

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN JASA
PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA
MADRASAH DI MA MA'ARIF KEPUTRAN
KECAMATAN SUKOHARJO
PRINGSEWU**

SKRIPSI

**SYARIFA ALFAUZIA
NPM. 1811030413**



Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H/ 2022 M**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN JASA
PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA
MADRASAH DI MA MA'ARIF KEPUTRAN
KECAMATAN SUKOHARJO
PRINGSEWU**

Skripsi

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mendapatkan gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan



Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Pembimbing I : Dr. Junaidah, MA

Pembimbing II : Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444 H /2022 M**

ABSTRAK

Bagi lembaga pendidikan terutama madrasah atau sekolah swasta sangat diperlukan pemasaran pendidikan, dikarenakan seiring berjalanya waktu, dampak globalisasi yang semakin meluas, menyebabkan persaingan lembaga pendidikan khususnya lembaga pendidikan swasta semakin meningkat. Pemasaran pendidikan dilakukan untuk membangun citra positif sekolah terhadap masyarakat, Atas dasar itu maka sebagai tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui Produk (product) apa saja yang ditawarkan. 2) Untuk mengetahui penerapan harga (price). 3) Untuk mengetahui keadaan tempat (place). 4) Untuk mengetahui promosi yang dilakukan. 5) Untuk mengetahui sumber daya manusia (people). 6) Untuk mengetahui proses yang dilakukan. 7) Untuk mengetahui bentuk fisik (physical evidence).

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu: data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data tersebut adalah Kepala Madrasah, Wakil Kepala Bidang Krikulum, Wakil Kepala Bidang Kesiswaan, Guru, Staf TU. Selanjutnya teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah 1) MA Ma'arif Keputran memiliki program yang di unggulkan yaitu siswa dan siswi yang memiliki banyak keunggulan bidang akademik maupun non akademik dari 580 siswa 150 siswa MA Ma'arif Keputran memiliki prestasi dan yang paling menojol adalah prestasi non akademik dalam bidang olahraga dan di topan dengan program bidang akademik yang baik yaitu menerapkan program kurikulum K13 revisi selain itu madrasah memiliki program tambahan yang di tawarkan yaitu program ekstrakurikuler dan intrakurikuler 2) Biaya pendidikan terbilang murah dibayar dalam bentuk triwulan atau satu semester siswa membayar Rp.400.000 dan proses madrasah dalam menetapkan harga dengan cara rapat bersama para jajaran tenaga pendidik beserta komite madrasah. 3) MA Ma'arif Keputran memiliki lokasi yang stratgis dimana: Sebelah timur berbatasan dengan perumahan warga, Sebelah selatan berbatasan dengan perumahan warga, Sebelah barat berbatasan dengan jalan raya, Sebelah utara berbatasan dengan perumahan warga, maka dari itu MA Ma'arif Keputran berada di tengah-tengah masyarakat dan jarak MA Ma'arif Keputran dengan

sekolah lainya lumayan cukup jauh 3-3,5 km serta tidak jauh dari pusat kota sehingga memudahkan akses siswa dan terjangkaunya fasilitas umum dengan demikian masyarakat atau siswa mudah mengenali keberadaan madrasah serta memiliki lingkungan yang nyaman. 4) Promosi dilakukan dengan media cetak, media sosial, serta mengadakan event seperti Ma'arif cup, pawai madrasah dan kegiatan bakti sosial. Dalam melakukan promosi madrasah di bantu oleh siswa dan alumni melalui mulut kemulut. Serta melakukan kerja sama beberapa pihak lembaga pendidikan MTs/SMP. 5) Sumber daya manusia yaitu siswa, tenaga pendidik, dan wali murid sudah baik. Tenaga pendidik juga sudah memenuhi kriteria kepegawaian, sehingga semua tenaga pendidik telah menempuh S-1 dan beberapa telah menempuh S-2. 6) proses dilakukan ada dua macam yaitu proses administrasi (biaya pendidikan) dan proses awal pembelajaran sesuai dengan pedoman kurikulum sehingga berjalan secara efektif dan efisien dan proses penerimaan peserta didik baru dimulai dengan pembentukan panitia PPDB, seleksi berkas, seleksi tertulis dan lisan, dan proses pengenalan lingkungan madrasah. 7) Fasilitas sarana dan prasarana cukup memadai dalam menunjang kegiatan proses belajar mengajar dan kondisi sarana dan prasarana yang ada di MA Ma'arif Keputran cukup baik, tidak ada yang mengalami kerusakan berat. Akan tetapi madrasah tidak memiliki ruang laboratorium MIPA.



Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Pendidikan, Citra Madrasah*

ABSTRACT

For educational institutions, especially madrasas or private schools, education marketing is very necessary, because over time, the impact of globalization is increasingly widespread, causing competition for educational institutions, especially private educational institutions, to increase. Educational marketing is carried out to build a positive image of the school towards the community. On that basis, the objectives of this study are 1) To find out what products are offered. 2) To find out the application of the price (price). 3) To find out the state of the place (place). 4) To find out the promotions carried out. 5) To know human resources (people). 6) To find out the process carried out. 7) To know the physical form (physical evidence).

This research uses descriptive qualitative research. There are two sources of data in this study, namely: primary data and secondary data. The sources of the data are the Head of Madrasah, Deputy Head of Curriculum, Deputy Head of Student Affairs, Teachers, TU Staff. Furthermore, data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. And test the validity of the data using source triangulation.

The results obtained from this study are 1) MA Ma'arif Keputran has a superior program, namely students who have many advantages in academic and non-academic fields from 580 students, 150 students of MA Ma'arif Keputran have achievements and the most prominent is achievement non-academic in the field of sports and supported by good academic programs, namely implementing the revised K13 curriculum program, besides that madrasas have additional programs on offer, namely extracurricular and intracurricular programs 2) Education costs are relatively cheap to be paid in the form of quarterly or one semester students pay Rp. .400,000 and the madrasa process in setting prices by means of a meeting with the ranks of educators and the madrasa committee. 3) MA Ma'arif Keputran has a strategic location where: To the east it is bordered by residential residents, to the south it is bordered by residential areas, to the west it is bordered by roads, to the north it is bordered by residential residents, therefore MA Ma'arif Keputran is located in the midst of the community and the distance between MA Ma'arif Keputran and other schools is quite far from 3 to 3.5 km and not far from the city center so as to facilitate student access and affordable public facilities so that the community or students easily recognize the existence of the

madrasa and have an environment comfortable. 4) Promotion is carried out through print media, social media, as well as holding events such as the Ma'arif cup, madrasa parades and social service activities. In promoting madrasas, students and alumni are assisted by word of mouth. As well as collaborating with several MTs/SMP educational institutions. 5) Human resources, namely students, educators, and guardians of students are good. Educators have also met the staffing criteria, so all educators have taken S-1 and some have taken S-2. 6) there are two kinds of processes, namely the administrative process (education costs) and the initial learning process in accordance with the curriculum guidelines so that it runs effectively and efficiently and the new student admission process begins with the formation of the PPDB committee, file selection, written and oral selection, and the process introduction to the madrasa environment. 7) Facilities and infrastructure are adequate to support teaching and learning process activities and the condition of the facilities and infrastructure at MA Ma'arif Keputran is quite good, none of them were seriously damaged. However, madrasas do not have MIPA laboratory space.

Keywords: Marketing Strategy, Education, Madrasa Image



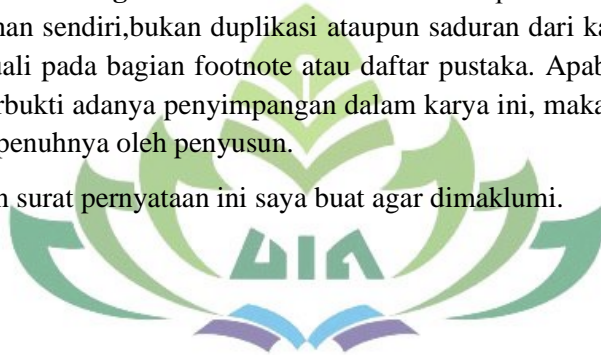
SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syarifa AlFauzia
NPM : 1811030413
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di MA Ma’arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu**” adalah benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya oleh penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.



Bandar Lampung, 2022

Penulis



Syarifa AlFauzia
NPM. 1811030413



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp 0721) 703260

LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan
Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di MA
Ma'arif Keputran Kecamatan Sukoharjo
Kabupaten Pringsewu.**
Nama : SYARIFA ALFAUZIA
NPM : 1811030413
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

MENYETUJUI

Untuk Disidangkan Dan Dipertahankan Dalam Sidang Munaqasyah
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri
Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Junaidah, M. A

NIP. 197611182003122002

Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag

NIP. 196704201998031002

Mengetahui

Ketua Prodi Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

Dr. Hj. Yetri, M.Pd

NIP. 196512151994032001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 Telp 0721)

703260

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul **“Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Ma Ma’arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu”** Disusun oleh: **Syarifa Alfauzia, NPM: 1811030413, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.** Telah diajukan dalam Sidang Munaqyosah Faakultas Tarbiyah dan Keguruan pada Hari/tanggal, **Selasa, 08 November 2022 Pukul 09.00-10.30 WIB,** tempat **Ruang Sidang MPI**

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Riyuzen Praja Tuala, M.Pd

Sekretaris : Ilhami, M.Pd

Penguji Utama : Dr. H. Septuri, M.Ag

Penguji Pendamping I : Dr. Junaidah, MA

Penguji Pendamping II : Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag



Mengetahui
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. H. Nirva Diana, M.Pd
NIP. 19640828 1988032002

MOTTO

¹ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۝

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

(Q.S Al-Isra: 35)



¹ Latnah Pentashihan Musham Al-Quran Kementerian Agama Ri, *Quran Hafalan*, (Halim Publishing Dan Dstributing 2013), 71

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, semoga kita senantiasa mendapatkan rahmat dan hidayahnya-Nya. Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Skripsi ini saya dedikasikan kepada Alm. Ayah saya Muhammad Sodik yang belum saya berikan kebahagiaan, semoga selalu tenang dan bahagia di surganya Allah SWT.
2. Teruntuk kedua orang tuaku saat ini yang saya cintai, Ayahanda Samsudin dan Ibu Siti Habibah yang telah membesarkanku, mengasuh, memberi kasih sayang yang tulus kepadaku dan mungkin tidak akan dapat terbalas olehku serta tiada henti-hentinya memberi dukungan baik secara moril maupun secara materil, dan selalu mendo'akan demi kesuksesan dan keberhasilanku hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan perguruan tinggi di UIN Raden Intan Lampung.
3. Kakakku tersayang Rizal Kurniawan, Novita Indah Lestari dan Khalimatussa'diah, serta adikku tercinta Salman Farisi Al-Ghani, Aliya Aqila Azka dan Adzri Al-Rafiq Kurniawan yang telah membantu serta memberi dukungan, motivasi, dan semangat sehingga studiku dapat terselesaikan.
4. Keluarga besar yang tak bisa ku sebutkan satu persatu.
5. Sahabat-sahabat yang ku sayangi, Adinda, Astry, Dian, Fidyah, Hana, Lif, Mega, Nisa, Tami, Wulan yang telah memberi dukungan, menemani dan memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
6. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang memberiku banyak pengalaman yang akan selalu ku kenang dan selalu kubanggakan khususnya angkatan 18 Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Syarifa AlFauzia lahir di Sukoharjo pada tanggal 12 Oktober 1999, anak kedua dari 4 bersaudara dari pasangan bapak Muhammad Sodik (Alm) dan Ibu Siti Habibah. Penulis menyelesaikan pendidikan di TK YPI Keputran pada tahun 2006, kemudian penulis melanjutkan pendidikan tingkat dasar di MIN 2 Pringsewu selesai pada tahun 2011, Kemudian melanjutkan pendidikan informal di PPTQ Al-Mukhlis Kalidadi Lampung Tengah dan pendidikan formal di MTs Ma'arif 20 Kalidadi Lampung Tengah selesai pada tahun 2015, lalu pendidikan selanjutnya di MA Ma'arif Keputran selesai pada tahun 2018.

Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam tahun 2018. Pada tahun 2021 penulis menyelesaikan kegiatan KKN di Kelurahan Totokarto Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu dan di tahun yang sama penulis melaksanakan kegiatan PPL di MA Assyfa Karang Sari.



Bandar Lampung, 2022
Penulis

Syarifa AlFauzia
NPM. 1811030413

KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,
Assalammualaikum, Wr.Wb*

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam rangka memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada fakultas Tarbiyah dan Keguruan jurusan Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari akan adanya kekurangan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Hj. Nirva Diana, M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
2. Dr. Hj. Yetri, M.Pd selaku Ketua Jurusan dan Dr. Riyuzen Praja Tuala, M. Pd selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang telah membantu melancarkan proses Perkuliahan saya selama ini.
3. ibu Dr. Junaidah, M.A selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan selama peneliti menyelesaikan skripsi.
4. Dosen-Dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang tak hentinya memberikan ilmu dalam perkuliahan.
5. Kepala Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung beserta Staf nya, dan Kepala Perpustakaan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung beserta Staf nya.
6. Kepala MA Ma'arif Keputran, dan dan para jajarannya yang telah ikut berpartisipasi dalam penelitian ini.

Penulis menyadari, bahwasanya masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini, karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun guna membuat skripsi ini agar lebih baik.

Akhirnya teriring Do'a semoga jerih payah dan amal sholeh dari bapak, ibu dan sahabat-sahabat tercatat sebagai amal sholeh dan mendapat pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
SURAT PERNYATAAN ORSINALITAS	vii
LEMBAR PERSETUJUAN	viii
LEMBAR PENGESAHAN	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang.....	2
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	14
H. Metode Penelitian	21
1. Jenis Penelitian	21
2. Sumber Data Penelitian.....	22
3. Tempat Penelitian	23
4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
5. Teknik Analisis Data.....	26
6. Uji Keabsahan Data	28
I. Sistematika Pembahasan	29
BAB II LANDASAN TEORI	30
A. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.....	30
1. Strategi Pemasaran.....	30

2. Pemasaraan Jasa Pendidikan	34
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Pendidikan	47
1. <i>Product</i> (produk).....	48
2. <i>Price</i> (Harga)	51
3. <i>Place</i> (lokasi).....	55
4. <i>Promotion</i> (Promosi).....	56
5. <i>People</i> (SDM)	58
6. <i>Process</i> (proses).....	60
7. <i>Physical evidence</i> (bukti fisik)	61
C. Dampak Citra Lembaga Pendidikan.....	62
1. Pengertian Citra Lembaga Pendidikan	62
2. Jenis Citra Pendidikan.....	63
3. Faktor Membentuk Citra	63
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	66
A. Gambaran umum Objek Penelitian	66
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	86
BAB IV ANALISIS PENELITIAN	118
A. Analisis Data Penelitian	118
B. Temuan Penelitian	135
BAB V PENUTUP	140
A. Kesimpulan	140
B. Rekomendasi.....	142
DAFTAR RUJUKAN.....	143
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Data Madrasah Aliyah Swasta Kabupaten Pringsewu Tahun 2021/2022.....	6
1.2 Data Prestasi Siswa/i MA Ma'arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.....	9
1.3 Lokasi Strategis Pemasaran Pendidikan Madrasah Aliyah Swasta di Kota Pringsewu	10
1.4 Rincian Biaya 1 Tahun Siswa MA Ma'arif Keputran Tahun Ajaran 2022/2023	11
1.5 Rincian Biaya 1 Tahun Siswa MA Zamais Tahun Ajaran 2022/2023.....	11
3.1 Data Profil Madrasah Aliyah Ma Ma'arif Keputran.....	66
3.2 Data Guru Madrasah aliyah Ma'arif Keputran Sukoharjo.....	70
3.3 Jumlah Data Siswa MA Ma'Arif Keputran Sukoharjo.....	72
3.4 Data Sarana MA Ma'Arif Keputran Sukoharjo Tahun 2021/2022	72
3.5 Jumlah Kondisi dan Bangunan MA Ma'Arif Keputran Sukoharjo Tahun 2021/2022.....	73
3.6 Data Penunjang Sarana dan Prasarana MA Ma'Arif Keputran Sukoharjo Tahun 2021/2022.....	75
3.7 Data Intrakulikuler dan Ektrakulikuler Madrasah Aliyah Ma'arif Keputran	76
3.8 Data Prestasi Madrasah Aliyah Ma'arif Keputran.....	77
4.1 Jadwal Kegiatan Ekstrakulikuler MA Ma'arif Keputran	119
4.2 Sarana dan Prasarana MA Ma'arif Keputran.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar

- 3.1 Denah Lokasi Madrasah Aliyah Ma'arif Keputran
Sukoharjo 68
- 3.2 Struktur Organisasi Madrasah aliyah Ma'arif
Keputran Sukoharjo 69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen Wawancara
- Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Lembar Pedoman Observasi dan Dokumentasi
- Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 5 Dokumentasi Rapat Komite dan Dewan Guru
- Lampiran 6 Dokumentasi Proses Kegiatan Madrasah
- Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Ekstrakurikuler
- Lampiran 8 Dokumentasi Promosi Madrasah
- Lampiran 9 Dokumentasi Prestasi Siswa
- Lampiran 10 Dokumentasi Atribut Siswa dan Guru
- Lampiran 11 Dokumentasi Sarana dan Prasarana Madrasah
- Lampiran 12 Hasil Turnitin



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam memudahkan dalam memahami kerangka proposal skripsi ini, untuk menghindari kesalahan fahaman menafsirkan proposal skripsi, maka secara singkat penyusun akan menjelaskan mengenai gambaran proposal skripsi ini secara singkat berkaitan dengan judul proposal skripsi ini.

Judul skripsi adalah “Implementasi **Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Ma Ma’arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu**”

1. Implementasi

Menurut KBBI implementasi adalah suatu proses pelaksanaan atau penerapan²Implementasi adalah rangkaian aktifitas dalam rangka mengarahkan kebijakan tersebut dapat membawa hasil yang diharapkan, dari hasil keterangan tersebut kita bisa memahami bahwa implementasi merupakan sebuah inovasi atau penerapan yang memberi dampak kepada sesuatu.

2. Strategi

Strategi menurut Freed R David “Strategy is the individual who is most responsible for the success or failure of an organization to achieve long-term goals.”³

3. Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu cara penyebaran suatu produk berbentuk jasa yang tidak berwujud,dengan memakai atau tidaknya produk fisik tetapi

² Dwi Adi K, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* (Surabaya: Fajar Mulya, 2001), 179.

³ Freed R David, *Strategic Management, 13th Edition,(America,LLC.2011) 1-964.*

dapat memenuhi kebutuhan konsumennya (siswa) dengan berinteraksi langsung dengan penyedia jasa (sekolah)⁴

4. Citra Madrasah

Menurut Alma citra sekolah adalah impresi, perasaan atau kesan yang ada pada masyarakat mengenai suatu lembaga pendidikan.⁵

5. MA Ma'arif Keputran

MA Ma'arif Keputran merupakan sebuah lembaga pendidikan formal, jenjang pendidikan tingkat menengah atas, yang terletak Desa Keputran, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Pringsewu. Merupakan tempat penelitian atau objek penulis dalam membahas permasalahan yang terkandung dalam skripsi. Dengan demikian judul tersebut diatas berarti suatu penelitian untuk mengungkapkan tentang strategi pemasaran pendidikan terkait.

Berdasarkan definisi dari beberapa istilah yang telah dijelaskan, maka proposal ini berjudul "Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Ma Ma'arif Keputran Kecamatan Sukoharjo Kabupaten Pringsewu", yang didalamnya mencakup permasalahan penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan sehingga dapat diketahui keterlaksanaanya dalam upaya meningkatkan citra madrasah.

B. Latar Belakang

Bagi lembaga pendidikan terutama madrasah atau sekolah swasta sangat diperlukan pemasaran pendidikan, dikarenakan seiring berjalanya waktu, dampak globalisasi yang semakin meluas, menyebabkan persaingan lembaga pendidikan khususnya lembaga pendidikan swasta semakin meningkat.⁶ Pemasaran

⁴ Garum dan syahrul Ar, *Manajemen Bisnis Pendidikan* (Kendal: Ahsyara Media Indonesia, 2020), 10.

⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Revisi (Bandung: Alfabeta, 2020), 379.

⁶ Muhamad Eko Ariwibowo, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta," *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting*,

pendidikan dilakukan untuk membangun citra positif sekolah terhadap masyarakat, jika suatu lembaga pendidikan sudah mengantongi citra yang positif di masyarakat, maka lembaga pendidikan akan mudah menghadapi persaingan. Karena sulitnya membuat citra yang baik dipandangan masyarakat tidak semudah membuat produk melaikan di peroleh melalui kesan yang sesuai dengan pemahaan dan pengetahuan masyarakat tentang suatu lembaga⁷. Jika jasa dan lulusan pendidikan yang dihasilkan sesuai dengan keinginan masyarakat, maka masyarakat akan memandang lembaga itu baik. Karena citra memiliki pengaruh yang penting bagi manajemen, dengan kata lain citra memiliki dampak internal bagi institusi, karena citra positif atau negatif dapat mempengaruhi kinerja pegawai. Citra adalah kenyataan, ketidak puasan akan muncul dan akhirnya konsumen memiliki persepsi yang buruk terhadap citra organisasi⁸

Menurut Maynard dan Bekman dalam buku Alma pemasaran adalah *“Marketing Embreces all business acitivites invoved in the flow off goods and seviles from physical production to consumption”*⁹

Maksud dari pendapat diatas adalah pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang mencakup semua barang dan jasa dari produksi hingga sampai konsumsi. Pemasaran merupakan sebuah komponen dari semua kegiatan yang sudah dirancang dalam bisnis untuk menetapkan barang-barang yang akan mendapatkan distribusi untuk dapat memenuhi keinginan dan target pasar serta promosi, dan harga dalam mencapai tujuan perusahaan.¹⁰ Pemasaran jasa adalah sebuah proses yang dilaksanakan secara individu dan kelompok dengan cara menawarkan dan mempromosikan produk jasa yang memiliki nilai lebih kepada

Management and Business 2, no. 2 (2019): 181–90, <https://doi.org/10.5281/zenodo.2628082>.

⁷ Alma. *Op Cit*, 374

⁸ Fera Indriani et al., “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam,” *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 2008 (2021), <https://doi.org/10.15575/isema.v6i2.13656>.

⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemsaran dan pemasaran Jasa edisi evisi*, (Bandung : Alfabeta ,2020), 1

¹⁰ Garum dan Syahrul Ar, *Manajemen Bisnis Pendidikan*, 2.

pihak lain agar sama-sama mendapatkan kebutuhan dan sama-sama menciptakan apa yang diinginkan.¹¹

Pemasaran jasa pendidikan adalah suatu cara untuk melakukan sesuatu dimana pelanggan jasa (siswa dan wali murid) dan produsen jasa pendidikan (sekolah) menganggap sekolah sebagai suatu badan pendukung masyarakat yang berkomitmen untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.¹² Jasa pendidikan tidak dapat dirasakan dan dilihat oleh masyarakat sebelum masyarakat merasakan atau mendapatkan dari penyedia jasa pendidikan secara langsung. Masyarakat juga tidak dapat memprediksi apa hasil yang akan diperoleh dengan mengkonsumsi jasa pendidikan, kecuali setelah mereka membeli atau menjadi pengguna jasa pendidikan tersebut.¹³

Pemasaran jasa pendidikan sangat mutlak dilaksanakan karena meyakinkan kepada masyarakat bahwasanya sekolah dapat dikenal dan dipahami masyarakat dan pelanggan jasa serta menunjukkan bahwa sekolah masih memiliki eksistensi dan sangat relevan untuk kebutuhan mereka.¹⁴ Jika melihat dari sudut pandang sebuah lembaga pendidikan sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen dan konsumen utamanya adalah para siswa dan wali murid, serta masyarakat. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya atau pelayanan yang kurang, dan konsumen merasa tidak ada nilai tambah peningkatan individu maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan dilirik. Akibatnya, sekolah sepi peminat dan pada akhirnya sekolah akan ditutup. Apabila sekolah ditutup karena ketidakmampuan para pengelolanya, maka akan menimbulkan bencana pada sebuah

¹¹ Didin Fatahudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 2.

¹² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 20.

¹³ Aditia Fradito, Suti'ah, and Muliyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (2020): 12–22.

¹⁴ David Wijaya. *Op Cit*, 13

masyarakat. Oleh sebab itu agar mencegah ditinggalkan pelanggan, lembaga pendidikan harus dapat memberikan layanan jasa yang mempunyai nilai lebih tinggi, harga lebih terjangkau, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang lebih baik dari pesaing lembaga pendidikan.¹⁵

Maka dari itu pemasaran jasa pendidikan merupakan alat atau aktivitas sekolah untuk memberikan informasi secara konsisten terhadap pelanggan jasa pendidikan agar memudahkan masyarakat. Dalam Al-Quran sudah dijelaskan dasar pemasaran dalam surat Al-Isra ayat 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَرَثًا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۝

Artinya : *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”*.

Maksud dari ayat tersebut apabila kalian menakar untuk manusia, maka sempurnakanlah hak mereka sebelum kalian dan janganlah merugikan mereka. Ringkasnya sebagai seorang marketer harus berbuat adil dalam berpromosi sehingga tidak dapat menimbulkan kerugian dan kekecewaan pada calon pelanggan dan hendaknya memberikan kualitas dan kuantitas yang dimiliki. Seperti halnya prinsip marketing Nabi Muhammad SAW yang perlu kita teladani dalam bisnisnya, Nabi Muhammad SAW selalu menjaga sifat jujur, profesional, ikhlas, murah hati dalam semua aktifitasnya dan menjaga silaturahmi.¹⁶ Menurut Garum dan Syahrul Ar tujuan dari pemasaran jasa pendidikan yaitu mendapatkan pelanggan, baik itu menyangkut dengan

¹⁵ M Munir, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik,” *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2018): 78–94.

¹⁶ Akhmad Mujahidin, “Etika Bisnis Dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis),” *Jurnal Hukum Islam* 4, no. 2 (2005): 4.

kuantitas dan kualitas siswa dari calon pelanggan (siswa) yang sesuai dengan target sekolah.¹⁷

Memasuki zaman globalisasi yang sudah memasuki disemua lini kehidupan turut berdampak pada persaingan yang tinggi disemua aspek kehidupan manusia termasuk didalamnya dunia pendidikan. Madrasah aliyah swasta turut mengambil peran dalam memperkenalkan lembaga pendidikan menjadi pilihan utama masyarakat dalam menentukan pendidikan sebagai investasi bagi anak bangsa. MA Ma'arif Keputran merupakan sekolah swasta yang telah memberikan daya saing tersendiri bagi lembaga pendidikan lainnya yang berimbas pada kemampuan daya beli masyarakat untuk menjadikan salah satu pilihan Madrasah Aliyah. Berikut data Madrasah Aliyah Swasta Kabupaten Pringsewu.

Tabel 1.1

Data Madrasah Aliyah Swasta Kabupaten Pringsewu Tahun 2021/2022

No	Nama Lembaga	Kecamatan	Siswa	Guru	Kelas	Lab
1	MA Al-Hidayah	Adiluwih	75	13	3	0
2	MA Zamais	Adiluwih	61	12	3	1
2	MA Darul Ulum	Sukoharjo	94	17	3	1
3	MAMA'arif Keputran	Sukoharjo	561	25	18	1
4	MA Muhammadiyah	Pardasuka	55	13	3	1
5	MA Nurul Huda	Pringsewu	210	20	8	1
6	MA Nurul Iman	Pardasuka	203	8	7	1
7	MA Nurul Ulum	Gading Rejo	154	17	6	0
8	MA Yasmida	Ambarawa	67	9	3	0
9	MA YPPTQMH	Ambarawa	248	16	8	1

Sumber: <http://emispendis.kemenag.go.id/dashboard/?content=madrasah&action=detail&prov=18&kab=Pringsewu>

Dalam tabel data diatas telah menunjukkan bahwasanya MA Ma'arif Keputran telah memiliki peminat yang tinggi di kalangan masyarakat. Pada tahun ajaran 2021/2022 peserta didik yang

¹⁷ Garum dan Syahrul Ar, *Manajemen Bisnis Pendidikan*, 11.

berada di MA Ma'arif Keputran mencapai 561 dan pada tahun ajaran 2022/2023 MA Ma'arif Keputran memiliki jumlah siswa sebanyak 580 siswa. dengan dibuktikanya jumlah peserta didik yang diperoleh MA Ma'arif Keputran sudah unggul dibandingkan beberapa Madrasah Aliyah yang berada di Kabupaten Pringsewu

Menurut Kotler dan Fox berpendapat bahwa strategi pemasaran merupakan suatu proses pengembangan dan pemeliharaan atas keselarasan antara tujuan dan kemampuan suatu lembaga pendidikan.¹⁸ Pada era industri 4.0 petingnya memilih strategi pemasaran yang tepat untuk menarik pelanggan jasa pendidikan yaitu menekankan promosi dan lebih aktif dalam melakukan promosi agar tujuan pendidikan terkoordinasi dengan baik.

Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan islam merupakan sebuah upaya dan langkah-langkah praktis yang dilakukan oleh pemimpin madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan melalui pemberian informasi kepada masyarakat dan penawaran layanan jasa pendidikan dalam rangka peningkatan citra yaitu kesan, konsepsi para pengguna jasa layanan pendidikan terhadap lembaga pendidikan.¹⁹

Oleh sebab itu peran strategi pemasaran tidak lepas dari bauran pemasaran yang biasa dikenal dengan sebutan *marketing mix* yaitu alat untuk memasarkan suatu program pendidikan agar program pendidikan berjalan sesuai dengan tujuannya. Buchari alma menjelaskan bahwa strategi dalam memasarkan dan menawarkan jasa pendidikan menggunakan bauran pemasaran terdiri atas tujuh komponen atau biasa di kenal dengan istilah 7P yaitu *product, place, price, promotion, people, physical facillites, dan process*.²⁰ Menurut Eka Umi Kulsum bauran pemasaran memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberhasilan strategi pemasaran, karena strategi bauran pemasraan memiliki

¹⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 34.

¹⁹ Aditia Fradito, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2), Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikasus Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2)*, 2016.

²⁰ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, 382.

keterkaitan terhadap kebijakan strategi dan startegi bauran pemasaran dalam hubungan pemasaran tidak terlepas dari harga, produk, proses, tempat, bukti fisik, orang dan promosi.²¹

Lupioadi mengungkapkan *markting mix* atau bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang terdapat beberapa elemen yang perlu dipertimbangkan agar implementasi pemasaran yang diterapkan dapat berjalan dengan baik.²² Menurut Afidatul Hasanah dalam pendidikan bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan unsur yang sangat penting yang dapat dipadupadankan dan dapat menghasilkan suatu strtategi yang sangat baik untuk memenangkan persaingan sekolah.²³ Kotler dan Fox dalam buku wijaya juga menyebutkan bahwa ada tiga unsur penting dalam merumuskan strategi pemasaran dan salah satunya adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix strategy*) yang dimana stratgi ini merupakan sebuah perpaduan unsur yang di berikan oleh sekolah kepada pelanggan untuk mempromosikan sekolah.²⁴

MA Ma'arif Keputran merupakan sebuah lembaga pendidikan swasta yang berada di tengah-tengah sekolah menengah negri, sekolah menengah kejuruan dan beberapa sekolah swasta lainnya dan ditambahnya image sekolah islam yang cenderung dipandang sebagai lembaga pendidikan yang memiliki tingkat perkembangan yang sangat rendah oleh karena itu madrasah tersebut sudah memiliki tantangan tersendiri dalam memasarkan madrasah. Namun MA Ma'arif Keputran terus berusaha membuktikan dan menangani tantangan tersebut dengan mempromosikan sekolah yang memiliki banyak prestasi yang diraih oleh siswa/i MA Ma'arif Keputran baik prestasi akademik

²¹ Eka Umi Kalsum, "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan," *USU Repository*, 2008.

²² Didi Sartika, "Perencanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Simeulue Aceh Melalui Pendekatan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)," *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)* 3, no. 2 (2019): 1–15, <https://doi.org/10.47766/idarah.v3i2.557>.

²³ Afidatul Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden," *El-Tarbawi* 8, no. 2 (2015):h 166.

²⁴ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 89.

maupun non akademik ternyata sudah memberikan *image* atau citra yang positif terhadap masyarakat dan calon pelanggan sekolah.

Tabel 1.2
Data Prestasi Siswa/i MA Ma'arif Keputran Kecamatan Sukoharjo
Kabupaten Pringsewu²⁵

No	Prestasi	Tingkat	Juara	Tahun
1	Lomba Ajang Silaturahmi Antar Pelajar	Provinsi	1 Umum	2021
2	Lomba KSM Matematika	Kabupaten	1	2021
3	Lomba KSM Fisika	Kabupaten	1	2021
4	Lomba KSM Kimia	Kabupaten	2	2021
5	Lomba Teknologi Tepat Guna	Kabupaten	2	2021
6	Muli Mekhanai	Kabupaten	2	2021
7	Juara Pentas Seni dan Olahraga	Kabupaten	1 Umum	2020
8	Lomba Lalaran Nadhom Alfiyah	Nasional	1	2020
9	Lomba Miniatur Pionering Panca Lomba Ke-X UMPRI	Provinsi	1	2020
10	Lomba MTQ Panca Lomba Ke-X Umpri	Provinsi	3	2020

Pada data diatas, prestasi yang telah di dapatkan dari tahun 2020-2022 oleh MA Ma'arif Keputran telah memeberikan dampak positif dikalangan masyarakat, sehingga masyarakat memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan pelayanan jasa yang ada di MA Ma'arif Keputran.

MA Ma'arif Keputran dalam melakukan promosi melalui sosial media, seperti wibe site, facebook, instagram , pemasangan benner serta di bantu pemasaran secara tidak langsung oleh alumni sekolah dan pelanggan madrasah (murid dan wali murid). Bahkan sekolah mengutus beberapa guru dan siswa mendatangi SMP/MTs di beberapa kecamatan di daerah Pringsewu untuk

²⁵ Dokumentasi hasil Pra survey di Ma Ma'arif Keputran

mengenalkan keunggulan sekolah serta membagikan brosur di setiap siswa SMP/MTs yang di kunjungi.

MA Ma'arif Keputran memiliki banyak keunggulan yaitu: sekolah ramah anak, lokasi yang strategis, kedisiplinan dan banyak mendapatkan prestasi akademik maupun non akademik selain itu MA Ma'arif Keputran juga terkenal dengan biyayanya yang terjangkau, sehingga berhasil memberikan daya tarik terhadap masyarakat untuk menjadikan salah satu pilihan sekolah.

Tabel 1.3
Lokasi Strategis Pemasaran Pendidikan Madrasah Aliyah Swasta di
Kota Pringsewu

No	Nama Madrasah	Lokasi Madrasah	Di Kelola	Akreditasi	Citra Madrasah Aliyah
1	MA Ma'arif Keputran	Jalan raya desa Keputran Kecamatan Sukoharjo kabupaten Pringsewu.	Swasta	Terakreditasi B	Madrasah Aliyah Berbasis Masyarakat
2	MA Zamais	Jalan Pesantren Zamais Adiluwih Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu	Swasta	Terakreditasi C	Madrasah Aliyah Berbasis Pondok Pesantren

Sumber hasil Pra Survey MA Ma'arif Keputran dan MA Zamais

Penjelasan dari tabel diatas adalah citra yang dibangun oleh MA Ma'arif Keputran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Letak lokasi MA Ma'arif Keputran terletak di jalan raya desa keputran sehingga masyarakat jauh lebih mudah mengenali MA Ma'arif Keputran. dan akreditasi yang dicapai sudah mendapat

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah di MA Ma'arif Keputran. Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah di MA Ma'arif Keputran dapat disimpulkan, yaitu :

1. Produk (*Product*)

MA Ma'arif Keputran memiliki program atau produk yang ditawarkan atau di unggulkan di MA Ma'arif Keputran yaitu siswa dan siswi yang memiliki banyak keunggulan bidang akademik maupun non akademik dan lulusan yang banyak diterima di perguruan tinggi negeri ataupun swasta serta banyak berkontribusi dalam lingkungan masyarakat dan di topang dengan program kurikulum yang berjalan baik serta memiliki program tambahan yang di tawarkan kepada masyarakat yaitu program ekstrakurikuler dan intrakurikuler yang banyak menuai prestasi di setiap cabangnya masing-masing.

2. Tempat (*Place*)

MA Ma'arif memiliki lokasi yang strategis yaitu madrasah berada dekat dengan lingkungan masyarakat dan tidak jauh dari pusat kota sehingga memudahkan akses masyarakat dan siswa maupun calon siswa mengenali madrasah dan memudahkan kendaraan pribadi seperti sepeda motor dan mobil mudah memasuki area madrasah kemudian terjangkaunya fasilitas umum serta memiliki lingkungan yang nyaman dan asri. Selain itu atribut yang dikenakan oleh siswa dan guru serta bangunan madrasah yang dominan berwarna hijau yang sudah mencerminkan MA Ma'arif Keputran.

3. Harga (Price)

MA Ma'arif Keputran dalam menetapkan harga terkenal dengan biaya yang terjangkau. Pembayaran infaq dibayarkan setiap tiga bulan sekali atau satu semester membayar infaq sebesar Rp.400.000

4. Promosi (Promotion)

MA Ma'arif Keputran melakukan promosi dengan cara dengan mendatangi tiap SMP/MTS atau membuka posko pelayanan kepada calon siswa baru serta dalam melakukan promosi madrasah di bantu oleh siswa dan alumni melalui mulut kemulut. Serta melakukan kerja sama beberapa pihak lembaga pendidikan MTs/SMP khususnya di Kecamatan Sukoharjo. MA Ma'arif Keputran melakukan promosi menggunakan media cetak dan media sosial. Selain itu madrasah melakukan promosi dengan cara mengadakan event bakti sosial seperti membersihkan masjid di wilayah sekitar, mengadakan pawai dan mengadakan vaksin untuk masyarakat sebagai ajang promosi dalam meningkatkan citra madrasah.

5. Sumber daya manusia (*People*)

Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di MA Ma'arif Keputran yaitu siswa yang telah mendapatkan pelayanan yang baik dan telah mendapatkan fasilitas yang memadai. Serta guru dan karyawan madrasah telah menempuh pendidikan minimal S1 dan S2 di bidang masing-masing. Serta orang tua siswa yang selalu dilibatkan dalam keputusan mengenai siswa dan siswi madrasah.

6. Proses (Process)

Proses MA Ma'arif Keputran mencakup proses administrasi dan proses pembelajaran. Proses administrasi berjalan sesuai dengan prosedurnya dan proses awal mula calon siswa baru akan memulai pembelajaran yaitu madrasah menyiapkan pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru (PPPDB), serta proses penyeleksian peserta didik baru, serta proses pengenalan madrasah sampai proses kegiatan

belajar mengajar. Proses pembelajaran yang berada di MA Ma'arif Keputran mengikuti kebijakan dari madrasah dan program kurikulum menggunakan K13 Revisi dan siswa dan siswi di tanamkan nilai-nilai keagamaan seperti membaca Al-Qur'an terlebih dahulu sebelum memulainya kegiatan belajar mengajar.

7. Bukti Fisik (Physical evidence)

Bukti fisik MA Ma'arif Keputran sudah lengkap dan kondisi sarana dan prasarana yang ada di MA Ma'arif Keputran cukup baik, tidak ada yang mengalami kerusakan berat seperti : Gedung Lantai 3 Dan Lantai 1 (18 Rombel), Ruang Aula, Ruang Perpustakaan, Ruang Lab Komputer, Lapangan 3 In 1 (Bola Voli, Basket, Futsal), Wifi/Internet, Kamar Mandi/Wc Guru Dan Siswa, Parkir Yang Luas Dan Aman, Koperasi Madrasah, Kantin, Mushola, Alat Olahraga, Lemari, Kursi Siswa Dan Guru, Meja Siswa Dan Guru, Papan Tulis, Proyektor, Lemari, Printer, Mading, Kotak Sampah, Kipas Angin, Sound Sistem, P3K, Kasur UKS, Jam Dinding. Akan tetapi madrasah tidak memiliki ruang laboratorium MIPA.

B. Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan kesimpulan dari hasil penelitian, tentang Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah di MA Ma'arif Keputran, maka penulis akan memberikan saran demi perbaikan di masa depan yang diharapkan kepada pihak MA Ma'arif Keputran sebagai berikut:

1. MA Ma'arif Keputran dapat meningkatkan pelayanan jasa yang di berikan kepada pelanggan pendidikan untuk tetap menjaga kepuasan yang telah di rasakan oleh pelanggan madrasah.
2. MA Ma'arif Keputran tetap mempertahankan citra madrasah yang telah di dapatkan dan jika ada yang kurang baik di mata masyarakat dan pelanggan MA Ma'arif Keputran dapat memperbaiki untuk kebaikan madrasah.

DAFTAR RUJUKAN

- Aktar, Salim. "Upaya Meningkatkan Daya Saing Sekolah Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan." *Journal Ilmu Pendidikan* II, no. 2460-013X (2017).
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Revisi. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Ar, Garum dan syahrul. *Manajemen Bisnis Pendidikan*. Kendal: Ahsyara Media Indonesia, 2020.
- David, Freed R. *Strategic Management, 13th Edition,(America,LLC.2011) 1-964*, n.d.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005. Tentang Guru Dan Dosen*. Jakarta: Depdiknas, 2005.
- Eko Ariwibowo, Muhamad. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta." *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 2, no. 2 (2019): 181–90. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2628082>.
- Fakhrurozi. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Islam." *Jurnal Pemikiran, Riset Dan Pengembangan Pendidikan Islam* 7, no. 2 (2012): 207–32. <http://repository.uinjambi.ac.id/id/eprint/7402>.
- Firmansyah, Didin Fatahudin dan Anang. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.
- Fradito, Aditia. *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikase Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Multikase Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang 2)*, 2016.
- Fradito, Aditia, and Suti'ah Mulyadi. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (2020).
- Fradito, Aditia, Suti'ah, and Mulyadi. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (2020): 12–22.
- Hurriyati, Buchari Alma dan Ratih. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Indriani, Fera, Farah Diba, Dudun Ubaedullah, and Arizqi Pratama Ihsan. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam." *Islamic Management: Jurnal*

- Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 2008 (2021).
<https://doi.org/10.15575/isema.v6i2.13656>.
- . “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam.” *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 2008 (2021).
<https://doi.org/10.15575/isema.v6i2.13656>.
- Iqbal, Muhammad. “Pemasaran Jasa Pendidikan Dan Implementasinya Sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan Di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta.” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2019): 127–46. <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>.
- K, Dwi Adi. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Surabaya: Fajar Mulya, 2001.
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 2009.
- . *Manajemen Pemasaran*. 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Khasanah, Afidatun. “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Batturraden.” *El-Tarbawi* 8, no. 2 (2015): 161–76.
<https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.
- . “Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden.” *El-Tarbawi* 8, no. 2 (2015).
<https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.
- Labaso, Syahrial. “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta.” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 289–311. <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.
- Mahmud MY, Najmul Hayat, Fransisko Chaniago, Mentari Estianto. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah.” *Jurnal Paramurobi* 5, no. 8.5.2017 (2022): 1–13.
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Muhaimin. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Mujahidin, Akhmad. “Etika Bisnis Dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis).” *Jurnal Hukum Islam* 4, no. 2 (2005): 4.
- Munir, M. “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik.” *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2018): 78–94.

- Nasional, Peraturan Menteri Pendidikan. *Standar Sarana Dan Prasarana Sekolah Atau Madrasah Pendidikan Umum No 24 Tahun 2007*. Jakarta, 2007.
- Ritonga, Husni Muharram. *Manajemen Pemasaran (Konsep Dan Strategi)*. Medan: CV Manhaji, 2018.
- Sarifudin, Sarifudin, and Rahendra Maya. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (Mat) Darul Fallah Bogor." *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 02 (2019): 133. <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.
- Sartika, Didi. "Perencanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Simeulue Aceh Melalui Pendekatan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)." *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)* 3, no. 2 (2019): 1–15. <https://doi.org/10.47766/idarah.v3i2.557>.
- Sitorus, Onny Fitriana, and Novelia Utami. "Strategi Promosi Pemasaran." *Fkip Uhamka*, 2017, 1–309.
- Sodikin, Ahmad, Ikhwan Hamdani, and Gunawan Ikhtiono. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Terhadap Minat Siswa Bersekolah Di Mts Al Asiyah." *Judika (Jurnal Pendidikan Unsika)* 2, no. November (2018): 6–16.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Dab Kualitatif Dan R Dan D*. Bandung: CV Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi Dan Kasus)*. Yogyakarta: Caps, 2019.
- Umi Kalsum, Eka. "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Al-Azhar Medan." *USU Repository*, 2008.
- Usania, Siti Ana Asma. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Smp" 3, no. 2 (2017): 11–19. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/36441>.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Yuniawat, Rully Indrawan dan R.Poppy. *Rully Indrawan Dan R.Poppy Yuniawati*. Bandung: PT Refika Aditama, 2017.