma tidak sepenuhnya karena sarana prasarana yang terbatas.<sup>120</sup>

Pertanyaan terakhir peneliti ajukan kepada kepala madrasah “Apakah sarana dan sarana dapat digunakan secara optimal dalam mengembangkan minat dan bakat siswa di MTsN 1 Abdya?”. Jawaban yang diperoleh adalah:

Kalau untuk olah raga mungkin iya, karena kita punya lapangan walaupun bukan punya kita. Lapangan orang kita pinjam. Yang lain juga bisa walau tidak semuanya, bakat anak-anak itu yang bisa tersalurkan misalnya seperti music, kita belum ada bandnya, anak-anak mungkin lebih cenderung ke music tapi band nya gak ada, kita hanya ada gitar aja, yang lain tidak ada. kebutuhan lain seperti silat, mereka butuh matras, kita ada.<sup>121</sup>

<sup>118</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>119</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

<sup>120</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>121</sup> Wawancara dengan kepala madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya, Senin 13 Maret 2023

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada waka sarana prasarana “Apakah sarana dan sarana dapat digunakan secara optimal dalam mengembangkan minat dan bakat siswa di MTsN 1 Abdya?”.

Jawaban yang diperoleh adalah:

Kalau kita lihat dari persediaan ya bisa. Cuma jika persediaannya lengkap dan cukup tentunya lebih baik lagi. Tapi dengan sarana dan prasarana yang ada sekarang ini, bakat anak-anak masih bisa disalurkan.<sup>122</sup>

### C. Pembahasan dan Hasil Penelitian

#### 1. Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk MTSN 1 Aceh Barat Daya melalui Program Layanan Madrasah

Produk dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah lembaga yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Atau dengan kata lain produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>123</sup>

Dalam pemasaran jasa pendidikan, produk jasa atau program layanan pendidikan merupakan hal yang dibutuhkan dalam menarik minat konsumen. Keberhasilan sekolah diukur dari tingkat kepuasan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Sekolah dikatakan berhasil jika mampu memberikan pelayanan

<sup>122</sup> Wawancara dengan waka sarana prasarana MTsN 1 Aceh Barat Daya, Rabu 8 Maret 2023

<sup>123</sup> Buchori Alma, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta), 2008, hlm.157

sama atau melebihi harapan pelanggan, karena mereka sudah mengeluarkan *budget* cukup banyak pada lembaga pendidikan.

Menurut Marzuki Mahmud, secara garis besar terdapat enam layanan pendidikan, yaitu:<sup>124</sup>

- a. Layanan informasi.
- b. Layanan sarana prasana.
- c. Layanan administrasi.
- d. Layanan bimbingan.
- e. Layanan pengembangan bakat dan minat serta keterampilan.
- f. Layanan kesejahteraan.

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara tentang pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui program layanan madrasah menunjukkan bahwa program tahfiz menjadi program yang diminat oleh siswa dan menjadi program unggulan di MTsN 1 Aceh Barat Daya. Program tahfiz sendiri dilaksanakan selama lebih kurang dua bulan dalam satu semester pada pagi dan siang hari. Selain itu, juga terdapat beberapa program lainnya, diantaranya les sore, kesenian, Arabic club, English club, dan olahraga.

Namun, akibat dampak dari wabah covid-19 beberapa dari program tersebut tidak diaktifkan, yaitu les sore. Meskipun begitu beberapa program lainnya masih rutin berjalan dengan koordinator di masing-masing bidang.

Selain layanan pembelajaran, MTsN 1 Aceh Barat Daya juga menyediakan layanan informasi dan kesehatan. Proses penyampaian informasi bisa dilakukan

---

<sup>124</sup> Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi...*, hlm.63-65

melalui rapat, surat dan sosial media melalui Whatsapp, yang disampaikan kepada guru-guru untuk kemudian dilanjutkan kepada orangtua siswa. Untuk layanan kesehatan MTsN 1 Aceh Barat Daya menyediakan Unit Kesehatan Siswa (UKS) untuk siswa yang sakit.

Berdasarkan pembahasan diatas, program layanan yang ditawarkan mampu menarik minat masuk peserta didik di MTsN 1 Aceh Barat Daya. Hal ini sesuai dengan teori Amruddin yang menjelaskan bahwa bentuk produk jasa yang ditawarkan oleh madrasah adalah produk jasa dibidang akademik. Sealin itu haru juga membuat produk yang lebih bervariasi seperti kegiatan olahraga, kesenian, keagaman dan lainnya untuk menambah kualitas madrasah sehingga menjadi daya tarik bagi konsumen.

## **2. Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Peningkatan Minat Masuk Di Mtsn 1 Aceh Barat Daya melalui Sumbangan Biaya Pendidikan**

Unsur penting dalam kegiatan pemasaran adalah harga yang merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan.<sup>125</sup> Biaya yang dikeluarkan dapat berupa SPP, biaya praktikum, uang pembangunan dan biaya lainnya yang diberikan konsumen kepada lembaga pendidikan sebagai imbalan terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara tentang pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui sumbangan biaya pendidikan menunjukkan bahwa siswa tidak mengeluarkan

---

<sup>125</sup> Afidatun Khasanah, *pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden, Jurnal El-Tarbawi*, Vol. 8, No. 2, 2015

biaya apapun terkait program layanan. Hal ini dikarenakan setiap kegiatan atau program yang dijalankan menggunakan dana BOS yang diterima oleh madrasah.

Dana BOS yang diterima oleh madrasah digunakan untuk pemeliharaan madrasah, kegiatan yang diselenggarakan madrasah, serta untuk membiayai mentor yang dipakai oleh madrasah dalam kegiatan belajar tambahan siswa. Penggunaan dana tersebut akan dievaluasi setiap enam bulan sekali oleh tim yang diutus dari dinas kabupaten.

Namun, dana yang didapatkan oleh MTsN 1 Aceh Barat Daya belum memberikan dampak yang signifikan dalam pembangunan madrasah. Hal ini disebabkan dana yang didapat hanya cukup untuk pemeliharaan madrasah.

Berdasarkan keterangan diatas, terdapat kesesuaian dengan PP Nomor 48 Tahun 2008 tentang pendanaan pendidikan pasal 3 mengenai jenis biaya pendidikan, yaitu:

- b. Biaya satuan pendidikan; meliputi biaya investasi lahan pendidikan dan investasi selain lahan pendidikan, biaya personalia dan nonpersonalia.
- c. Biaya penyelenggaraan dan pengelolaan pendidikan.
- d. Biaya pribadi peserta didik.<sup>126</sup>

### **3. Pemasaran Jasa Pendidikan untuk Peningkatan Minat Masuk MTSN 1 Aceh Barat Daya melalui Ketersediaan Sarana Prasarana** Dalam bauran pemasaran jasa pendidikan terdapat *physical evidence*

(bukti fisik) atau sarana prasarana yang merupakan komponen penting untuk mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli dan

---

<sup>126</sup> Kementerian Keuangan, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2008 Tentang Pendanaan Pendidikan, <https://jdih.kemkeu.go.id/fulltext/2008/48TAHUN2008PP.htm> , diakses pukul 11.23 WIB, 7 Mei 2023.

menggunakan produk/jasa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan. Sarana dan prasarana yang ada di suatu madrasah termasuk sebagai *physical evidence*. Dengan adanya fasilitas sarana prasarana lengkap dalam proses pembelajaran akan memberikan dorongan bagi konsumen untuk menggunakan jasa lembaga tersebut sebagai investasi mereka dalam belajar.

Menurut Ibrahim Mufadhal ada dua jenis sarana pendidikan:

- a. Sarana pendidikan yang secara langsung digunakan dalam proses belajar mengajar, contohnya adalah kapur tulis, dan sarana pendidikan lainnya yang digunakan guru dalam mengajar.
- b. Sarana pendidikan yang secara tidak langsung yang tidak langsung berhubungan dengan proses belajar mengajar, contohnya seperti lemari arsip di kantor sekolah.

Sedangkan prasarana pendidikan di sekolah bisa diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu:

- a. Prasarana pendidikan yang secara langsung digunakan untuk proses belajar mengajar, seperti ruang teori, ruang perpustakaan, ruang praktik, dan ruang laboratorium.
- b. Prasarana sekolah yang keberadaannya tidak digunakan untuk proses belajar mengajar, tetapi secara langsung sangat menunjang terjadinya proses belajar mengajar, contohnya ruang kantor, kantin sekolah, tanah

dan jalan menuju sekolah, kamar kecil, ruang UKS, ruang guru, ruang kepala sekolah, dan tempat parkir kendaraan.<sup>127</sup>

Berdasarkan teori diatas dan temuan hasil penelitian dari wawancara tentang pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui ketersediaan sarana prasarana menunjukkan bahwa siswa difasilitasi dengan tersedianya buku ajar setiap tahunnya sebagai pendukung dalam pembelajaran serta menyediakan alat-alat peraga dan laboratorium untuk kepentingan praktikum siswa dan media pengajaran seperti komputer dan infocus.

Namun, sarana prasarana yang tersedia di MTsN 1 Aceh Barat Daya belum mencukupi kebutuhan madrasah, seperti infocus yang masih kurang jumlahnya, alat music dan lainnya. Meskipun begitu, sebagian sarana prasarana yang ada sudah mencukupi kebutuhan siswa dalam meningkatkan kualitas mereka khususnya dalam bidang olahraga, sehingga minat dan bakat siswa masih bisa tersalurkan.

Berdasarkan pembahasan tersebut, teori menurut Amruddin, sarana prasaran yang dimiliki oleh MTsN 1 Aceh Barat Daya sudah mencukupi kebutuhan madrasah dalam keberlangsungan proses jasa dalam menarik minat masuk peserta didik.

---

<sup>127</sup> Ibrahim Mufadal, *Seri Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Berbasis Sekolah Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara), 2003, hlm. 2-3

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

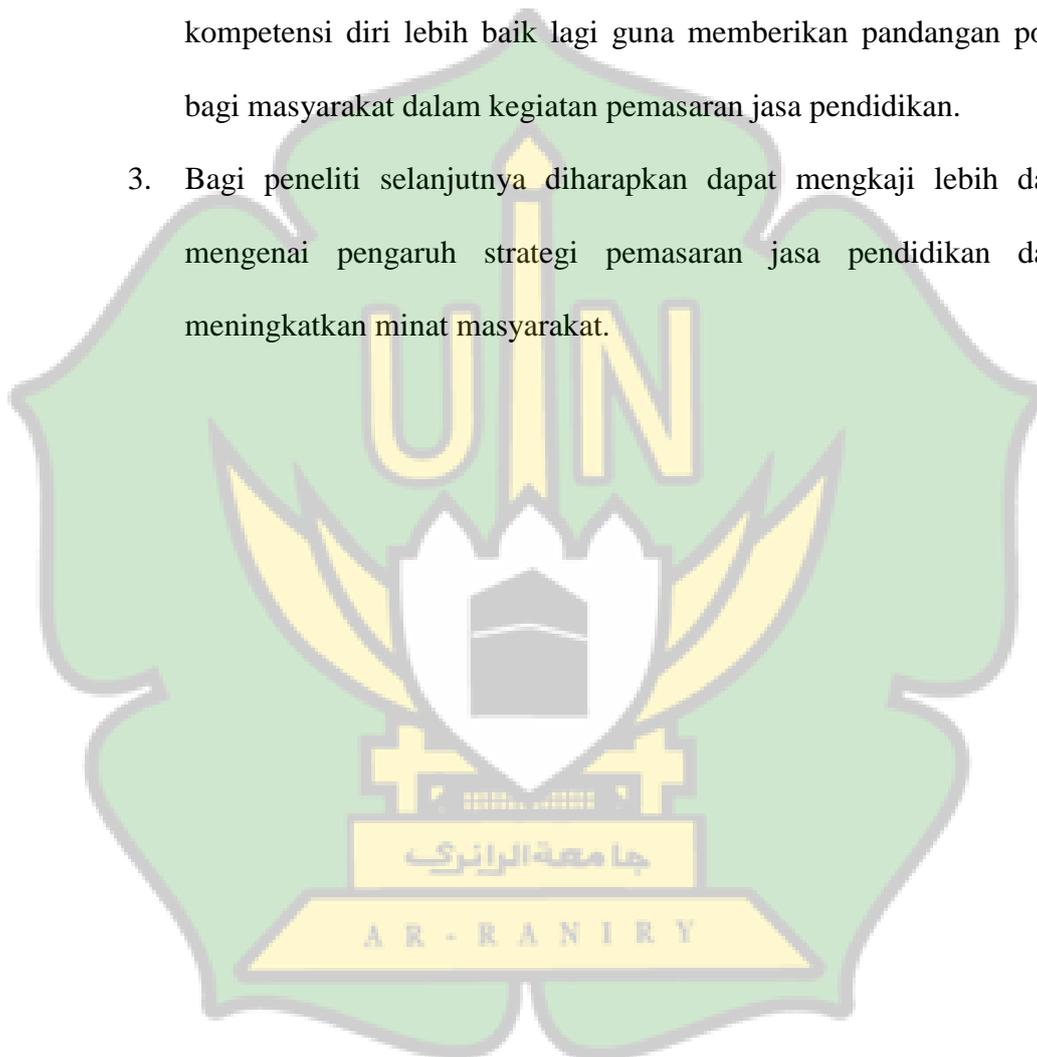
Berdasarkan hasil penelitian yang yang peneliti lakukan di MTsN 1 Aceh Barat Daya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui program layanan madrasah terlaksana dengan baik dengan adanya program thafiz sebagai program unggulan, layanan informasi yang terbuka serta ketersediaan layanan kesehatan bagi siswa.
2. Pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui sumbangan biaya pendidikan diterima dari dana BOS yang digunakan untuk pemeliharaan madrasah, kegiatan madrasah, siswa tidak mengeluarkan biaya apapun terkait program yang diikuti.
3. Pemasaran jasa pendidikan dalam peningkatan minat masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya melalui ketersediaan sarana prasarana sudah mencukupi kebutuhan siswa dalam belajar, hal itu dilihat dari tiap tahun terdapat penambahan, baik untuk buku maupun alat pendukung pembelajaran lainnya, khususnya dibidang olahraga.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, berikut saran-saran yang diajukan:

1. Bagi kepala Madrasah diharapkan lebih memberikan inovasi kreatif dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan guna mewujudkan madrasah yang berinovasi bagi masyarakat.
2. Bagi guru dan staf karyawan diharapkan mampu meningkatkan kompetensi diri lebih baik lagi guna memberikan pandangan positif bagi masyarakat dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. dan J.T. Prastyana. (2005). *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Alipandie, I. (1984). *Didaktik Metodik Pendidikan Umum*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. (2009) *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfabeta).
- Alma, Buchori. (2008). *Manajemen Coorporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Loyanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Amruddin, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*. Yogyakarta: K-Media.
- Ananda, Rusydi dan Oda Kinata Banurea. (2017). *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan*. Medan: CV. Widya Puspita.
- Andreas. (2021). “Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19”. *Prosiding Webinar Nasional IAHN-TP Palangka Raya*. No.6.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Arends, R.T. (1984). *Strategi-strategi Belajar*. Surabaya: University Press.
- Bafadal. (2014). *Manajemen Perlengkapan Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Chusni, Muhammad Minan dkk. (2021). *Strategi Belajar Inovatif*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- David. (2004). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Selemba Empat.
- Dimiyati dan Mujiono. (1996). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fadjarajani, Siti dkk. (2020). *Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Faizin, Imam. (2017). “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*”. *Jurnal Madaniyah*. Vol.7. No. 2.
- Gilligan, Colin dan Richard M.S. Wilson. (2009). *Strategic Marketing Planning*. London: Elsevier.
- Handayani, Budi dan Bambang Ismanto. (2020) “*Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Nonformal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat*”. *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)*. Vol.4. No. 2.
- Hasibuan, Malayu. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hidayat, Rahmat dan Candra Wijaya. (2017). *Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia.

Hooley, Graham J. dkk. (2008). *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. London: Prentice Hall.

Kementrian Keuangan. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2008 Tentang Pendanaan Pendidikan. <https://jdih.kemkeu.go.id/fulltext/2008/48TAHUN2008PP.htm> . diakses pukul 11.23 WIB, 7 Mei 2023.

Khasanah, Afidatun. (2015). *pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi peningkatan mutu di SD Alam Baturraden*. *Jurnal El-Tarbawi*. Vol. 8. No. 2.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten.

Kotler. (t.t). *Marketing Manajemen*. Prentice Hall: Upper Saddle River.

Labaso, Syahrial. (2018). “*Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*”. *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 3. No.2.

Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Machali, Imam dan Ara Hidayat. (2018). *The Handbook of Education Management*. Jakarta: Kencana.

Mahmud MY, dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19*. *Journal of Management in education*. Vol.6. No.1.

- Mahmud, Marzuki. (2012). *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Martin. (2014). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan: Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pers
- Matin dan Nurhattati Fuad. (2016). *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mentari, Eca Gesang dkk. (2020). *Manajemen Pengembangan Pendidikan Anak Usia Dini*. Yogyakarta: Hijaz Pustaka Mandiri.
- Michael, Hitt dkk. (1997). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Minarti, Sri. (2012). *Manajemen Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mufadal, Ibrahim. (2003). *Seri Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Berbasis Sekolah Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Muhaimin. (2011). *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyasa. (2003). *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep, Strategi dan Implementasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyono. (2010). *Konsep Pembiayaan Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mundir, Abdillah. (2016). “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah”. *Malia*. Vol. 7. No. 1.

- Mudir, Abdillah. (2016). “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah*”.  
*Malia*. vol.7. No. 1.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ningrum, Epon. (2016). *Pengembangan sumber daya manusia bidang pendidikan, Jurnal Geografi Gea*. Vol.9. No.1.
- Nisa, Afiatin. (2015). “*Pengaruh Perhatian Orang Tua dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*”. *Faktor Jurnal Ilmiah Pendidikan*. Vol. 2. No. 1.
- Nisa, Afiatin. (2015). “*Pengaruh Perhatian Orang Tua dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*”. *Faktor Jurnal Ilmiah Pendidikan*. Vol. 2. No. 1.
- Prihatin, Rani Putri dan Iqbal Faza Muhammad. (2020). “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTsN 5 Sleman*”. *Evaluasi*. Vol.4. No.2.
- Raya. (2016). *Marketing Jasa di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran dalam Pendidikan)*. 7.
- Sarifudin dan Rehendra Maya. (2019) “*Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah Bogor*”. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 2. No.2.
- Simbolon, Naeklan. (2014). “*Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Belajar Peserta Didik*”. *Elementary School Journal Pgsd Fip Unimed*. Vol.1. No.2.

- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudiarta. I Nyoman. (2011) “*Strategi Pemasaran: Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Pariwisata, Gaya Hidup Konsumen dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan*”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi STIE Triatma Mulya*. Vol. 16. No. 2.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suryobroto, B. (1997). *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutiah. (2016). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. (Sidoarjo: Nizamia Learning Center).
- Sutiah. (2016). *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Sutiso, Oteng. (1985). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Angkas.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syafaruddin, dkk. (2016). *Administrasi Pendidikan*. Medan: Perdana Publishing.
- Tarmuji, T. (1997). *Metode dan Media Penyajian Materi*. Yogyakarta: Liberty.
- Tim dosen administrasi Universitas Pendidikan Indonesia, (t.t.). *Manajemen Pendidikan*. ttp.: tnp.

Tim Redaksi KBBI. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Jakarta:

Balai Pustaka.

Trygu. (2021). *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*. Bogor: Guepedia.

wijaya, Candra dkk. (2019) *Manajemen Sumber Daya Pendidik dan Tenaga*

*Kependidikan*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan

Indonesia.

Wijaya, David. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Syech Abdur Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh, 23111  
Telepon. (0651) 7551423, Fax. 0651- 7553020. Situs: ftk.uin.ar-raniry.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**NOMOR: B- 1570/Un.08/FTK/KP.07.6/01/2023**  
**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 14 September 2022

**MEMUTUSKAN**

**Menetapkan** :

**PERTAMA** : Menunjuk Saudara:  
1. Prof.Dr. Jamaluddin , M.Ed sebagai Pembimbing Pertama  
2.Dra. Cut Nya Dhin, M.Pd sebagai Pembimbing Kedua

untuk membimbing Skripsi:

Nama : Raudhatun Habibi

NIM : 190 206 016

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat daya

**KEDUA** : Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2023

**KETIGA** : Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Ganjil tahun Akademik 2023/2024

**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 : 24 Januari 2023

Tembusan

1. Rektor UIN Ar-Raniry (sebagai Laporan)
2. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) FTK
3. Pembimbing yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan
4. Mahasiswa yang bersangkutan





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-4382/Un.08/FTK.1/TL.00/03/2023  
Lamp : -  
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

Kepala Madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **RAUDHATUN HABIBI / 190206016**  
Semester/Jurusan : / Manajemen Pendidikan Islam  
Alamat sekarang : Jl. Utama Rukoh, Desa Rukoh, Kec. Syiah Kuala

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 01 Maret 2023  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan,



Berlaku sampai : 01 April 2023

Prof. Habiburrahim, S.Ag., M.Com., Ph.D.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN ACEH BARAT DAYA  
MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 1 ACEH BARAT DAYA  
Jalan Pendidikan No. 56 Susoh Telepon (0659) 91056, email [mtsn\\_susoh@yahoo.com](mailto:mtsn_susoh@yahoo.com)  
ACEH BARAT DAYA

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor :B- 141 /Mts.01.15.1/TL.00/03/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Lengkap : ERDIWAR, S.Ag, M.Pd  
NIP : 19701231 200312 1 017  
Jabatan : Kepala MTsN 1 Aceh Barat Daya

Menerangkan bahwa Mahasiswa di bawah ini :

Nama Lengkap : RAUDHATUN HABIBI  
NIM : 190206016  
Jurusan/prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Alamat : Desa Cot Bak U Kecamatan Lembah Sabil Kab. Aceh Barat Daya

Telah melaksanakan penelitian pada MTsN 1 Aceh Barat Daya dengan judul "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya". Yang dilaksanakan sejak tanggal " 6 Maret s.d 13 Maret 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, sebagai bahan untuk melengkapi persyaratan penyelesaian tugas mata kuliah.

Susoh, 13 Maret 2023

Kepala



Erdiwar, S.Ag, M, Pd

NIP 19701231 200312 1 017

**Kisi-kisi Instrumen Penelitian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Peningkatan Minat Masuk di MTsN 1 Aceh Barat Daya**

Fokus	Kriteria	Indikator	Deskriptor	Item	Teknik
Program layanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Layanan pengajaran</li> <li>• Layanan informasi</li> <li>• Layanan kesehatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kegiatan ekstrakurikuler</li> <li>• Informasi tertulis dan tidak tertulis</li> <li>• Unit kesehatan siswa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madrasah melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler</li> <li>• Madrasah menyampaikan informasi dengan baik</li> <li>• Madrasah menyediakan layanan kesehatan</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja bentuk program yang ditawarkan di MTsN 1 Abdya?</li> <li>2. Apa keunggulan dari program tersebut?</li> <li>3. Bagaimana pelaksanaan kegiatan program tersebut?</li> <li>4. Apakah program tersebut sudah berjalan dengan optimal?</li> <li>5. Bagaimana proses penyampaian informasi di MTsN 1 Abdya?</li> <li>6. Bagaimana pelayanan kesehatan di MTsN 1 Abdya?</li> </ol>	Observasi, wawancara, dokumentasi
Sumbangan biaya pendidikan	Sumber dana	Pengelolaan dana Madrasah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madrasah mengelola dana dengan optimal</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana perencanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?</li> <li>2. Bagaimana pelaksanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?</li> <li>3. Bagaimana evaluasi pembiayaan di MTsN 1 Abdya?</li> <li>4. Bagaimana pelaporan keuangan di MTsN 1 Abdya?</li> <li>5. Dana madrasah bersumber dari mana saja?</li> </ol>	Observasi, wawancara, dokumentasi

Sarana prasarana	Standar sarana prasarana	Pengembangan sarana prasarana		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Madrasah menyediakan sarana prasarana yang mendukung proses belajar</li> </ul>	<p>6. Kemana dana tersebut di alokasikan?</p> <p>7. Apakah dana yang tersedia digunakan secara optimal?</p> <p>1. Apakah madrasah menyediakan alat pelajaran sebagai sarana pembelajaran?</p> <p>2. Apakah madrasah menyediakan alat peraga sebagai sarana pembelajaran?</p> <p>3. Apakah madrasah menyediakan media pengajaran sebagai sarana pembelajaran?</p> <p>4. Apa saja prasarana yang dimiliki MTsN 1 Abdya?</p> <p>5. Apakah sarana prasarana yang tersedia sudah mencukupi kebutuhan madrasah?</p> <p>6. Bagaimana madrasah mengembangkan sarana prasarana?</p>	Observasi, wawancara, dokumentasi
------------------	--------------------------	-------------------------------	--	---	--	-----------------------------------

Banda Aceh, 20 Januari 2023

Mengetahui,

Pembimbing II

Pembimbing I

Prof. Dr. Jamaluddin, M.Ed

NIP. 196206071991031003

Dra. Cut Nya Dhin, M.Pd

Nip. 196705232014112001

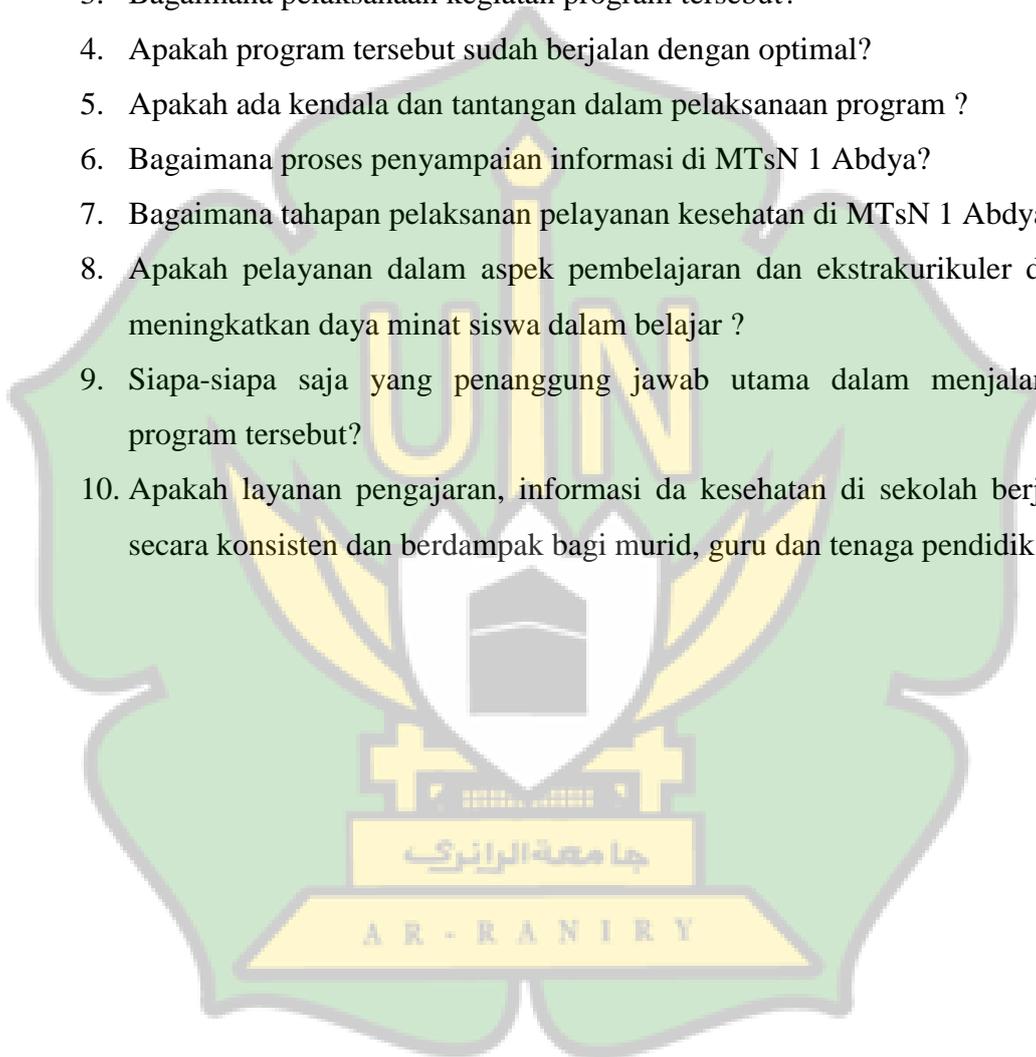
## Daftar Wawancara dengan Kepala Madrasah MTsN 1 Aceh Barat Daya

1. Apa saja bentuk program yang ditawarkan di MTsN 1 Abdya?
2. Apa keunggulan dan kelemahan dari program tersebut?
3. Bagaimana pelaksanaan kegiatan program tersebut?
4. Apakah program tersebut sudah berjalan dengan optimal?
5. Apakah ada kendala dan tantangan dalam pelaksanaan program ?
6. Bagaimana proses penyampaian informasi di MTsN 1 Abdya?
7. Bagaimana tahapan pelaksanaan pelayanan kesehatan di MTsN 1 Abdya?
8. Apakah pelayanan dalam aspek pembelajaran dan ekstrakurikuler dapat meningkatkan daya minat siswa dalam belajar ?
9. Siapa-siapa aja yang penanggung jawab utama dalam menjalankan program tersebut?
10. Apakah layanan pengajaran, informasi da kesehatan di sekolah berjalan secara konsisten dan berdampak bagi murid, guru dan tenaga pendidik ?
11. Bagaimana perencanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?
12. Bagaimana pelaksanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?
13. Bagaimana evaluasi pembiayaan di MTsN 1 Abdya?
14. Bagaimana sistem alokasi dana sekolah dalam pembangunan MTsN 1 Abdya?
15. Bagaimana pelaporan keuangan di MTsN 1 Abdya?
16. Dari mana saja sumber pendapatan dana sekolah?
17. Apakah dana yang sudah digunakan telah memberikan dampak signifikan dalam pembangunan sekolah?
18. Apakah dana yang tersedia dapat dialokasikan secara optimal?
19. Siapa saja yang bertanggung jawab mengelola, mengontrol dan mengawasi keuangan sekolah?
20. Apa saja kendala dalam pengelolaan dan pengalokasian dana di sekolah?
21. Apakah madrasah menyediakan alat-alat pendidikan sebagai sarana pembelajaran?

22. Apakah madrasah menyediakan alat peraga sebagai sarana pendukung dalam pembelajaran?
23. Apakah madrasah menyediakan media pengajaran sebagai sarana pembelajaran?
24. Apa saja sarana dan prasarana yang ada MTsN 1 Abdya?
25. Apakah sarana prasarana yang tersedia sudah mencukupi kebutuhan madrasah?
26. Bagaimana madrasah mengembangkan sarana prasaran?
27. Apakah sarana dan prasarana di MTsN 1 Abdya dapat mendukung pembelajaran di sekolah
28. Apakah sarana dan sarana dapat digunakan secara optimal dalam mengembangkan minat dan bakat siswa di MTsN 1 Abdya?
29. Apa saja standar pembelajaran yang di gunakan guru di MTsN 1 Abdya?
30. Apa saja kriteria yang harus dimiliki guru untuk menjadi seorang pengajar di sekolah ?
31. Bagaimana tahapan dan pelaksanaan pengajaran yang digunakan oleh guru di sekolah?
32. Apakah semua guru dan tenaga pendidik mengalami kendala dan tantangan dalam menjalankan tugasnya di sekolah ?
33. Apakah guru melaksanakan tugasnya sesuai dengan bidang yang dikuasai?
34. Apakah guru mendapatkan pelatihan dalam pengembangan profesinya?
35. Bagaimana cara bapak/ibu membuat inovasi dalam pembelajaran?
36. Bagaimana cara bapak/ibu menerapkan kompetensi yang dimiliki pada siswa saat mengajar?
37. Bagaimana cara mengembangkan potensi diri yang bapak/ibu miliki?
38. Bagaimana cara bapak/ibu membangun hubungan kerja sama antar guru?

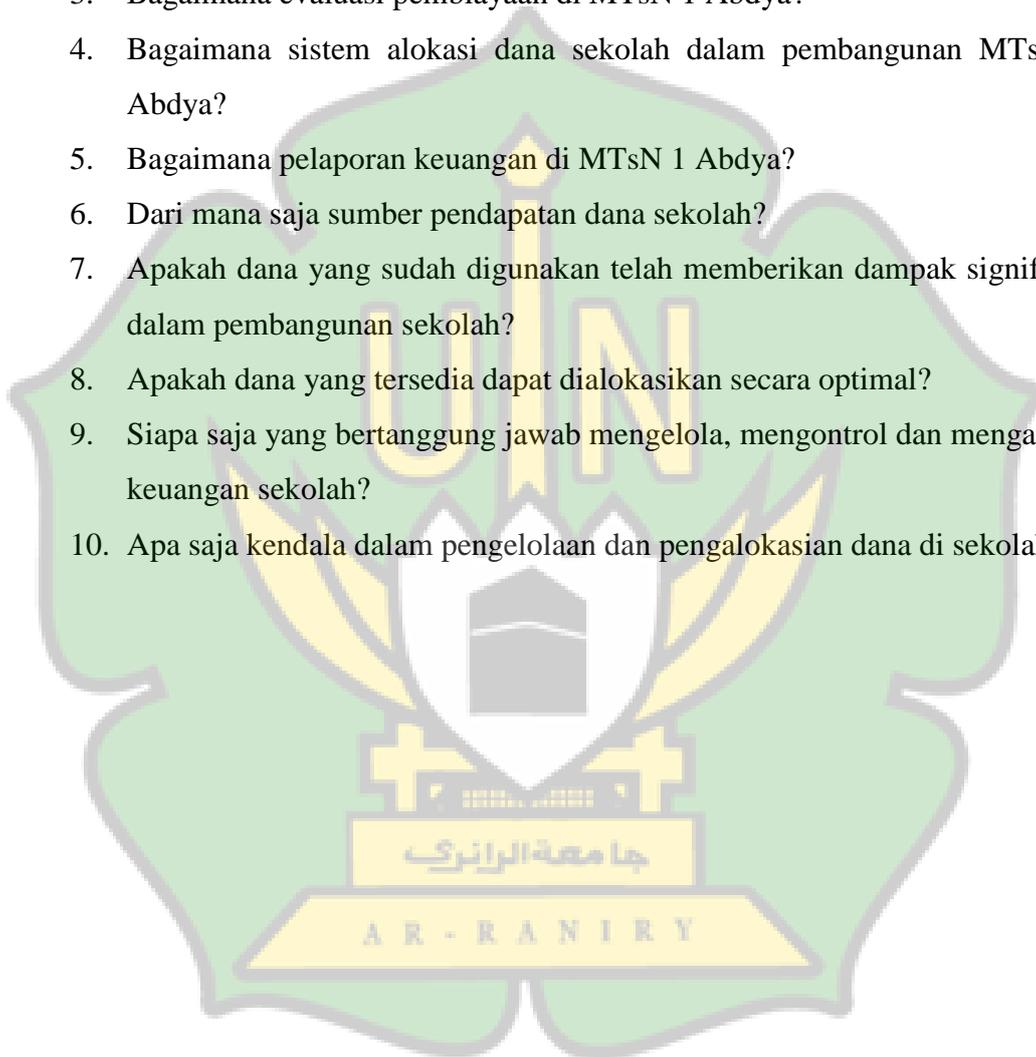
## Daftar Wawancara dengan Waka Kurikulum MTsN 1 Aceh Barat Daya

1. Apa saja bentuk program yang ditawarkan di MTsN 1 Abdy?
2. Apa keunggulan dan kelemahan dari program tersebut?
3. Bagaimana pelaksanaan kegiatan program tersebut?
4. Apakah program tersebut sudah berjalan dengan optimal?
5. Apakah ada kendala dan tantangan dalam pelaksanaan program ?
6. Bagaimana proses penyampaian informasi di MTsN 1 Abdy?
7. Bagaimana tahapan pelaksanaan pelayanan kesehatan di MTsN 1 Abdy?
8. Apakah pelayanan dalam aspek pembelajaran dan ekstrakurikuler dapat meningkatkan daya minat siswa dalam belajar ?
9. Siapa-siapa saja yang penanggung jawab utama dalam menjalankan program tersebut?
10. Apakah layanan pengajaran, informasi da kesehatan di sekolah berjalan secara konsisten dan berdampak bagi murid, guru dan tenaga pendidik ?



## Daftar Wawancara dengan Bendahara MTsN 1 Aceh Barat Daya

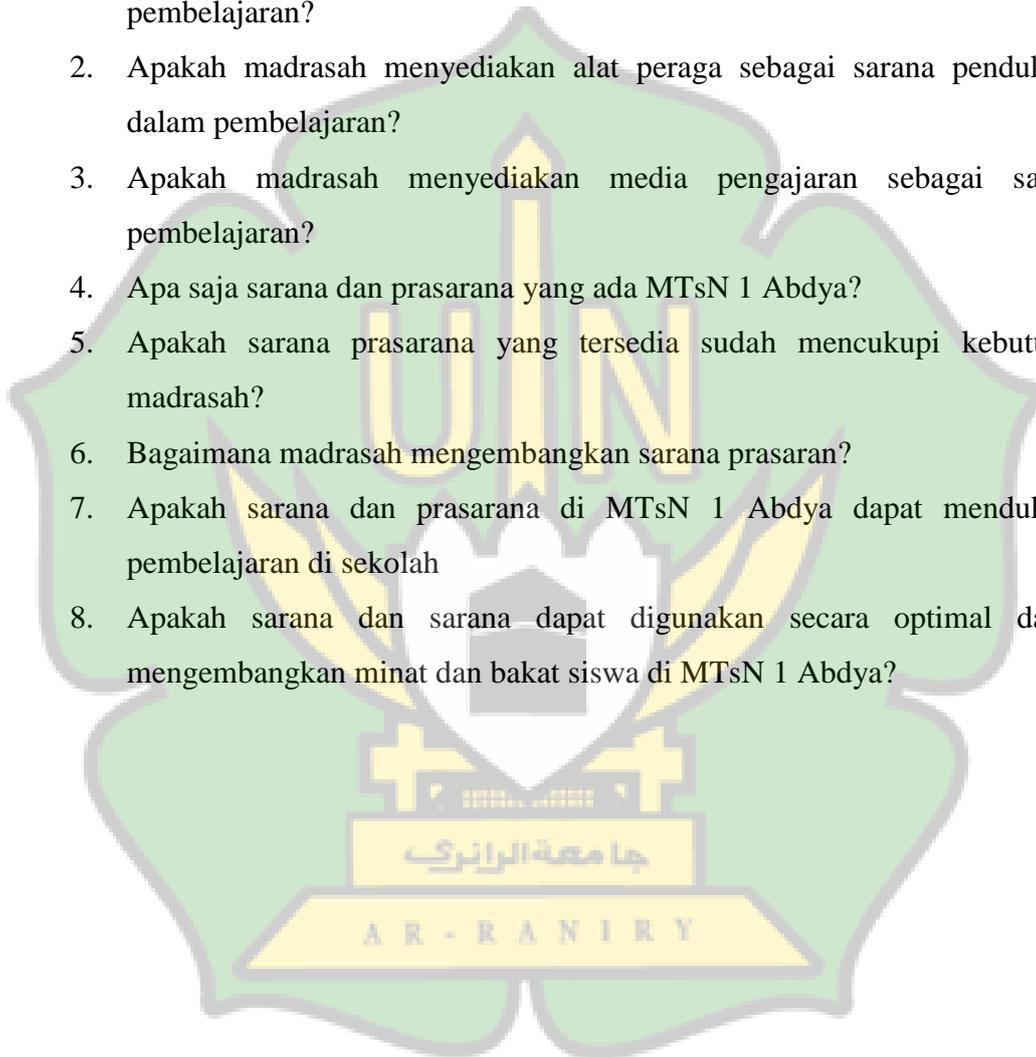
1. Bagaimana perencanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?
2. Bagaimana pelaksanaan pembiayaan di MTsN 1 Abdya?
3. Bagaimana evaluasi pembiayaan di MTsN 1 Abdya?
4. Bagaimana sistem alokasi dana sekolah dalam pembangunan MTsN 1 Abdya?
5. Bagaimana pelaporan keuangan di MTsN 1 Abdya?
6. Dari mana saja sumber pendapatan dana sekolah?
7. Apakah dana yang sudah digunakan telah memberikan dampak signifikan dalam pembangunan sekolah?
8. Apakah dana yang tersedia dapat dialokasikan secara optimal?
9. Siapa saja yang bertanggung jawab mengelola, mengontrol dan mengawasi keuangan sekolah?
10. Apa saja kendala dalam pengelolaan dan pengalokasian dana di sekolah?



## Daftar Wawancara dengan Waka Sarana Prasarana

### MTsN 1 Aceh Barat Daya

1. Apakah madrasah menyediakan alat-alat pendidikan sebagai sarana pembelajaran?
2. Apakah madrasah menyediakan alat peraga sebagai sarana pendukung dalam pembelajaran?
3. Apakah madrasah menyediakan media pengajaran sebagai sarana pembelajaran?
4. Apa saja sarana dan prasarana yang ada MTsN 1 Abdy?
5. Apakah sarana prasarana yang tersedia sudah mencukupi kebutuhan madrasah?
6. Bagaimana madrasah mengembangkan sarana prasarana?
7. Apakah sarana dan prasarana di MTsN 1 Abdy dapat mendukung pembelajaran di sekolah?
8. Apakah sarana dan prasarana dapat digunakan secara optimal dalam mengembangkan minat dan bakat siswa di MTsN 1 Abdy?



## Daftar Wawancara dengan Guru MTsN 1 Aceh Barat Daya

1. Apa saja standar pembelajaran yang di gunakan guru di MTsN 1 Abdy?
2. Apa saja kriteria yang harus dimiliki guru untuk menjadi seorang pengajar di sekolah ?
3. Bagaimana tahapan dan pelaksanaan pengajaran yang digunakan oleh guru di sekolah?
4. Apakah semua guru dan tenaga pendidik mengalami kendala dan tantangan dalam menjalankan tugasnya di sekolah ?
5. Apakah guru melaksanakan tugasnya sesuai dengan bidang yang dikuasai?
6. Apakah guru mendapatkan pelatihan dalam pengembangan profesinya?
7. Bagaimana cara bapak/ibu membuat inovasi dalam pembelajaran?
8. Bagaimana cara bapak/ibu menerapkan kompetensi yang dimiliki pada siswa saat mengajar?
9. Bagaimana cara mengembangkan potensi diri yang bapak/ibu miliki?
10. Bagaimana cara bapak/ibu membangun hubungan kerja sama antar guru?
11. Kurikulum apa yang digunakan oleh MTsN 1 Abdy?
12. Persiapan apa saja yang harus ibu/bapak persiapkan untuk mengajar ?
13. Apa saja kendala dan tantangan yang ibu/bapak hadapi dalam proses mengajar di kelas
14. Metode apa saja yang digunakan dalam kegiatan belajar mengajar?
15. Media apa yang digunakan dalam pembelajaran?
16. Apakah proses belajar-mengajar telah memenuhi target yang telah ditentukan?
17. Bagaimana minat dan keaktifan siswa selama proses belajar mengajar berlangsung?
18. Bagaimana evaluasi terhadap pembelajaran yang telah dilaksanakan?
19. Apa yang bapak/ibu lakukan jika terdapat siswa yang tidak menguasai pelajaran?
20. Bagaimana cara bapak/ibu memotivasi siswa dalam belajar?

21. Apa keunggulan metode belajar disekolah ini dengan yang lainnya
22. Apa saja kendala yang hadapi dalam menerapkan metode pembelajaran tertentu di sekolah ini



## DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



(Halaman MTsN 1 Abdya)



(Pos Satpam MTsN 1 Abdya)



(Perpustakaan MTsN 1 Abdya)



(Kantin)



(Laboratorium IPA)



(Laboratorium Komputer)



(Ruang Kepala Sekolah)



(Ruang Guru)



(Ruang TU)



(Unit Kesehatan Siswa)



(Event Kesenian MTsN 1 Abdya)



(Suasana Seleksi PPDB)



(Wawancara dengan Kepala Madrasah)



(Wawancara dengan Waka Kurikulum)



(Wawancara dengan Bendahara)



(Wawancara dengan Guru)



(Wawancara dengan Waka Sarana Prasarana)