

**STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM
MEMASARKAN JASA PENDIDIKAN DI MI
AL-MUNAWAROH BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Melengkapi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Dalam Ilmu Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan.**

Oleh:

**LITA JULIA
NPM:2011030252**

Jurusan: Manajemen Pendidikan Islam



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1446H/ 2024M**

**STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM
MEMASARKAN JASA PENDIDIKAN DI MI
AL-MUNAWAROH BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Melengkapi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Dalam Ilmu Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan.**

Oleh:

**LITA JULIA
NPM:2011030252**

Jurusan: Manajemen Pendidikan Islam



**Pembimbing 1 : Dr. H. Erjati Abas, M.Ag
Pembimbing 2 : Dr. Ali Murtadho, M.S.I**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1446H/ 2024M**

ABSTRAK

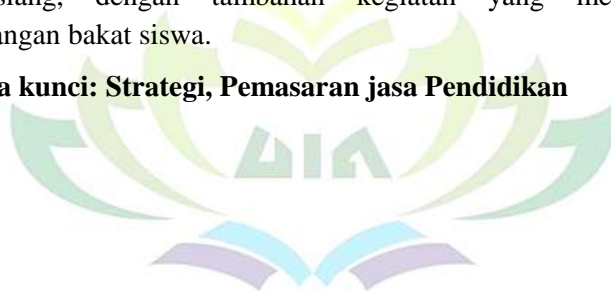
Permasalahan awal yang ditemukan ketika pra penelitian di MI Al-munawaroh Bandar Lampung adalah tingginya animo masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya di MI Al-munawaroh Bandar Lampung, bahkan menurut grafik peningkatan peserta didik meningkatkan selama 5 tahun berturut-turut. Meskipun demikian masih adanya hal yang menjadi ancaman dalam memasarkan jasa pendidikan. Selain dari pada itu peran kepala madrasah dalam proses pemasaran sangat lah penting. Dari fakta-fakta di lapangan yang telah di kemukakan, bahwasanya Kepala Madrasah telah melakukan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung. Penelitian ingin menjelaskan bagaimana kepala madrasah menerapkan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kualitas pendidikan khusus peserta didik.

Dalam hal ini terdapat kenaikan dalam memasarkan jasa pendidikan di madrasah, Karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kepala madrasah yang berfokus dalam memasarkan jasa pendidikan pada MI al-munawaroh bandar lampung. Sub fokus yang digunakan menggunakan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang terdiri dari 7P yaitu Product (produk), Place (tempat), Price (harga), Promotion (promosi), People (orang), Physical evidence (bukti fisik) dan Process (proses). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan triangulasi sumber sebagai uji keabsahan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi,wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini ialah reduksi data,penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil temuan penelitian bahwa secara keseluruhan, MI Al-Munawaroh Bandar Lampung menunjukkan pendekatan yang komprehensif dalam memasarkan jasa pendidikan, dengan fokus pada kualitas produk, keterjangkauan harga, lokasi strategis, promosi yang efektif, pengembangan sumber daya manusia, fasilitas yang memadai, dan proses pendidikan yang terstruktur. Produk (*Product*): yang

ditawarkan program pendidikan dan program bakti. Penetapan Harga (*Price*): Penetapan biaya sekolah dilakukan melalui rapat yang melibatkan orang tua siswa, keringan biaya bagi siswa yang tidak mampu, seperti yatim piatu, dibebaskan dari biaya sekolah. Keadaan Tempat (*Place*): Lokasi MI Al-Munawaroh cukup strategis, berada di lingkungan yang mendukung aksesibilitas bagi siswa dan orang tua, sehingga memudahkan dalam menjangkau madrasah. Promosi (*Promotion*): Promosi dilakukan pemasangan banner, penggunaan media sosial, dan promosi dari mulut ke mulut. Orang (*People*): kepala madrasah yang menyediakan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi guru dan evaluasi supervisi. Bukti Fisik (*Physical Evidence*): Fasilitas di MI Al-Munawaroh sudah memenuhi standar yang ditetapkan dan fasilitas pendukung lainnya seperti internet dan alat olahraga. Proses (*Process*): Proses pendidikan di MI Al-Munawaroh terjadwal dengan baik, dimulai dari persiapan perangkat pembelajaran oleh guru yang kemudian divalidasi oleh kepala madrasah. Kegiatan belajar mengajar (KBM) berlangsung dari pagi hingga siang, dengan tambahan kegiatan yang mendukung pengembangan bakat siswa.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran jasa Pendidikan



ABSTRACT

The initial problem discovered during pre-research at MI Al-munawaroh Bandar Lampung was the high level of public interest in sending their children to MI Al-munawaroh Bandar Lampung, in fact according to the graph the increase in student enrollment has increased for 5 consecutive years. However, there are still things that pose a threat in marketing educational services. Apart from that, the role of the madrasa head in the marketing process is very important. From the facts in the field that have been put forward, it is clear that the Head of the Madrasah has implemented a marketing strategy that can improve the quality of education at MI Al-munawaroh Bandar Lampung. The research wants to explain how madrasa heads implement marketing strategies for educational services in improving the quality of special education for students.

In this case, there is an increase in marketing educational services at madrasas. Therefore, this research aims to determine the strategy of madrasa heads who focus on marketing educational services at MI al-Munawaroh Bandar Lampung. The sub-focus used is an educational services marketing mix strategy consisting of 7P, namely Product, Place, Price, Promotion, People, Physical Evidence and Process. The research method uses a qualitative approach and source triangulation to test the validity of the data. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. The data analysis techniques in this research are data reduction, data presentation, drawing conclusions and verification.

The research findings show that overall, MI Al-Munawaroh Bandar Lampung shows a comprehensive approach in marketing educational services, with a focus on product quality, affordability, strategic location, effective promotion, human resource development, adequate facilities, and educational processes structured. Products: educational programs and community service programs offered. Price Determination: Determination of school fees is carried out through meetings involving parents of students, fee reductions for students who cannot afford it, such as orphans, are exempt from school fees. Place Conditions: The location of MI Al-Munawaroh is quite strategic, in an

environment that supports accessibility for students and parents, making it easier to reach the madrasa. Promotion: Promotion is carried out by placing banners, using social media and word of mouth. People: madrasa heads who provide training to improve teacher competency and supervision evaluation. Physical Evidence: The facilities at MI Al-Munawaroh meet the established standards and other supporting facilities such as internet and sports equipment. Process: The education process at MI Al-Munawaroh is well scheduled, starting from the preparation of learning tools by the teacher which is then validated by the madrasa head. Teaching and learning activities (KBM) take place from morning to afternoon, with additional activities that support the development of students' talents.

Keywords: Strategy, Marketing of Educational Services



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lita Julia

Npm : 2011030252

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Strategi Kepala Madrasah Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung**” Merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan plagiat ataupun duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk atau disebut dengan footnote dan daftar pustaka. Apabila terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab semua ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat harap di maklumi.

Bandar Lampung, Agustus 2024

Penulis



NPM. 2011030252



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMASARKAN JASA PENDIDIKAN DI MI AL-MUNAWAROH BANDAR LAMPUNG

Nama : Lita Julia

NPM : 2011030252

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqosyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Pembimbing I


Dr. H. Erjati Abas, M.Ag., M.H
NIP : 195907241980031003

Pembimbing II


Dr. Ali Murtadho, M.S.I
NIP : 197907012009011014

**Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam**


Dr. Hj. Yetri, M. Pd
NIP : 196512151994032001



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Let. H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi ini dengan judul **“STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMASARKAN JASA PENDIDIKAN DI MI AL-MUNAWAROH BANDAR LAMPUNG.”** disusun oleh: **Lita Julia NPM: 2011030252**, Jurusan: **Manajemen Pendidikan Islam**. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung pada Kamis, 25 Juli 2024.

TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Hj. Yetri, M.Pd.** (.....)

Sekretaris : **Sela Kholidiani, M.Pd.** (.....)

Penguji Utama : **Dr. Riyuzen Praja Tuala, M.Pd.** (.....)

Penguji Pendamping I : **Dr. H. Erjati Abas, M.Ag., M.H** (.....)

Penguji Pendamping II : **Dr. Ali Murtadho, M.S.I** (.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan**



Prof. Dr. Hj. Nurva Diana, M.Pd
NIP. 196408281988032002

MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۗ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ۗ

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”
(At-Taubah [9]:105)



PERSEMBAHAN

Puji syukur ku panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sebagai rasa bakti dan hormat serta rasa syukur, tulus dan ikhlas Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Sunaryo dan Ibunda Nur Hasiah yang tidak henti-hentiya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan dukungan serta do'a yang teramat tulus sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. terimakasih selalu berjuang dalam mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kakakku Nia Gustin yang kusayangi yang senantiasa memberikan dukungan melalui lisan, asupan, dan perbendaan bagi penulis, serta mendo'akan kemudahan atas urusan penulis.
3. Kepada Sahabatku Santi Sartika, Titin Marfiah, Salsabilla, Falahtun Fitriyani, Anita Wulandari, Mahesya Istiqomah dan Erryka Shoppi Shopyta yang selalu mendukung, membantu dan menemani penulis saat penyusunan skripsi.
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung

RIWAYAT HIDUP

Lita Julia, lahir di Pesisir Barat tepatnya di desa Kampung Jawa pada tanggal 27 Juli 2002 yang merupakan anak bungsu dari dua bersaudara, buah hati dari pasangan Bapak Sunaryo dan Ibu Nur Hasiah. Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat dasar di SDN 1 Kampung Jawa Kecamatan Pesisir Tengah, selesai pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 2 KRUI dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang atas di SMK N 1 KRUI yang diselesaikan pendidikannya pada tahun 2020. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan diperguruan tinggi UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam tahun 2020. Pada tahun 2023 penulis melakukan KKN di Desa Beringin Kencana, Lampung Selatan. Pada tahun yang sama penulis melakukan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) MIS Al-Munawaroh Bandar Lampung.

Penulis Aktif di berbagai organisasi baik *internal* maupun *eksternal* selama menjadi mahasiswa, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Ketua Departemen Pengembangan Anggota Unit Kegiatan Mahasiswa Pencak Silat UIN Raden Intan Lampung Tahun 2023
2. Sekretaris Divisi Media Komunitas Potensial.id Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2023
3. Anggota Divisi Minat Bakat Ikatan Mahasiswa Muslim Pesisir Barat (IKAMM) Tahun 2022
4. Anggota Divisi Media Komunitas Potensial.id Kabupaten Pesisir Barat Tahun 2022
5. Anggota Pengembangan Keatlitian PSHT Rating Krui Pesisir Barat Tahun 2020

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan pertolongannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Kepala Madrasah Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan”. Shalawat dan salam senantiasa dihaturkan kepada uswatun hasanah kita yaitu Nabi Muhammas SAW beserta keluarga, para sahabatnya dan para pengikutnya.

Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir perkuliahan dan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Nirva Diana, M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung.
2. Ibu Dr. Hj. Yetri, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Raden Intan Lampung dan Bapak Riyuzen Praja Tuala, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Bukhari Muslim, LC. MA selaku Pembimbing I dan Bapak Prima Aji Putra, M.Pd selaku Pembimbing II.
4. Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan terkhusus dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan di program studi Manajemen Pendidikan Islam, FTK UIN Raden Intan Lampung.
5. Ibu Sri Agustiningasih, S.Pd.I selaku Kepala Madrasah MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
6. Seluruh Dewan Guru dan Staf Karyawan MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
7. Rekan-rekan seperjuangan MPI kelas E angkatan 2020 serta seluruh rekan Prodi MPI Angkatan 2020
8. Semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, termakash atas semua arahan, bantuan, dukungan,

semangat dan motivasi yang diberikan sehingga penulis sampai pada tahap merah gelar sarjana pada program studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Terimakasih atas bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini semoga pihak-pihak yang telah membantu mendapat balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin Allahumma Aamiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandar Lampung, September 2024
Penulis

Lita Julia

NPM 2011030252



DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	vii
PERSETUJUAN.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	2
C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	10
H. Metode Penelitian	28
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
2. Tempat Penelitian	28
3. Sumber Data.....	29
4. Teknik Pengumpulan Data	30

5. Teknik Analisis data.....	32
6. Uji Keabsahan Data	33
I. Sistematika Pembahasan.....	35
BAB II LANDASAN TEORI	37
A. Kepala Madrasah	37
1. Pengertian Kepala Madrasah.....	37
2. Fungsi dan Peran Kepala Madrasah	37
3. Strategi Kepala Madrasah	39
B. Pemasaran jasa pendidikan.....	44
1. Pengertian Pemasaran jasa pendidikan.....	44
2. Fungsi Pemasaran Jasa Pendidikan	44
3. Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan.....	45
4. Strategi Bauran Pemasaran jasa pendidikan	47
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	53
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
1. Sejarah MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	53
2. Visi, Misi dan Tujuan MI Al-munawaroh Bandar Lampung.....	54
3. Letak Geografis MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	55
4. Data Tenaga Pengajar/Guru MI Al-munawaroh Bandar Lampung.....	55
5. Data Siswa di MI Al-munawaroh Bandar Lampung	64
6. Sarana dan Prasarana di MI Al-munawaroh Bandar Lampung	65
7. Prestasi Siswa MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	66
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian	67

BAB IV ANALISIS DATA 87

 A. Analisis Data Penelitian 87

 B. Temuan Penelitian..... 108

BAB V PENUTUP 113

 A. Kesimpulan 113

 B. Rekomendasi..... 114

DAFTAR RUJUKAN 116

LAMPIRAN 120



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Data Jumlah Siswa pada tahun 2019 s.d 2023	6
Tabel 2.1	Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	14
Tabel 3.3	Data siswa yang telah menyelesaikan hafalan juz 30.....	69
Tabel 4.3	Rician biaya sekolah MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	71
Tabel 5.3	Data Pekerjaan orang tua siswa/i MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.3	Peta MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	6
Gambar 2.3	Postingan di Facebook Brosur PPDB Tahun 2023/2024.....	75
Gambar 3.3	Pelatihan Guru bedah kisi-kisi dan soal asesmen MI TP. 2023/2024	78
Gambar 4.4	Produk yang ditawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung	90
Gambar 5.4	Penetapan Price (harga) di MI Al-munawaroh Bandar Lampung	93
Gambar6.4	Place (tempat) di MI Al-munawaroh Bandar Lampung	96
Gambar 7.4	Promosi yang dilakukan dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung	99
Gambar 8.4	People (Orang/SDM) yang terdapat di MI Al- Munawaroh Bandar Lampung	102
Gambar 9.4	Physical evidence (bukti fisik) yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung.....	104
Gambar 10.4	Process (proses) pendidikan MI Al-munawaroh Bandar Lampung	107

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen Pra Penelitian
- Lampiran 2 Instrumen Penelitian
- Lampiran 3 Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 5 Surat Pra Penelitian
- Lampiran 6 Surat Balasan Pra Penelitian
- Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Penelitian





BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk memberikan gambaran singkat tentang isi atau topik yang akan dibahas agar membantu pembaca dalam memahami apa yang akan mereka temui sehingga terhindar dari kesalahpahaman terhadap judul skripsi yang dibuat. Adapun judul skripsi yang penulis bahas yaitu Strategi Kepala Madrasah dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung. Untuk pemaparan lebih jelas mengenai judul skripsi ini, berikut deskripsi istilah judul:

1. Strategi Kepala Madrasah

Strategi kepala madrasah merupakan upaya manajemen untuk memperkuat organisasi dan memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sejalan dengan misi yang telah ditetapkan.¹

2. Pemasaran jasa pendidikan

Pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu di mana siswa, orangtua siswa, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.²

3. MI Al-Munawaroh Bandar Lampung

MI Al-Munawaroh Bandar Lampung merupakan salah satu lembaga pendidikan formal

¹ M Yusuf et al., "Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Guru Pada Masa Pandemi Covid-19," *Intizam* 5, no. 2 (2022): 86

² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).20

swasta tingkat dasar yang terletak di Jalan Sejahtera No. 12 Kelurahan Sumberrejo sejahtera, Kecamatan Kemiling kota bandar lampung. Tempat dimana penulis akan melakukan penelitian di Madrasah tersebut.

B. Latar Belakang Masalah

Pendidikan saat ini harus diperlakukan dan dikelola secara profesional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau masyarakat jika dikelola seadanya. Pendidikan merupakan proses pembelajaran dan pengembangan akal dan potensi dalam jiwa seseorang peserta didik menjadi lebih berkembang membangun sebuah karakter, potensi sehingga dapat dikatakan bahwa pendidikan merupakan suatu jalan bagi peserta didik kreatif yang dapat mengetahui pembentuk jati diri seorang peserta didik.³

Menurut Undang – Undang nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, menegaskan bahwa pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.⁴

Madrasah merupakan lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Dengan persaingan yang semakin ketat, mau tidak mau setiap Madrasah harus melakukan pengelolaan yang baik agar memberikan layanan yang terbaik, karena jika tidak demikian, maka konsumen atau

³ Katerina Winiharti, Bintang R. Simbolon, and Dameria Sinaga, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Di SD Santo Bellarminus Bekasi, *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, (2023): 98.

⁴ EM Giri, *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional* (Jakarta : Visimedia, 2007).

masyarakat akan dengan mudah mencari lembaga lain lebih menguntungkan dan menjanjikan. Disamping itu, Madrasah pun dituntut untuk dapat memosisikan diri dengan melakukan strategi yang jitu demi mempertahankan eksistensinya.

Strategi adalah suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha yang telah ditentukan. Strategi yang dilakukan kepala sekolah/madrasah merupakan faktor yang berpengaruh dalam penentuan peningkatan suatu pencapaian dilembaga pendidikan. Dalam hal pencapaian visi misi dilembaga pendidikan harus adanya strategi pemasaran yang bisa mengembangkan meningkatkan minat calon peserta didik dalam masuk dalam suatu lembaga pendidikan.⁵

Keberhasilan dari sebuah strategi sendiri terletak dari pemimpinnya, sama halnya dengan kepala madrasah selaku pemimpin sebuah madrasah. Pada tingkat pendidikan, kepala madrasah merupakan kunci dalam mendorong perkembangan dan kemajuan di madrasah.

Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an al-Hasyr ayat 18 Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتُنظُرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ١٨

“Wahai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan”. (Q.s Al-Hasyr [59]:18)

⁵ Elva Lidya, Strategi Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Mutu Madrasah (Studi Pada Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kota Prabumulih), *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, (2018): 5.

Selain itu dalam Q.S Adz-Dzariyat ayat 56 yang berbunyi:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

“Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku.”(Q.S Adz-Dzariyat: 56)

Ayat di atas mengajarkan bahwa penting bagi seseorang untuk melihat kembali apa yang telah dilakukannya di masa lalu agar dapat menemukan kesuksesan dan kebahagiaan di masa depan. Allah SWT., selalu mendorong kita untuk memupuk kebaikan melalui amal shaleh. Dalam situasi saat ini, Anda harus selalu berpikir untuk melakukan sesuatu yang lebih baik. Penting untuk diingat bahwa manusia diciptakan di bumi ini hanya untuk tujuan beribadah.⁶

Banyaknya penggunaan Strategi yang dilakukan dalam meningkatkan minat masyarakat. Salah satunya menggunakan strategi pemasaran untuk menawarkan kualitas pendidikan sehingga landasan dan moralitas dalam proses pemasarannya mencapai tujuan yang diharapkan. Seorang pemimpin sangat berperan penting dalam keberhasilan suatu lembaga pendidikan yang mana kepala madrasah mampu menarik minat peserta didik untuk tertarik masuk dimadrasah. Untuk menarik minat peserta didik yang baik tentu ada strategi, model, dan trik tertentu yang dilakukan oleh kepala madrasah untuk mencapai target dan hasil yang memuaskan.⁷

Strategi pemasaran dalam pendidikan tidak

⁶ Tafsiralquran.id, *“Tafsir Surat Al-Hasyr-Ayat 18 Introepeksi Diri, Manajemen Waktu Dan Tabungan Kebaikan,”*(2022)

⁷ Irdha Yanti Musyawarah dan Desi Idayanti, *“Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju,”* Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen 1, no. 1 (2022): 3.

lepas dari bauran pemasaran. bauran pemasaran merupakan suatu penggabungan alat-alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan pemasaran. Menurut Zeithaml & Bitner bahwa bauran pemasaran jasa memiliki 7P yakni: *Product* (produk), *Place* (tempat), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik) dan *Process* (proses).⁸

Dalam hal ini terdapat kenaikan dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung, Karena itu penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi kepala madrasah yang berfokus dalam memasarkan jasa pendidikan pada MI al-munawaroh bandar lampung. Dengan demikian penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam meningkatkan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam hal memasarkan jasa pendidikan.

Penelitian ini juga akan memberikan wawasan lebih mendalam tentang strategi dalam memasarkan jasa pendidikan dilembaga pendidikan khususnya madrasah. Serta bertujuan membantu pihak madrasah, para orang tua siswa dan pemerintah daerah serta pemangku kepentingan, untuk memahami pentingnya strategi dalam upaya peningkatan mutu pendidikan.

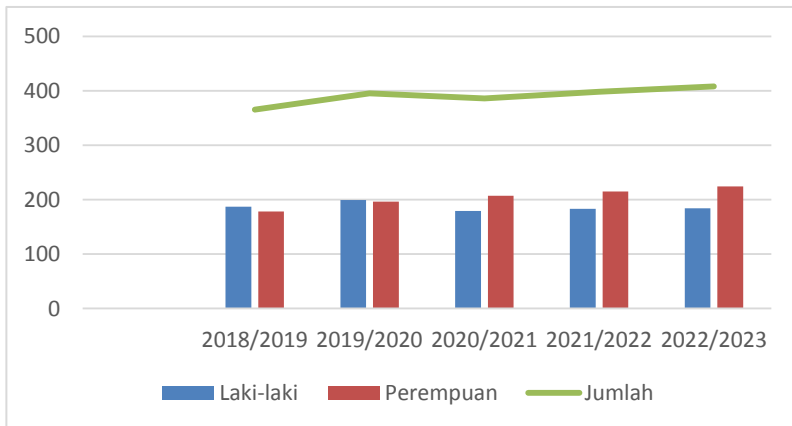
Berdasarkan hasil observasi awal, dijelaskan bahwa jumlah peserta didik di MI al-munawaroh setiap tahun mengalami peningkatan. Data dalam 5 tahun terakhir jumlah peserta didik di MI al-munawaroh Bandar Lampung mengalami kenaikan. Dibuktikan dengan tabel data jumlah siswa 5 Tahun terakhir di MI al-munawaroh.

⁸ Bella Silvia Woroningrum, "Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus SD IT Darul Falah Sukorejo Ponorogo)" (Skripsi, UIN Maulana malik Ibrahim, 2022), 24.

Tabel 1.1**Data Jumlah Siswa dari Tahun 2019 s.d 2023**

Tahun Ajaran	L	P	Jumlah
2018/2019	187	178	365
2019/2020	199	196	395
2020/2021	179	207	386
2021/2022	183	215	398
2022/2023	184	224	408

Sumber: Staff TU MI Al-munawaroh tahun masuk 2019-2023



Dari tabel dan diagram diatas menunjukkan bahwa jumlah siswa dari 5 tahun terakhir mengalami kenaikan dari tahun 2019 s.d 2023. Hal ini juga adanya penyebab kenaikan jumlah siswa ini diantaranya kualitas pendidik dan output dari MI Al-munawaroh yang menjadi daya tarik calon peminat seperti kualitas pembelajaran, prestasi yang didapat siswa dan kerjasama guru dan orang tua yang baik.

Penulis juga melakukan wawancara terhadap Ibu Sri Agustiningsih, S.Pd.I Selaku Kepala Madrasah di MI Al-Munawaroh, “Mengatakan bahwa

strategi memasarkan jasa pendidikan dilakukan dengan berbagai cara salah satunya meningkatkan unsur interen madrasah seperti kualitas tenaga pendidik, meningkatkan prestasi siswa dan kerjasama yang baik antara guru dan orang tua. Baru selanjutnya mengadakan sosialisasi atau promosi melalui media sosial. Serta strategi dalam memasarkan jasa pendidikan yang selalu melihat kondisi dan situasi perkembangan serta persaingan dari tahun ke tahun.”⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan bahwa berbagai strategi telah dilakukan kepala madrasah dalam hal memasarkan jasa pendidikan contohnya, meningkatkan kualitas SDM seperti tenaga pendidik serta prestasi siswa, melakukan promosi di sosial media seperti di facebook, whatsApps grup serta dari mulut ke mulut. Dengan strategi, pemasaran jasa pendidikan yang digunakan oleh kepala madrasah untuk menarik lebih banyak peserta didik agar mencapai hasil yang diharapkan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti tentang judul Strategi Kepala Madrasah dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung.

C. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan Fokus penelitian ini terletak pada Strategi Kepala Madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung.

2. Sub fokus Penelitian

Adapun sub fokusnya strategi bauran pemasaran yaitu: *Product* (produk), *Place* (tempat), *Price* (harga), *Promotion* (promosi),

⁹ Sri Agustiniingsih, “Strategi Memasarkan Jasa Pendidikan,” *Wawancara*, Mei 9, 2024.

People (orang), *Physical evidence* (bukti fisik) dan *Process* (proses).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan Fokus dan sub fokus Penulis dalam penelitiannya didapatkan Rumusan masalah tentang Strategi Kepala Madrasah dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

1. Apa saja *Product* (produk) yang ditawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
2. Bagaimana penetapan *price* (harga) dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
3. Bagaimana keadaan *Place* (tempat) di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
4. Bagaimana *Promotion* (promosi) yang dilakukan dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
5. Bagaimana *People* (orang/sumber daya manusia) yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
6. Bagaimana *Physical evidence* (bukti fisik) yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
7. Bagaimana *Process* (proses) pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari Rumusan Masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui *Product* (produk) yang ditawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
2. Untuk Mengetahui Penetapan *Price* (harga) dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung

3. Untuk Mengetahui keadaan *Place* (tempat) di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
4. Untuk Mengetahui *Promotion* (promosi) yang dilakukan dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
5. Untuk Mengetahui *People* (orang/sumber daya manusia) yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
6. Untuk Mengetahui *Physical evidence* (bukti fisik) yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
7. Untuk Mengetahui *Process* (proses) pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung

F. Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat menghasilkan sejumlah manfaat yang bernilai bagi masyarakat dan menjadi prioritas sistem pendidikan, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah Pengalaman dan Ilmu baru didunia pendidikan khususnya dalam hal memasarkan jasa pendidikan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Madrasah, Temuan penelitian ini dapat dijadikan masukan oleh madrasah, khususnya berkaitan dengan rencana strategi pemasaran yang dilakukan kepala madrasah untuk meningkatkan siswa agar lebih efektif mencapai tujuan madrasah.
- b. Bagi kepala madrasah, sebagai masukan agar mengembangkan strategi yang lebih sesuai dengan perkembangan serta persaingan yang ada.

- c. Bagi Penulis, Dalam Penelitian yang dilakukan penulis dapat banyak pengetahuan dan pengalaman dalam pengembangan wawasan mengenai strategi yang efektif dan efisien dalam memasarkan jasa pendidikan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Strategi Kepala Madrasah dipelajari dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari berbagai penelitian. Oleh karena itu, penulis membandingkan kajian-kajian penelitian sebelumnya yang relevan dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi Kepala Madrasah Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MI Al-Munawaroh,” dengan menggunakan contoh sebagai berikut:

1. **Nelva Maulisa pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Kepala Madrasah dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar”** dengan sub fokusnya yaitu aktivitas kepala madrasah dalam pemasaran jasa pendidikan, efektivitas pemasaran jasa pendidikan, dan peluang dan tantangan. Metode penelitian menggunakan deskriptif kualitatif.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa 1) Aktivitas Kepala Madrasah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar dilaksanakan dengan baik yaitu mengarah pada tugas dan fungsi kepala madrasah sebagai pemimpin dalam pemasaran jasa Pendidikan. 2)Efektivitas pemasaran jasa Pendidikan terhadap peningkatan minat pelanggan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar saat ini kepala madrasah terus melakukan inovasi untuk perkembangan kualitas

jasa Pendidikan, mempertahankan citra yang baik dan memberikan rasa nyaman terhadap stakeholder, menjalin komunikasi keterbukaan informasi yang ada antara kepala madrasah dengan karyawan lainnya dan pengelolaan operator yang baik serta memberikan kepuasan layanan terhadap minat pelanggan. 3)Efektivitas pemasaran jasa Pendidikan terhadap peningkatan minat pelanggan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar saat ini kepala madrasah terus melakukan inovasi untuk perkembangan kualitas jasa Pendidikan, mempertahankan citra yang baik dan memberikan rasa nyaman terhadap stakeholder, menjalin komunikasi keterbukaan informasi yang ada antara kepala madrasah dengan karyawan lainnya dan pengelolaan operator yang baik serta memberikan kepuasan layanan terhadap minat pelanggan.¹⁰

2. **Dyan Paratiwi pada tahun 2021 dengan judul “Strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MTs Yaa Bunayya Kota Jayapura”** sub fokusnya yaitu Merencanakan, mengkoordinasikan, dan menilai pelaksanaan PPDB menjadi subtopik penelitiannya yang dimuat dalam jurnal tersebut. Metodologi penelitian deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini.

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa perencanaan PPDB dilakukan dengan perencanaan yang matang, meliputi rapat pembentukan tim penerimaan peserta didik baru,

¹⁰ Nelva Maulisa, “Strategi Kepala Madrasah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar” (UIN Ar-raniry Darussalam Banda Aceh, 2020).

penetapan tujuan, penetapan persyaratan, tata cara perekrutan, penjadwalan, dan penempatan target kenaikan pangkat. Pengurus sekolah, pendidik, dan anggota tim PPDB lainnya saling bahu membahu memaksimalkan kolaborasi dalam rangka terlaksananya organisasi. Pelaksanaan PPDB di evaluasi guna melakukan perubahan di masa depan.¹¹

3. **Ibrah Mustafa Kamal pada tahun 2023 dengan judul “Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa”.** Merencanakan, melaksanakan, dan menilai taktik promosi serta bauran pemasaran 7P (Produk, Price, Place, Promosi, People, physical evidence, dan Proses) adalah sub topik penelitian yang dipublikasikan di jurnal tersebut. Metode kualitatif diambil dalam melakukan penelitian deskriptif.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penetapan waktu, pembentukan komite, dan penetapan tujuan merupakan komponen kunci perencanaan. Pemanfaatan media cetak, kunjungan ke rumah, dukungan relawan dari masyarakat, kerjasama dengan masjid dan puskesmas. Penilaian Setiap tahun ajaran, tujuan siswa ditetapkan karena rencana jangka panjang sekolah tidak tercapai, promosi media sosial belum dilakukan, sarana dan prasarana kurang memadai, dan lokasi sekolah kurang menguntungkan.¹²

¹¹ Oktavia Buano, Suparto Iribaram, and Dyan Pratiwi, “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MTs Yaa Bunayya Kota Jayapura,*Journal of Education Based on Local Wisdom*,(2022): 23.

¹² Ibrah Mustafa Kamal and Islam Negeri Alauddin Makassar, "Strategi

4. **Penelitian yang dilakukan Faizatun Nisa pada tahun 2021, yang berjudul “Strategi Kepala Sekolah dalam menarik Minat Peserta Didik.”**metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.

Temuan studi ini menunjukkan perlunya pendekatan yang baik untuk mencapai tujuan. Dengan menggunakan pendekatan komunitas, bekerja sama dengan institusi lain, menawarkan kegiatan unggulan, menawarkan promosi, dan meningkatkan standar sekolah, kepala sekolah berharap dapat menarik perhatian masyarakat dan mendorong mereka untuk menyekolahkan anaknya ke MI Al-Falah. Harus ada unsur pendorong dan penghambat bagi kepala sekolah untuk melaksanakan rencana mereka. Dukungan Yayasan Al-Falah terhadap lembaga MI Al-Falah, kepercayaan masyarakat terhadap yayasan Al-Falah, dan kondisi keuangan kepala sekolah yang memadai semuanya membantunya dalam melaksanakan rencananya. Sebaliknya, persaingan yang ketat di antara lembaga-lembaga pendidikan dan kurangnya minat terhadap pendidikan swasta merupakan hambatan atau kesulitan dalam melaksanakan rencana tersebut.¹³

5. **Katerina Winiharti dkk. Pada tahun 2023 dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa SD Santo Bellarminus Bekasi”** dilakukan oleh dan rekan. Subfokus penelitian yang dibahas berkaitan

Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupten Gowa”, *Jambura Economic Education Journal*,(2023): 66.

¹³ Faizatun Nisa’ and Ahmad Musaddad., “Strategi Kepala Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik,” *Jurnal Pemikiran Keislaman* 5, no. 2 (2021): 53.

dengan strategi pemasaran yang sesuai dan pendekatan pemasaran yang diterapkan pada penerimaan mahasiswa baru. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif sebagai metodologinya.

Hasil temuan penelitian ini adalah SD Santo Bellarminus Bekasi mengawali proses perencanaan dengan melakukan berbagai tahapan, antara lain melakukan pertemuan dengan ketua yayasan, kepala humas, kepala sekolah, dan guru guna membentuk komite yang bertugas melaksanakan kegiatan promosi. Setelah itu, panitia yang dibentuk melanjutkan penyusunan strategi dan pengorganisasian berbagai inisiatif, antara lain menetapkan jangka waktu pelaksanaan, mengidentifikasi target pasar, membuat materi promosi seperti spanduk, brosur, dan website, serta membentuk panitia tersendiri yang didedikasikan untuk mempromosikan produk tersebut. sekolah dalam komunitas yang lebih besar. Setelah pembentukan komite, pelaksanaan promosi mulai dijalankan, sehingga memerlukan tindakan segera dari semua individu yang ditugaskan pada tugas tersebut. Termasuk pimpinan yayasan, kepala sekolah, serta guru dan siswa yang terlibat dalam memajukan sekolah. Meskipun data yang dikumpulkan menunjukkan kemajuan, SD Santo Bellarminus Bekasi masih belum mencapai target yang diinginkan sehingga menunjukkan hasil yang kurang optimal.

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Peneliti	Temuan penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nelva	Hasil	-	-Perbedaan

	<p>Maulisa pada tahun 2020 dengan judul “Strategi Kepala Madrasah dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar”</p>	<p>temuan penelitian menunjukkan bahwa 1) Aktivitas Kepala Madrasah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar dilaksanakan dengan baik yaitu mengarah pada tugas dan fungsi kepala madrasah sebagai pemimpin dalam pemasaran jasa Pendidikan. 2) Efektivitas pemasaran jasa Pendidikan terhadap</p>	<p>Metodologi kualitatif digunakan dalam kedua pendekatan penelitian. Observasi, wawancara, dan dokumentasi adalah tiga metode yang digunakan dalam pengumpulan data.</p>	<p>terletak pada loka tempat penelitian. penelitian ini berlokasi di MTs Yaa Bunayya Kota Jayapura sedangkan penelitian peneliti di MI Al-munawaroh</p>
--	---	---	---	---

		<p>peningkatan minat pelanggan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar saat ini kepala madrasah terus melakukan inovasi untuk perkembangan kualitas jasa Pendidikan, mempertahankan citra yang baik dan memberikan rasa nyaman terhadap stakeholder, menjalin komunikasi keterbukaan informasi yang ada antara kepala madrasah dengan</p>		
--	--	---	--	--

		<p>karyawan lainnya dan pengelolaan operator yang baik serta memberikan kepuasan layanan terhadap minat pelanggan.</p> <p>3) Efektivitas pemasaran jasa Pendidikan terhadap peningkatan minat pelanggan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar saat ini kepala madrasah terus melakukan inovasi untuk perkembangan kualitas jasa</p>		
--	--	---	--	--

		<p>Pendidikan, mempertahankan citra yang baik dan memberikan rasa nyaman terhadap stakeholder, menjalin komunikasi keterbukaan informasi yang ada antara kepala madrasah dengan karyawan lainnya dan pengelolaan operator yang baik serta memberikan kepuasan layanan terhadap minat pelanggan</p>		
2	<p>“Strategi Kepala Madrasah dalam meningkatkan</p>	<p>Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa perencanaan</p>	<p>- Metodologi kualitatif digunakan dalam</p>	<p>-Perbedaan terletak pada loka tempat penelitian. penelitian ini berlokasi di</p>

	<p>penerimaan Peserta didik baru di MTs Yaa Bunayya Kota Jayapura”</p> <p>Dyan Paratiwi pada tahun 2021,</p>	<p>PPDB dilakukan dengan perencanaan yang matang, meliputi rapat pembentukan tim penerimaan peserta didik baru, penetapan tujuan, penetapan persyaratan, tata cara perekrutan, penjadwalan, dan penempatan target kenaikan pangkat. Pengurus sekolah, pendidik, dan anggota tim PPDB lainnya saling bahu membahu memaksimalkan kolaborasi</p>	<p>kedua pendekatan penelitian.</p> <p>Observasi, wawancara, dan dokumentasi adalah tiga metode yang digunakan dalam pengumpulan data.</p>	<p>MTs Yaa Bunayya Kota Jayapura sedangkan penelitian peneliti di MI Al-munawaroh</p>
--	--	---	--	---

		dalam rangka terlaksananya organisasi. Pelaksanaan PPDB dievaluasi guna melakukan perubahan di masa depan.		
3	<p>“Strategi Promosi sekolah dalam Meningkatkan Jumlah peserta didik di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo kabupaten Gowa”.</p> <p>Ibrah mustafa Kamal pada</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa penetapan waktu, pembentukan komite, dan penetapan tujuan merupakan komponen kunci perencanaan . Pemanfaatan media cetak, kunjungan ke rumah, dukungan relawan dari</p>	<p>- Subfokus penelitian memuat persamaan penelitian.</p> <p>- Pendekatan penelitian melibatkan metode kualitatif ; - Tujuan dari penelitian ini adalah</p>	<p>Lokasi penelitian peneliti di MI Al-munawaroh ,sedangkan lokasi penelitian di MA Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa.</p>

	tahun 2023	masyarakat, kerjasama dengan masjid dan puskesmas. Penilaian Setiap tahun ajaran, tujuan siswa ditetapkan karena rencana jangka panjang sekolah tidak tercapai, promosi media sosial belum dilakukan, sarana dan prasarana kurang memadai, dan lokasi sekolah kurang menguntungkan.	- Dokumentasi, wawancara, dan observasi merupakan metode yang digunakan dalam pengumpulan data.	
4	“Strategi Kepala Sekolah dalam menarik Minat	Temuan studi ini menunjukkan perlunya pendekatan yang baik	- Persamaan terletak pada metode yang	Perbedaannya pada tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi kepala

	<p>Peserta Didik”</p> <p>Faizatun Nisa pada tahun 2021</p>	<p>untuk mencapai tujuan. Dengan menggunakan pendekatan komunitas, bekerja sama dengan institusi lain, menawarkan kegiatan unggulan, menawarkan promosi, dan meningkatkan standar sekolah, kepala sekolah berharap dapat menarik perhatian masyarakat dan mendorong mereka untuk menyekolahkan anaknya ke MI Al-</p>	<p>digunakan metode kualitatif</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teknik Pengumpulan data menggunakan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi 	<p>sekolah dalam menarik minat peserta didik sedangkan penelitian peneliti strategi kepala madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan</p>
--	--	--	---	--

		<p>Falah. Harus ada unsur pendorong dan penghambat bagi kepala sekolah untuk melaksanakan rencana mereka. Dukungan Yayasan Al-Falah terhadap lembaga MI Al-Falah, kepercayaan masyarakat terhadap yayasan Al-Falah, dan kondisi keuangan kepala sekolah yang memadai semuanya membantunya dalam melaksanakan rencananya. Sebaliknya,</p>		
--	--	--	--	--

		<p>persaingan yang ketat di antara lembaga-lembaga pendidikan dan kurangnya minat terhadap pendidikan swasta merupakan hambatan atau kesulitan dalam melaksanakan rencana tersebut.</p>		
5	<p>“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan minat calon peserta didik di SD Santo Bellarminus Bekasi”</p> <p>Katerina</p>	<p>Hasil temuan penelitian ini adalah SD Santo Bellarminus Bekasi mengawali proses perencanaan dengan melakukan berbagai tahapan, antara lain melakukan</p>	<p>Persamaan terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif</p>	<p>- Perbedaannya dari variabel penelitian ini strategi pemasaran dalam meningkatkan minat calon peserta didik sedangkan penelitian peneliti strategi kepala madrasah</p>

	<p>Winiharti dkk pada tahun 2023,.</p>	<p>pertemuan dengan ketua yayasan, kepala humas, kepala sekolah, dan guru guna membentuk komite yang bertugas melaksanakan kegiatan promosi. Setelah itu, panitia yang dibentuk melanjutkan penyusunan strategi dan pengorganisasian berbagai inisiatif, antara lain menetapkan jangka waktu pelaksanaan , mengidentifikasi target pasar, membuat materi</p>		<p>dalam memasarkan jasa pendidikan</p> <p>Lokasi penelitian ini di SD Santo Bellarminus Bekasi sedangkan Penelitian peneliti di lokasi MI Al-munawaroh</p>
--	--	--	--	---

		<p>promosi seperti spanduk, brosur, dan website, serta membentuk panitia tersendiri yang didedikasikan untuk mempromosikan produk tersebut. sekolah dalam komunitas yang lebih besar. Setelah pembentukan komite, pelaksanaan promosi mulai dijalankan, sehingga memerlukan tindakan segera dari semua individu yang ditugaskan pada tugas</p>		
--	--	--	--	--

		<p>tersebut. Kepala sekolah, pimpinan yayasan, dan pendidik yang berupaya memajukan sekolah. Meskipun data yang dikumpulka n menunjukka n kemajuan, SD Santo Bellarminus Bekasi masih belum mencapai target yang diinginkan sehingga menunjukka n hasil yang kurang optimal.</p>		
--	--	--	--	--

Dari tabel diatas Pemaparan Kajian penelitian terdahulu Perbedaan dari penelitian penulis terletak pada objek penelitian di MI Al-munawaroh dan penelitian ini berfokus kepada strategi kepala madrasah dalam dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh bandar lampung karena dari data yang didapat hasil

prapenelitian dari 5 tahun terakhir jumlah siswa di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung selalu mengalami kenaikan pendaftaran siswa baru. Hal ini juga penyebab dari pemasaran yang dilakukan madrasah dengan promosi media sosial seperti *facebook*, *whatsApps grup* dan dari mulut ke mulut tentang MI Al-munawaroh yang memiliki kualitas SDM yang diberikan setelah siswa lulus dari MI Al-Munawaroh Bandar Lampung.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dari penelitian penulis sendiri yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan secara akurat gambaran atau fenomena yang muncul di wilayah penelitian.¹⁴ Dengan hal itu peneliti biasanya mewawancarai partisipan dengan mengajukan beberapa pertanyaan umum serta luasagar dapat hasil penelitian yang optimal maka diperlukan metode yang sesuai kebutuhan objek.¹⁵ Dalam Prosedur penelitian menyajikan dengan jenis pendekatan deskriptif sehingga dengan pendekatan ini penelitian akan lebih alami yang didapat dari hasil observasi lapangan penelitian.

2. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini di MI Al-munawaroh yang terletak di Jalan Sejahtera No. 12 Kelurahan Sumberrejo Sejahtera, Kec. Kemiling Kota Bandar Lampung.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif Dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2020).24

¹⁵ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Grasindo,).30.

3. Sumber Data

Sumber data merupakan sumber objek penelitian ditempat hasil penelitian didapatkan. Sumber data terbagi menjadi dua diantaranya:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono dalam buku metode penelitian adalah sumber informasi yang disampaikan langsung kepada peneliti. Metodologi pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survei lapangan dengan memeriksa secara langsung ke lokasi penelitian.

Tujuan dalam data primer ini ialah memperoleh informasi berkaitan dengan masalah yang akan di bahas oleh peneliti selama penelitian. Dalam penelitian hasil sumber data primer yang didapatkan peneliti adalah:

- 1) Wawancara dengan kepala madrasah MI Al-munawaroh Bandar Lampung
- 2) Waka HuMas dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
- 3) Staf TU dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung
- 4) Bendahara MI Al-munawaroh Bandar Lampung

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data yang didapat secara tidak langsung di objek penelitian atau didapatkan dari situs internet atau dari referensi-referensi yang sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti dalam objek penelitiannya.¹⁶

¹⁶ Meita Sekar Sari and Muhammad Zefri, "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumen MI Al-munawaroh Bandar Lampung berupa:

- 1) Sejarah berdirinya berdirinya MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
- 2) Visi Misi MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
- 3) Letak Geografis MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
- 4) Data Tenaga Pendidik di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
- 5) Data Siswa di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
- 6) Sarana dan Prasarana di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
- 7) Prestasi Siswa MI Al-Munawaroh Bandar Lampung

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berikut digunakan oleh penulis selama proses tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan suatu cara mengumpulkan data secara langsung dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan kepada informan atau sumber data guna memperoleh informasi yang penulis inginkan untuk penelitiannya. Ada dua macam wawancara menurut *Singh* wawancara formal dan wawancara informal:¹⁷

Lingkungan Kecamatan Langkapura", *Jurnal Ekonomi* 21, 2019): 3.

¹⁷ Lukman Nul Hakim, "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit," *Aspirasi* 4, no. 2 (2013): 165–72,

- a. Wawancara formal atau kata lain wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data secara sistematis dimana dalam mengajukan pertanyaan kepada responden/narasumber pewawancara sudah menyiapkan dan jawaban terhadap narasumber direkam dalam bentuk yang terstandarisasi.
- b. Wawancara informal atau disebut wawancara tak struktur adalah teknik pengumpulan data yang mana dalam hal ini untuk pertanyaan kepada narasumber tidak disiapkan oleh pewawancara sehingga pewawancara dapat kuasa penuh dalam membuat pertanyaan per-poinnya.

Jadi wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti telah membawa serangkaian pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Peneliti menggunakan metode ini untuk meneliti strategi yang digunakan oleh pemimpin madrasah untuk memasarkan jasa pendidikan. Di MI Al-munawaroh Bandar Lampung dilakukan wawancara terhadap kepala madrasah, Staff Tata Usaha, dan Waka Humas.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data observasi dilakukan dengan terjun secara langsung ke objek penelitian dengan cara mengamati setiap hal-hal yang terjadi dilapangan, kegiatan yang dilakukan oleh sekolah serta mencatat data-data yang diperlukan.¹⁸ Teknik ini gunakan oleh penulis agar

<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif ,Kualitatif Dan R & D*,(Bandung: ALFABETA, 2020),226.

memperoleh data mengenai tentang strategi kepala madrasah yang di lakukan MI Al-munawaroh dalam memasarkan jasa pendidikan oleh karena itu metode ini sangat berguna.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data dalam bentuk tertulis, seperti buku, gambar, fakta-fakta terkait yang mendukung kelengkapan data, dan lain sebagainya. Pengumpulan data jenis ini berfungsi sebagai sumber informasi bagi penulis. Dokumen merupakan suatu pelengkap dari teknik observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Metode pengumpulan data ini digunakan untuk mendapatkan data-data mengenai hal-hal atau yang berupa foto, tulisan gambar dan data pendukung yang lain yang menyangkut mengenai strategi kepala madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan dalam penelitian yang di lakukan peneliti.

5. Teknik Analisis data

Analisis data dilakukan selama dan setelah pengumpulan data, biasanya dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Miles dan Huberman dari buku Sugiyono menyatakan bahwa proses analisis data dilakukan secara interaktif dan terus-menerus hingga tuntas sehingga datanya jenuh.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data mengenai strategi kepala madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan di MI al-munawaroh akan dicatat dan dirangkum oleh penulis berdasarkan kebutuhan atau kelompok dengan beberapa kategori atau variabel yang telah dibuat sebelumnya. Data tersebut diperoleh melalui

pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi yang kemudian dibuat menjadi ringkasan.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dengan mengorganisasikan data yang diperoleh ke dalam kelompok berdasarkan topik dengan menggunakan tabel, grafik, dan alat bantu visual serupa lainnya. Agar data lebih mudah dipahami maka data akan diurutkan dan disusun dalam pola hubungan setelah disajikan. Penulis melakukan pengujian data apa saja yang akan didapat ditempat penelitian serta data temuan yang mendukung.¹⁹

c. Penarikan kesimpulan (*Verification*)

Data yang telah dijelaskan kemudian disimpulkan, untuk mengecek keasliannya. Dengan membandingkan persamaan dan perbedaan antara partisipan penelitian dan pernyataan, hasil awal dicapai dengan mencari pola persamaan atau perbedaan. Setelah itu penulis dapat mengumpulkan data yang lebih jelas dan akurat sehingga langkah selanjutnya diverifikasi kesesuaian datanya.²⁰

6. Uji Keabsahan Data

Triangulasi adalah proses verifikasi keaslian data dengan mengevaluasi kredibilitas data, yang ditandai dengan data referensi silang yang dikumpulkan dari beberapa sumber dengan menggunakan berbagai metode dan waktu. Setelah itu, peneliti mengorganisasikan data tersebut untuk

¹⁹ Sri Yunengsih, *Jurnal PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran)* Volume 4 Nomor 4 (2020): 40

²⁰ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif ,kualitatif Dan R & D,*" 2020.,(Bandung: ALFABETA,2020), 241.

menghasilkan data terpilih. Triangulasi data melibatkan tiga proses data yang berbeda: Triangulasi sumber, Triangulasi teknis, dan Triangulasi waktu.²¹

- 1) Triangulasi Sumber, digunakan dalam pengujian kredibilitas atau validasi data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah didapatkan dari beberapa informan.²²
- 2) Triangulasi Teknik, perolehan data dari hasil wawancara kepala madrasah lalu dilakukan pengecekan dengan dengan waka humas. Kemudian peneliti memastikan kembali akan data yang didapat dari sumber yang berbeda dengan menganalisis dari pemaparan sumber apakah disebabkan karna adanya sudut pandang yang berbeda saja, atau memang data yang didapat bisa melengkapi data hasil nantinya.
- 3) Triangulasi waktu, data yang dikumpulkan saat wawancara pada waktu pagi hari masih segar, masih aktif untuk melakukan aktivitas akan mendapatkan data yang banyak dan lebih jelas. Pengujian kredibilitas dapat menggunakan waktu dan suasana yang berbeda dengan teknik wawancara, observasi dan teknik lainnya. Jika hasil dari uji data menghasilkan perbedaan maka perlu adanya kepastian data yang dilakukan secara berulang-ulang.

Penulis menggunakan triangulasi sumber berdasarkan ketiga triangulasi tersebut di atas. Dengan menggunakan metodologi yang sama, triangulasi digunakan untuk memverifikasi tanggapan dari beberapa informan. Penulis

²¹ Kasiyan, "Kesalahan Implementasi Teknik Triangulasi Pada Uji Validitas Data Skripsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Seni Rupa Fbs Uny," *Imaji* 13, no. 1 (2015): 1–12, <https://doi.org/10.21831/imaji.v13i1.4044>.

²² *Ibid*, 241.

menggunakan informasi ini untuk memverifikasi temuan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Verifikasi informasi diperoleh dari dokumentasi data lapangan, observasi di MI al-munawaroh, wawancara dengan kepala madrasah, Waka Humas dan Staf Tata usaha

I. Sistematika Pembahasan

Berikut adalah pembahasan skripsi yang dijelaskan menjadi V (lima) BAB sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada Bab I ini membahas tentang penegasan judul, latar belakang masalah, Fokus dan Subfokus penelitian, Rumusan masalah, Tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika penelitian.

2. BAB II Landasan Teori

Pada Bab II ini membahas tentang landasan teori yang berkaitan langsung dari rumusan masalah. Landasan teori berisikan tentang judul strategi kepala madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-munawaroh bandar lampung.

3. BAB III Deskripsi Objek Penelitian

Pada Bab III ini membahas tentang gambaran umum, penyajian fakta dan data penelitian di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung yang terdiri dari profil madrasah, visi misi dan tujuan madrasah, data-data serta hal lain yang berkaitan dengan objek penelitian di MI Al-munawaroh Bandar Lampung.

4. BAB IV Analisis Objek Penelitian

Pada Bab IV ini membahas tentang analisis objek penelitian yang mana berisi analisis data penelitian dan temuan penelitian. Dalam penelitian ini membantu agar menjawab sub fokus serta

menjawab dari rumusan masalah yang berkaitan tentang Strategi kepala madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung.

5. BAB V Penutup

Pada Bab ini membahas tentang kesimpulan dan rekomendasi yang dilakukan penulis di MI Al-munawaroh Bandar Lampung.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kepala Madrasah

1. Pengertian Kepala Madrasah

Kepala madrasah adalah seorang guru fungsional yang diberi tugas untuk menyelenggarakan madrasah, tempat berlangsungnya proses belajar mengajar, atau tempat berlangsungnya interaksi antara guru dan guru pemberi pelajaran. Serta Jumlah siswa yang mengikuti pelajaran sebanyak berapa orang.²³

Menurut Wahjosumidjo, kepala madrasah/sekolah adalah seorang tenaga profesional guru yang diberi tugas untuk memimpin suatu madrasah/sekolah dimana diselenggarakan proses pembelajaran” atau “tempat dimana terjadi interaksi antara guru yang memberi pelajaran dan murid yang menerima pelajaran.

Menurut, B.Suryo Subroto menjelaskan: “Kepala madrasah merupakan kedudukan tertinggi dalam madrasah, sehingga beliau berperan sebagai kepala madrasah, dan dalam struktur organisasi madrasah kepala madrasah duduk di paling atas “*At the top*”.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepala madrasah merupakan seorang guru profesional yang diberi tugas memimpin marasah dalam menyelenggarakan proses belajar mengajar agar mencapai tujuan bersama.

2. Fungsi dan Peran Kepala Madrasah

Secara garis besar kualitas dan kompetensi kepala madrasah dapat dinilai dari kinerjanya

²³ Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah, Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017).

dalam mengaktualisasikan fungsi dan perannya sebagai kepala madrasah.²⁴

- a. Sebagai pendidik Kepala madrasah memiliki kemampuan membimbing guru dalam melaksanakan tugas, mampu memberikan alternatif pembelajaran yang efektif, serta mampu membimbing bermacam-macam kegiatan kesiswaan.
- b. Sebagai manajer Kepala madrasah memiliki kemampuan menyusun organisasi personal dengan uraian tugas sesuai dengan standar yang ada, memiliki kemampuan menggerakkan stafnya dan segala sumber daya yang ada serta lebih lanjut memberikan acuan yang dinamis dalam kegiatan rutin dan temporer, serta mampu menyusun program secara sistematis.
- c. Sebagai administrator Kepala madrasah memiliki kemampuan mengelola semua perangkat KBM secara sempurna dengan bukti berupa data administrasi yang akurat, memiliki kemampuan mengelola administrasi kesiswaan, ketenagaan, keuangan, sarana dan prasarana serta administrasi persuratan dengan ketentuan yang berlaku.
- d. Sebagai supervisor Kepala madrasah memiliki kemampuan menyusun program supervisi pendidikan di lembaganya dengan baik, memiliki kemampuan memanfaatkan hasil supervisi untuk peningkatan kinerja guru dan karyawan, serta mampu memanfaatkan kinerja guru atau karyawan untuk pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan.
- e. Sebagai pemimpin Kepala madrasah memiliki

²⁴ Yusuf et al., "Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Guru Pada Masa Pandemi Covid-19." *jurnal manajemen pendidikan islam* (2020)

kepribadian yang kuat, mampu memahami semua personalia nya dengan kondisi berbeda, serta memiliki upaya peningkatan kesejahteraan guru dan karyawannya.

- f. Sebagai inovator Kepala madrasah memiliki gagasan baru untuk inovasi dan perkembangan madrasah, memilih yang relevan untuk kebutuhan lembaga nya, mempunyai kemampuan menerapkan ide yang baru dengan baik serta mampu mengatur lingkungan kerja sehingga lebih kondusif.

3. Strategi Kepala Madrasah

Kata “strategi” berasal dari kata Yunani, *strategos* kata *strategos* ini berasal dari kata stratus yang berarti militer dan ag. yang berarti memimpin. Kata “strategi” dalam kamus besar bahasa indonesia mempunyai beberapa arti antara lain:

- a. Ilmu dan seni memimpin tentara untuk menghadapi musuh dalam kondisi perang atau dalam kondisi yang menguntungkan
- b. Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.
- c. Ilmu dan seni mengembangkan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai.
- d. Strategi merupakan rencana besar yang bersifat meningkat, efisien, dan produktif guna mengefektifkan tercapainya tujuan.

Strategi merupakan rencana jangka panjang yang dikembangkan secara detail dalam bentuk taktik yang bersifat operasional disertai target dan langkah-langkah secara terukur. Strategi mengacu pada perencanaan manajemen puncak untuk mencapai hasil yang sesuai dengan visi, misi dan

tujuan suatu organisasi.²⁵

Menurut Mulyasa, Strategi pada hakikatnya adalah tindakan tentang apa yang seharusnya dilakukan, bukan tindakan tentang apa yang dilakukan, apa yang seharusnya dicapai, dan bukan apa yang dicapai. Dalam rangka mempercepat pencapaian tujuan pendidikan, maka pengambil kebijakan dan pengelola satuan pendidikan harus melakukan strategi tertentu. Strategi yang diterapkan sebagai kegiatan manajemen tentu berbeda bagi setiap satuan pendidikan karena harus sesuai dengan kondisi dan keterbatasannya masing-masing.²⁶

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi kepala madrasah merupakan rencana jangka panjang yang di dikembangkan kepala madrasah secara detail dalam bentuk taktik yang bersifat operasional disertai target dan langkah-langkah secara terukur.

Dilihat dari sudut manajemen, menurut Porter, strategi dapat dipahami sebagai: “Suatu seni dan ilmu dari pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategi antar fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan di masa mendatang”.

Menurut Barney, Manajemen strategis (*strategic management*) dapat dipahami sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi. Sedangkan strategi adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi

²⁵ Bagus eko Dono, *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Siswa* (Jakarta: Guepedia, 2021).8

²⁶ Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017).19

dapat mempertahankan kinerjanya.²⁷

Menurut Fred R. David manajemen strategi memiliki tiga proses dalam tahap penyusunannya dijelaskan dalam buku manajemen Strategi terdiri atas proses Pembuatan (*formulating*), penerapan (*Implementing*) dan Evaluasi (*Evaluating*).

a) Pembuatan (*formulating*)

Pembuatan (*formulating*) adalah bagian dari pengelolaan organisasi apa pun, termasuk lembaga pendidikan. Cara lain untuk memikirkan perencanaan adalah sebagai serangkaian langkah untuk memutuskan apa yang perlu dilakukan dan apa yang diperkirakan akan terjadi.²⁸

Dari sudut pandang konseptual, proses, metode, dan jenis pengambilan keputusan sangat mempengaruhi perencanaan pendidikan. Oleh karena itu, tampak bahwa proses perencanaan pendidikan terdiri dari banyak komponen. Mengembangkan visi dan tujuan, mengenali kemungkinan dan ancaman eksternal, menilai kekuatan dan kelemahan, dan merancang strategi adalah langkah pertama dalam perencanaan, pembuatan, atau pengorganisasian strategi yang akan mengarah pada pengembangan rencana alternatif dan berkelanjutan.²⁹

b) Penerapan (*implementing*)

Mengembangkan strategi yang sukses

²⁷ Annisaa Ligar Widanti, "Strategic Management Dynamics STRATEGIC MANAGEMENT," (Pearson, 2015), 801.

²⁸ Sipuan., "Perencanaan, Implementasi, Dan Evaluasi Profesi," *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 9, no. 1 (2023): 84.

²⁹ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Press widya gama, 2019).10

tidak menjamin keberhasilan implementasinya. Masalah manajemen utama seperti penerapan strategi mencakup penetapan tujuan tahunan, pengalokasian sumber daya, pengelolaan persaingan, dan masalah pemasaran.

1. Tujuan Tahunan

Suatu organisasi harus memenuhi tujuan tahunannya, yang merupakan tujuan jangka pendek, untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Sasaran tahunan dapat diurutkan dan diukur secara obyektif, realistis, dan konsisten, sama seperti sasaran jangka panjang. Sasaran jangka panjang sangat penting untuk pengembangan strategi, sedangkan sasaran tahunan sangat penting untuk pelaksanaan rencana.³⁰

2. Pengalokasian Sumber Daya

Menetapkan sumber daya sesuai dengan tujuan yang dinyatakan dalam sasaran tahunan Anda dengan menggunakan manajemen strategis. Setiap lembaga memiliki minimal empat jenis sumber daya yang berbeda: sumber daya keuangan, fisik, manusia, dan teknis, yang semuanya dapat digunakan untuk mencapai tujuan. Alokasi sumber daya yang efektif umumnya terhambat oleh berbagai masalah, termasuk penghindaran risiko, penekanan berlebihan pada kriteria keuangan jangka pendek, tujuan strategis yang tidak jelas, dan kurangnya keahlian. Organisasi harus

³⁰ Samrin, Nur Alim, dan Syamsuddin, "Manajemen Strategi Dalam Penguatan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan IAIN Kendari," *Al-Ta'dib: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan* 11, no. 2 (2018): 25.

mencapai tujuan tahunannya, yang merupakan tujuan jangka pendek. , untuk mencapai tujuan jangka panjangnya.

3. Pengelolaan Persaingan

Suatu isu sering kali dapat didefinisikan sebagai perselisihan antar pihak atau perselisihan mengenai satu atau lebih isu. Menetapkan tujuan tahunan dapat menimbulkan konflik karena individu mempunyai harapan dan persepsi yang berbeda, jadwal menciptakan tekanan, individu tidak rukun satu sama lain, dan timbul konflik antara manajer dan karyawan.

4. Masalah Pemasaran

Dalam tahap penerapan atau sering disebut tahap pelaksanaan dari manajemen strategi. Karna merupakan tahap yang cukup sulit maka dibutuhkan personal, komitmen dan pengorbanan. Sukses tidaknya pada penerapan strategi tergantung kemampuan kepala madrasah nya dalam membuat strategi dan memotivasi anggotanya dalam pelaksanaan strategi.

c) Evaluasi (*evaluating*)

Evaluasi (*evaluating*) adalah alat utama untuk mendapatkan informasi berjalan tidaknya sebuah strategi yang ditetapkan. Tiga aktivitas dasar evaluasi strategi yaitu: 1) meninjau ulang faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi saat ini 2) mengukur kinerja 3) mengambil tindakan korektif. Selain itu evaluasi juga dibutuhkan, karena kesuksesan hari ini tidak menjamin kesuksesan di hari esok. Sukses selalumembawa maslahat baru yang berbeda, perusahaan yang puas diri akan

mengalami kegagalan.

B. Pemasaran jasa pendidikan

1. Pengertian Pemasaran jasa pendidikan

Menurut Lockhart, pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu di mana siswa, orangtua siswa, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.³¹

Menurut William J. Stanton Pemasaran jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak terwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak berwujud.

Menurut Mary Jo Bitner pemasaran jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang output-nya, bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti: hiburan, kenikmatan, santai) bersifat tidak berwujud.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan cara melakukan sesuatu yang akan ditawarkan agar memenuhi kebutuhan jasa pendidikan yang diminati siswa, orang tua dan stakeholder yang terlibat.

2. Fungsi Pemasaran Jasa Pendidikan

Suatu lembaga pendidikan yang sedang berkembang harus wajib memahami pemasaran jasa pendidikan yang baik, apalagi pada era modern saat ini seperti banyaknya kompetitor yang

³¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2020)

sedang berlomba-lomba memasarkan produk jasanya bahkan hingga manca negara.

Menurut Buchari Alma berpendapat bahwa fungsi marketing dalam dunia pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dalam menarik sejumlah calon pelanggan jasa pendidikan. Dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa pemasaran bisa berfungsi dalam membentuk citra sekolah, citra sekolah dapat digunakan untuk menarik calon peserta didik dan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif sekolah. Selain itu pemasaran juga berfungsi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dirasakan pelanggan pendidikan³²

Jadi dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran jasa pendidikan adalah untuk menentukan strategi yang harus dilakukan sekolah dalam memasarkan kualitas jasa pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dalam rangka membentuk eksistensi sekolah agar dapat menarik minat serta menjaga kepuasan pelanggan jasa pendidikan.

3. Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan

Kotler dan Fox mengemukakan definisi pemasaran yang digunakan secara khusus pada sekolah sebagai analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirumuskan secara hati-hati, yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran nilai secara sukarela dengan pasar sasaran/pasar target (target market) jasa pendidikan untuk mencapai tujuan sekolah. Dalam hal ini, pemasaran jasa pendidikan meliputi aktivitas untuk merancang penawaran jasa

³² Ibid,20.

pendidikan, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran jasa pendidikan, serta menggunakan kebijakan penentuan harga (*price*), komunikasi, distribusi jasa pendidikan yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi, serta melayani pasar jasa pendidikan.³³

Kebutuhan pemasaran jasa pendidikan muncul ketika sekolah menetapkan transaksi yang diharapkan oleh pasar sasaran jasa pendidikan. Tujuan tersebut tidak mudah dicapai ketika kita memenuhi keinginan siswa. Memenuhi keinginan siswa dapat berupa kegiatan belajar yang mudah seperti mengerjakan soal pilihan ganda.

Kotler dan Fox menyebut situasi itu sebagai pemasaran sosial (*social marketing*) di mana pemasaran melakukan tugas utama sekolah, yaitu menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pelanggan jasa pendidikan, serta menyesuaikan sekolah untuk menyampaikan kepuasan pelanggan jasa pendidikan yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan kepentingan pelanggan jasa pendidikan dan masyarakat.

Kotler dan Fox kemudian mendefinisikan tujuan pemasaran jasa pendidikan, yaitu sebagai berikut:

1. Memenuhi misi sekolah dengan tingkat keberhasilan yang besar
2. Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan
3. Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan
4. Meningkatkan efisiensi pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan

Oleh karena itu, pemasaran jasa pendidikan lebih dari sekadar aktivitas penjualan, periklanan,

³³ Ibid,21.

dan promosi untuk menciptakan permintaan jasa pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan adalah keterampilan perencanaan dan pengelolaan suatu hubungan pertukaran antara sekolah dan kelompok masyarakat.

Sekolah membutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan karena sekolah adalah sektor jasa yang membutuhkan orientasi pemasar khusus, sehingga dapat diidentifikasi lebih lanjut. Gray menjelaskan lima tahap penting dalam menerapkan pemasaran jasa pendidikan, yaitu³⁴

1. Mengidentifikasi kebutuhan atau masalah pemasaran jasa pendidikan
2. Melakukan riset atau audit pemasaran jasa pendidikan
3. Melakukan perencanaan pemasaran jasa pendidikan
4. Menentukan bauran pemasaran jasa pendidikan
5. Menentukan strategi dan taktik pemasaran jasa pendidikan.

4. Strategi Bauran Pemasaran jasa pendidikan

Zeithaml & Bitner mengatakan bahwa unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaan ada tujuh hal yang biasa disingkat dengan 7P yaitu terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran jasa. Unsur 4P yaitu: *Product* (produk), *Place* (tempat), *Price* (harga), *Promotion*(promosi). unsur 3P adalah *people* (SDM); kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh orang-orang yang terlibat dalam pemberian jasa. *Physical evidence* (bukti fisik): sarana-prasarana seperti apa yang dimiliki, dan

³⁴ Abdillah Mundry, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah" (2016): 27–40.

process, manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.³⁵

1) *Products* (Produk)

Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dengan kata lain adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah ijasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan.

Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para isiswa iuntuk imenentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Sedangkan kompetensi lulusan adalah kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan. Sekolah akan diminati oleh masyarakat jika memiliki produk pelayanan yang bagus serta berkualitas sehingga mampu menghasilkan lulusan yang unggul dan dapat bersaing dengan yang lain di zaman yang serba kompetitif ini.

2) *Price* (Harga)

Price (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan pembiayaan yang membandingkan pengeluaran biaya penyelenggaraan pendidikan dengan pendapatan pelanggan jasa pendidikan. Komponen harga harus menjadi bahan

³⁵ Ibid.33

pertimbangan dalam kegiatan bauran pemasaran untuk biaya SPP, biaya operasional pendidikan, dan biaya pemeliharaan fasilitas pendidikan.

3) *Place*(Tempat)

Place atau tempat berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya. Dalam konteks jasa pendidikan madrasah *place* adalah lokasi sekolah berada dimana sekolah itu berdiri dan melangsungkan aktivitasnya. lokasi perlu dipertimbangkan sebagai daya tarik utama para pelanggan jasa pendidikan. Hal yang diperhatikan meliputi akses menuju sekolah mudah dijangkau atau tidak, keamanan lingkungan sekitar lokasi, kebersihan lingkungan sekitar lokasi, dan kenyamanan untuk para pelanggan jasa pendidikan. Masyarakat serta sarana- sarana disekitar lokasi sekolah harus dapat mendukung dengan hal-hal yang positif.

4) *Promotion* (Promosi), komponen pemasaran menjadi bentuk komunikasi yang digunakan sekolah untuk menjual/ menginformasikan terkait produk/ jasa yang ditawarkan. Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mempromosikan terkait produk/ jasa yang ditawarkan. Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mempromosikan sekolah bisa melalui media cetak maupun media elektronik, dengan memperhatikan tema, isi konten, dan kebenaran dari apa yang akan ditawarkan.

5) *People* (Orang/SDM), memperhatikan semua orang yang terlibat dalam proses penyampaian dan pemberian jasa pendidikan. Adanya peran pemimpin untuk memegang tanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusia di

sekolah, karena peran seorang pemimpin bisa membantu dalam mengangkat citra sekolah dan pemimpin dapat menjadikan contoh bagi anggota- anggotanya.

6) *Physical evidence* (bukti fisik)

Saranafisik atau bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan .karena sekolah bergerak dalam pemberian pelayanan jasa maka segala aktivitasnya pastimelibatkan benda- benda yang berwujud. Sekolah perlu menyediakan fasilitas berupa Gedung dan bangunan sekolah, ruangan tempat belajar, perpustakaan, internet, laboratorium, klinik, sarana ibadah, ruangan kantor sekolah, sarana parkir dan sarana olahraga, tempat makan/ kantin sekolah, ruangan untuk penunjang kegiatan para pelanggan jasa pendidikan. Selain fasilitas sekolah bukti fisik juga bisa diwujudkan melalui logo sekolah, seragam sekolah, warna bangunan sekolah yang menjadi sebuah identitas sekolah.

7) *Process*(Proses)

Proses merupakan gabungan dari semua aktivitas, umumnya terdiri dari semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan mekanisme, aktivitas juga hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan juga disampaikan kepada pelanggan.melalui komponen-komponen bauran pemasaran yang sudah dijelaskan diatas selanjutnya akan dijalankan. Dalam pemberian layanan hal yang perlu diperhatikan yaitufocus terhadap mutu pelayanan apakah telah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari para pelanggan

jasa pendidikan. Intinya serangkaian kegiatan yang dilakukan sekolah harus sesuai dengan perumusan dari visi dan misi sekolahnya.



DAFTAR RUJUKAN

- Buano, Oktavia, Suparto Iribaram, and Dyan Pratiwi. "Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MTs Yaa Bunayya Kota Jayapura." *KARIWARI SMART: Journal of Education Based on Local Wisdom* 2, no. 1 2022. <https://doi.org/10.53491/kariwarismart.v2i1.152..>
- Dono, Bagus eko. *Strategi Kepala Sekolah Dalam Me Ningkatkan Prestasi Siswa*. Jakarta: Guepedia, 2021.
- Dra.Mimin Yatminiwati, M.M. *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Press WIDYA GAMA, 2019.
- Fine, Seymour H. "Social Marketing: Promoting The Causes of Public and Nonprofit Agencies,"
- Giri, EM. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. (Jakarta : Visimedia, 2007), 2007.
- H.E, Mulyasa. *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah. Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2017.
- Hakim, Lukman Nul. "Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit." *Aspirasi* 4, no. 2 (2013): 165–72. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>.
- Ibrah Mustafa Kamal, St, and Islam Negeri Alauddin Makassar. "Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupten Gowa." *Jambura Economic Education Journal* 5, no. 1 2023
- Kasiyan, -. "Kesalahan Implementasi Teknik Triangulasi Pada Uji Validitas Data Skripsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Seni Rupa Fbs Uny." *Imaji* 13, no. 1 (2015): 1–12. <https://doi.org/10.21831/imaji.v13i1.4044>.
- Khasanah, Afidatun. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturaden." *Jurnal El-*

Tarbawi Vol.8, No. 2015.

- Lidya, Elva. “Strategi Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Mutu Madrasah (Studi Pada Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kota Prabumulih).” *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen 1 No. 1* 2018.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat. “The Handbook of Education Management. Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,” 2015.
- Maulisa, Nelva. “Strategi Kepala Madrasah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar.” UIN Ar-raniry Darussalam Banda Aceh, 2020.
- Meita Sekar Sari, and Muhammad Zefri. “Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura.” *Jurnal Ekonomi* 21 2019.
- Mulyasa. *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta PT. Bumi Aksara, 2017.
- Mundir, Abdillah. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah” 7 2016.
- Musyawah, Irdha Yanti, and Desi Idayanti. “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju.” *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1, no. 1 2022
- Nisa’, Faizatun, and Ahmad Musaddad. “Strategi Kepala Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik.” *Jurnal Pemikiran Keislaman* 5, no. 2 2021.
- Perreault, Mc. Carthy &. “Dasar-Dasar Pemasaran,Edisi V (Jakarta: Erlangga),”
- Samrin, Nur Alim, and Syamsuddin. “Manajemen Strategi Dalam Penguatan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan IAIN Kendari.” *Al-Ta’dib: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan* 11,

no. 2 2018 <http://ejournal.iainkendari.ac.id/al-tadib/article/view/965>.

Semiawan, Prof. Dr. Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo, n.d.

Sipuan, Sipuan, Sirajuddin Sirajuddin, Zulkarnain Zulkarnain, and A Suradi. "Perencanaan, Implementasi, Dan Evaluasi Profesi." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 9, no. 1 2023.

Sugiyono. "*Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif Dan R & D.*" (Bandung: ALFABETA, 2020), 2020.

Sugiyono, Prof. Dr. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif Dan R & D*. ALFABETA, 2020.

Tafsiralquran.id. "Tafsir Surat Al-Hasyr-Ayat 18 Intropeksi Diri, manajemen Waktu Dan Tabungan Kebaikan," n.d. <https://tafsiralquran.id/tafsir-surat-al-hasyr-ayat-18-intropeksi-diri-manajemen-waktu-dan-tabungan-kebaikan-dalam-al-quran/>.

Timor, Nugroho Qiyada. "Evaluasi Lokasi Sekolah Menengah Menggunakan Sistem Informasi Geografis Berdasarkan Permendiknas No . 24 Tahun 2007 Dan Permendiknas No 40 Tahun 2008 (Studi Kasus : Kota Malang , Jawa Timur),' No. 24 2008.

Widanti, Annisaa Ligar. "Strategic Management Dynamics Strategic management." *Pearson*, 2015.

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

Winiharti, Katerina, Bintang R. Simbolon, and Dameria Sinaga. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Di SD Santo Bellarminus Bekasi." *Jurnal Ilmiah Mandala Education* 9, no. 2 2023. <https://doi.org/10.58258/jime.v9i2.4882>.

Woroningrum, Bella Silvia. "Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Terhadap Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus SD IT Darul Falah Sukorejo Ponorogo).” (Skripsi, UIN Maulana malik Ibrahim, 2022), 2022.

Yunengsih, Sri. “Jurnal PAJAR (Pendidikan Dan Pengajaran) Volume 4 Nomor 4 Juli 2020 | ISSN Cetak : 2580 - 8435 | ISSN Online : 2614 - 1337 The analysis of giving reward by the teacher in learning mathematics grade 5 students of Sd negeri 184 pekan baru analisis pember” 4 2020.

Yusuf, M, Ahmad Saifudin, Stai Darussalam, Krempyang Nganjuk, Afi Nuruz, Zahrok Stai, and Darussalam Krempyang Nganjuk. “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Guru Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 2022.



LAMPIRAN



Lampiran 1 : Instrumen Pra Penelitian

Pedoman Wawancara

1. Wawancara dengan Kepala Madrasah MI Al-munawaroh Bandar Lampung:
 - a. Bagaimana sejarah singkat berdirinya MI al-munawaroh Bandar Lampung?
 - b. Bagaimana jumlah guru dan siswa di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
 - c. Apa saja Strategi pemasaran yang telah di lakukan Madrasah?
 - d. Apa ada kendala dalam menerapkan strategi pemasaran di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
 - e. Bagaimana kepala madrasah melibatkan orang tua dan alumni dalam mempromosikan madrasah?
2. Wawancara dengan Waka Humas MI Al-munawaroh Bandar Lampung:
 - a. Apa saja Strategi pemasaran yang di lakukan bagian HuMas MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
 - b. Apa jenis media dan saluran komunikasi yang efektif yang digunakan oleh Humas untuk mempromosikan madrasah?
 - c. Bagaimana calon wali murid mengetahui informasi tentang MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
 - d. Apa saja sarana dan prasarana yang ada di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
3. Wawancara dengan staf tata usaha MI Al-munawaroh Bandar Lampung:
 - a. Apa saja Program unggulan yang ada di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
 - b. Bagaimana upaya atau upaya apa saja yang sudah di lakukan Madrasah dalam melakukan pemasaran jasa agar di kenal masyarakat luas?
 - c. Apa saja yang perlu disiapkan staf TU dalam menunjang kegiatan tersebut?

Lampiran 2 : Instrumen Penelitian

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN
DI MI AL-MUNAWAROH BANDAR LAMPUNG

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Informan	Sumber Pengumpulan Data
Strategi Kepala Madrasah Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan	1. <i>Product</i> (produk) yang ditawarkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Apa saja yang ditawarkan di MI Al-Munawaroh? 2. Apa yang menjadi keunggulan dalam memasarkan produk? 	<ul style="list-style-type: none"> - Kepala Madrasah - Waka Hum - Staff Tata Usaha - Bendahara 	<ul style="list-style-type: none"> - Wawancara - Observasi - Dokumentasi
	2. Penetapan <i>price</i> (harga)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana madrasah menentukan biaya pendidikan? 2. Bagaimana jika ada siswa yang beprestasi, apakah ada keringanan SPP dari pihak madrasah? 3. Apakah harga yang ditetapkan setiap tahun berubah-ubah? 		
	3. Keadaan <i>place</i>	Apakah lokasi MI Al-Munawaroh cukup strategis		

	(tempat)	dalam menarik minat peserta didik baru?		
	4. <i>Promotion</i> (promosi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk Promosi apa yang digunakan madrasah? 2. Apa saja yang menjadi keunggulan madrasah dalam meningkatkan promosi? 		
	5. <i>People</i> (orang/sum ber daya manusia)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana SDM seperti kepala madrasah dan guru dalam meningkatkan pemasaran? 2. Apa saja status tenaga pendidik dan kependidikan dimadrasah, apakah sudah bertatus PNS semua? 3. Bagaimana kompetensi dan keahlian Tenaga pendidik di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung? 4. Apakah ada pelatihan keahlian untuk tenaga pendidik dalam meningkatkan keahlian 		

		mereka?		
	6. <i>Physical evidence</i> (sarana fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja Fasilitas yang dapat dinikmati peserta didik di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung? 2. Apakah sarana dan prasarana sudah memenuhi kebutuhan peserta didik dan warga sekolah? 		
	7. <i>Process</i> (proses)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses belajar mengajar di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung? 2. Apa saja Prestasi yang diperoleh di MI Al-Munawaroh bandar lampung? 		

Pembimbing 1

Dr. H. Erjati Abas, M.Ag
NIP.195907241980031003

Pembimbing 2

Dr. Ali Murtadho, M.S.I
NIP.197907012009011014



Instrumen Wawancara

Kepada : Kepala Madrasah
Nama : Ibu Sri Agustiningsih,S.Pd.I.

1. Apa saja program yang di tawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
2. Bagaimana strategi pemasaran sekolah yang digunakan MI Al-munawaroh Bandar Lampung sehingga peminat selalu meningkat setiap tahunnya?
3. Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
4. Apa yang menjadi kendala dalam melakukan pemasaran?
5. Apa yang membedakan strategi pemasaran pendidikan disekolah ini dengan sekolah yang lainnya?
6. Berapa biaya pendidikan yang di tawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
7. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh Madrasah?
8. Bagaimana proses yang dilakukan sekolah guna meningkatkan program- program yang dapat menarik minat masyarakat luas?
9. Seperti apa kriteria seleksi sasaran siswa yang ingin di terima di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
10. Fasilitas apa saja yang dapat dinikmati oleh peserta didik di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
11. Bagaimana proses pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
12. Bagaimana program bakti sosial di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Instrumen Wawancara

Kepada : Waka Humas
 Nama : Bapak Din Muhtar

1. Apa saja program yang di tawarkan?
2. Bagaimana penetapan biaya di MI al-munawaroh Bandar Lampung?
3. Menurut bapak bagaimana letak MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
4. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan bagian humas kegiatan pemasaran?
5. Apakah efektif dalam penggunaan media elektronik dalam menarik minat masyarakat??
6. Apa saja sarana prasarana yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
7. Bagaimana hubungan madrasah dengan masyarakat sekitar?
8. Menurut bapak bagaimana menanggapi tanggapan negatif/kritik terhadap madrasah di ranah publik?

Instrumen Wawancara

Kepada : Staf Tata Usaha
 Nama : Bapak Darmawan Tri Saptadi,S.T.

1. Bagaimana pemasaran yang di lakukan MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
2. Menurut bapak apakah letak madrasah strategis?
3. Apakah ada keringanan biaya jika ada siswa yang berprestasi?
4. Berapa biaya pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
5. Apakah ada pelatihan untuk guru dalam mengembangkan kompetensi mereka?
6. Apa saja prestasi yang sudah di raih MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
7. Dari manakah calon wali murid mengetahui informasi tentang MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Hasil Wawancara

Jabatan : Kepala Madrasah
 Narasumber : Ibu Sri Agustinisih,S.Pd.I.
 Pewawancara : Lita Julia
 Pada tanggal : Rabu, 22 Mei 2024

1. Apa saja program yang di tawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
Jawab: <i>kita ada program tahfiz hapal juz 30 setelah lulus.serta adanya ekstrakurikuler yang menjadi produk yang kita tawarkan seperti karate, Pramuka, dan tilawah. Produk dalam bidang akademik dan non-akademik yang selalu di tingkat kan agar mendapat berbagai prestasi yang di Raih sehingga menjadi salah satu yang ditawarkan madrasah kepada masyarakat.</i>
2. Bagaimana strategi pemasaran sekolah yang digunakan MI Al-munawaroh Bandar Lampung sehingga peminat selalu meningkat setiap tahunnya?
Jawab: <i>Saya selaku kepala madrasah melakukan pemasaran dengan membenah bagian internal salah satunya kualitas guru dan siswa. Untuk guru selalu saya sarannya untuk mengikuti pelatihan atau workshop untuk mengembangkan kompetensi mereka. Untuk siswa selalu kita kembangkan apa minat dan bakat mereka seperti kemaren mengikuti lomba dan Alhamdulillah mendapat juara. Dan kita juga ada program hapal juz 30 setelah lulus dengan diberikan sertifikat. Untuk bagian promosi dalam memasarkan juga kita menggunakan media sosial seperti Facebook WhatsApp tiktok dan Instagram dan membuat twibbon PPDB contohnya.</i>
3. Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh MI Al-munawaroh Bandar Lampung?
Jawab: <i>Ada program tahfiz hapal juz 30 setelah lulus.</i>

fasilitas untuk bidang non akademik sudah memadai, serta madrasah sudah banyak mendapat prestasi

4. Apa yang menjadi kendala dalam melakukan pemasaran?

Jawab:*adanya persaingan dengan sekolah-sekolah dasar besar disekitar madrasah. Walaupun demikian kita terus mengembangkan kualitas. Saya selalu melihat kondisi dan situasi seperti jaman sekarang sudah bisa menggunakan media sosial pemasaran dan selalu mengikuti perkembangan zaman. Dan masih minim nya kapasitas seperti ruang kelas untuk kita terima siswa lebih banyak lagi dari yang sekarang.*

5. Apa yang membedakan strategi pemasaran pendidikan disekolah ini dengan sekolah yang lainnya?

Jawab:*Dalam pemasaran di MI Al-munawaroh ini kita untuk sekarang meningkatkan kualitas tenaga pendidik atau unsur interen nya dan meningkatkan prestasi siswa. Serta biaya yang ada di madrasah terbilang cukup terjangkau walaupun demikian madrasah selalu memberikan kualitas yang terbaik untuk proses belajar mengajar dan pengembangan bakat siswa.*

6. Berapa biaya pendidikan yang di tawarkan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab:*Untuk komite memang kita dari awal masuk kita memberi tahanan atau komite yang meng Infomasikan untu biaya berpariatif dan tahun ini 50.000. ini juga melalui kesepakatan dengan komite, orang tua dan pihak sekolah. Untuk yatim piatu bebas 100%.*

7. Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh Madrasah?

Jawab :*Promosi dengan media sosial dan Dari mulut ke mulut Karna tidak memasang banner secara*

<p><i>spesifik. Jadi masyarakat yang lebih tau informasi terkait madrasah dari media sosial dan mulut ke mulut. Media sosial seperti Facebook,WhatsApp, Instagram dan tiktok. Kita mempromosikan dan memberitahu kegiatan keseharian kita seperti karete, market day dan lainnya.</i></p>
<p>8. Bagaimana proses yang dilakukan sekolah guna meningkatkan program- program yang dapat menarik minat masyarakat luas?</p>
<p>Jawab :<i>Kita selalu meningkatkan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. Seperti alat penunjang ekstrakurikuler ketersediaan bahan ajar yang menjadi faktor pendukung dalam menarik minat masyarakat serta prestasi yang didapat di Madrasah.</i></p>
<p>9. Seperti apa kriteria seleksi sasaran siswa yang ingin di terima di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?</p>
<p>Jawab :<i>Diutamakan usia 6, dan diutamakan dari TK atau paud dan harus sudah bisa mengaji karna banyak pembelajaran yang menggunakan Al-Qur'an kalo anak itu tidak diajarkan Dari dini kita akan sulit. Ketika ada kita terima anak dan belum di kenalkan huruf Hijaiyah kendala susah nya luar biasa pertama kita sulit untuk mengajarkan. Kedua motivasinya kurang bahkan anak itu drop tidak mau sekolah lagi Karna kita ada Al-Qur'an dan hadis. Jika belum di kenalkan kendalanya seperti itu oleh karena itu kita menerima siswa minimal sudah mengenal huruf Hijaiyah.</i></p>
<p>10. Fasilitas apa saja yang dapat dinikmati oleh peserta didik di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?</p>
<p>Jawab:<i>Adanya perpustakaan,mushola, Kantin ,lapangan yang luas serta alat penunjang kegiatan akademik maupun non-akademik sudah ada. Ini bisa didapatkan siswa dan digunakan siswa sesuai kebutuhannya.</i></p>

11. Bagaimana menanggapi komentar negatif dari orang tua murid ?

Jawab :*orang tua murid saya rasa lupa dengan kewajibannya. sikap saya saya panggil karena kita ada grup setiap kelas dan wali kelas juga berinteraksi dengan orang tua murid kebaca Jika ada status yang tidak baik-baik saja. Jika tidak bisa diajak kerja sama saya yang menindak lanjuti. Ketika menghadapi guru berbeda dengan kepala madrasah. Saya optimal jika kita tidak bisa kerja sama dan tindakan kami kurang dan sesuai SOP dan mohon maaf kita tidak bisa didik dan kami serahkan kembali ke orang dan kita memberikan surat untuk anaknya melanjutkan sekolah dimana.*

12. Bagaimana proses belajar mengajar yang ada di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung?

Jawab: *KBM sesuai jadwal yang sudah di susun, pembelajaran pagi hari di mulai jam 7:15 sampai jam 12:30. Untuk sore jam 12:30 sampai Jam 17:00 Setelah pulang ada yang ikut ekskul karate, tilawah dan untuk kelas 6 nya ada les untuk ikut ujian kemudian untuk kegiatan lain seperti renang itu sesuai dengan materi ajar yang di berikan jadi hanya satu semester satu kali.*

Hasil Wawancara

Jabatan : Waka Hubungan Masyarakat
 Narasumber : Bapak Din Muhtar
 Pewawancara : Lita Julia
 Pada tanggal : Senin, 27 Mei 2024

1. Apa saja program yang di tawarkan di MI al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab: Produk yg ditawarkan pertama, fasilitas: tanah dan bangunan milik sendiri sudah dipagar keliling, 6 ruang kelas, ruang kepala madrasah, ruang guru, ruang TU, lapangan olah raga yang luas, kamar mandi, musholla yang representatif, perpustakaan, ruang UKS, listrik, air, internet yang memadai, alat audio, proyektor. Kedua, Pembiasaan : lima S (senyum, salam, sapa sopan santun), murojaah juz amma setiap hari, shalat duha, shalat dzuhur dan asar berjamaah. Ketiga, Ekskul (Tilawah, tahfidz dan karate). Keempat, Program hafidz juz 30 ketika lulus. Kelima Pengembangan minat dan bakat (tari, hadroh, menyanyi, puisi, drama dll yang ditampilkan perwakilan kelas setiap bulan sekali di halaman). Keenam, Suasana belajar yang kondusif, karena siswa yang diterima sudah berdasarkan hasil observasi siswa dan orang tua.

2. Bagaimana penetapan biaya di MI al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab: biaya pendidikan di MI Al-Munawaroh dengan kualitas pelayanan yang ada saat ini terhitung murah.

3. Menurut bapak bagaimana letak MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab: Termasuk cukup strategis, karena berada dilingkungan padat penduduk, mudah dijangkau kendaraan termasuk roda empat. Lokasi tidak berada di jalan raya yang bising juga. walaupun dalam radius 2 km terdapat 7 SDN dan dua SDIT, tetapi segmen calon

peserta didik kita berbeda. Terbukti setiap tahun kita terpaksa menolak lebih dari 50 calon peserta didik baru.

4. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan bagian humas kegiatan pemasaran?

Jawab: *Kita membenahi interen yaitu kedisiplinan kemudian kinerja guru, fisik sekolah sarana prasarana sekolah kita banyak memfokuskan ke sana. Kita bukan dari dinas jadi kita berbayar alhasil kita harus memberi nilai lebih jika kita tidak memberi nilai kita ga laku. Dan kita fokusnya untuk perbaikan internal dan untuk keluar kita berhubungan baik dengan RT sekita, dengan Babinsa dan dengan kepala-kepala TK. Untuk penyebaran informasi kita cukup lewat memasang brosur dan membuat twibon dan men-share ke media sosial dan menambahkan kontak yang bisa di hubungi. Untuk PPDB kita selalu memberi informasi ke grup kelas. Alhamdulillah setiap tahun meningkat untuk pendaftaran.*

5. Apakah efektif dalam penggunaan media elektronik dalam menarik minat masyarakat?

Jawab: *Sangat efektif, dibuktikan dengan jawaban para orang tua calon peserta didik saat observasi pendfataran, mereka tertarik menyekolahkan anaknya di madrasah karena banyak kegiatan positif, pembelajaran yang kreatif yang diunggah oleh para orang tua siswa yg bersekolah di madrasah maupun oleh guru madrasah.*

6. Apa saja sarana prasarana yang terdapat di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab: *Sudah memenuhi standar sarana dan prasarana seperti yang tercantum dalam delapan standar pendidikan nasional, namun animo masyarakat yang besar masih belum bisa dilayani madrasah (idealnya setiap tahun bisa menerima 4 rombongan belajar,*

sedangkan saat ini daya tampung hanya dua rombongan belajar.

7. Bagaimana hubungan madrasah dengan masyarakat sekitar?

Jawab :*Terjalin hubungan yang baik antara MI dengan lurah, babinsa, babinkamtibmas, para RT, tokoh agama dan tokoh masyarakat sekitar, Setiap ramadhan MI mengadakan bansos untuk warga sekitar, Saat idul Adha MI juga melibatkan warga menjadi panitia kurban dan juga pembagian daging kurban untuk warga sekitar dan Ada program jumat bersih, siswa membersihkan jalanan di sekitar madrasah*

8. Menurut bapak bagaimana menanggapi tanggapan negatif/kritik terhadap madrasah di ranah publik?

Jawab:*yang jelas untuk kejadian yg pernah terjadi salah satunya misalnya ada kejadian atau konflik antar siswa biasanya kita selesaikan ditingkat kelas dengan wali kelas. Ada permasalahan yang wali murid pasang status yang berkaitan dengan madrasah itu sudah kita wanti-wanti. Jika ada guru melihat status wali murid jika berkaitan dengan madrasah harus kita sampai kan. Kita undang dan kita klarifikasi sebelum itu kita klarifikasi dengan siswa. Kronologinya bagaimana dan kita undang orang tua. Ada beberapa kejadian seperti dan Alhamdulillah kita memang dari awal dengan prinsip apapun kritik atau nada sumbang dari masyarakat itu harus kita dengar. Dan apa yang dia sampaikan sesuai dengan konsep pendidikan kita menerima dengan senang hati jika tidak sesuai dengan kita dan konsep pendidikan kita abaikan.*

Hasil Wawancara

Jabatan : Staf Tata Usaha
 Narasumber : Bapak Darmawan Tri Saptadi
 Pewawancara : Lita Julia
 Pada tanggal : Rabu, 22 Mei 2024

1. Bagaimana pemasaran yang dilakukan MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab : *Pertama, Saat PPDB melalui Facebook, WhatsApp grup sekolah atau kelas. Kedua, Dari sini dari orang tua ke orang tentang info tentang madrasah. Ketiga, Kepala sekolah membuat twibbon buat PPDB atau juara apa. Sekarang penggunaan YouTube Ada nya video kreatif yang dilakukan guru lalu di upload dan di share. Sekarang lebih pasang bennar, melalui orang dan media sosial.*

2. Apakah ada keringanan biaya jika ada siswa yang berprestasi ?

Jawab : *Untuk berprestasi untuk saat ini kita belum memberikan keringanan biaya Karna menimbang kemampuan karena untuk operasional masih banyak kurang. Tetapi jika ada prestasi akademik dan non akademik atau yang membawa nama sekolah akan kita kasih reward aja.*

3. Berapa biaya pendidikan di MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab : *Untuk biaya SPP, Spp itu untuk yang terbaru Besarannya 50.000 Karana kita berpariatif. Jika pendaftaran tahun berjalan' ini 30.000 kelas 4&3 25.000 kalo besaran biaya kita pertimbangkan kemampuan lingkungan. Menentukan biaya itu kemampuan lingkungan. Kaalo kita meminta SPP tinggi pengaruh lingkungan sekitar madrasah. Nanti*

banyak orang jauh yang sekolah disini. Kita melihat guru, dan membandingkan SPP di IT berapa atau SD berapa. Salah satu daya tarik tidak ada daftar ulang. Untuk biaya lainnya kita memberikan surat terbuka, yang suratnya resmi misalkan contoh idul adha. Dari hasil pengumpulan tiap Minggu berapa. Kita buat surat resmi untuk sumbangan bersama.

4. Apakah ada pelatihan untuk guru dalam mengembangkan kompetensi mereka?

Jawab :*kalo disediakan wadanya secara langsung tidak, tetapi jika guru mengikuti kelas online atau daring dipersilahkan. Kita ada kumpulan KKM kelompok kerja madrasah Disana biasanya ada MGMP semacam forum guru madrasah dalam satu KKM disananya juga ada pelatihan. Penulisan ijazah, pelatihan menjadi guru senior atau guru menjadi evaluasi. Beberapa pelatihan Sudah pernah mengikuti dan sudah ada sertifikatnya.*

5. Apa saja prestasi yang sudah di raih MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab:*Jika prestasi lembaga saat ini belum ada jika prestasi anak, anak-anak sering ikut club-club sepak bola pernah mendapat juara 3 di piala walikota dan Piala gubernur dan karate. Ada juga olimpiade online mereka mencari sendiri dan ada data dari sekolah kalo mau mengikuti.*

6. Dari manakah calon wali murid mengetahui informasi tentang MI Al-munawaroh Bandar Lampung?

Jawab :*dari media sosial, dari orang tua siswa ke orang tau, dan brosur. Tetapi kebanyakan dari sosial media ada yang melihat di tiktok ada yang melihat di maps. Kebanyakan seperti itu, dari pihak guru yang menshare kegiatan madrasah jadi ada saudara atau tetangga yang melihat informasi tersebut.*

7. Bagaimana dengan fasilitas sarana prasarana yang ada di MI Al-munawaroh Bandar Lampung apakah sudah memenuhi kebutuhan siswa?

Jawab : *kalau untuk bidang misalkan fasilitas. Untuk fasilitas akademik yang berhubungan dengan perpustakaan, memang buku belum terlalu aktif. Kalau insfratraktur internet masih untuk guru jadi jika anak mau akses internet bisa melalui guru. Jika bidang akademik dan non akademik lebih ke non akademik Karna fasilitas sudah cukup memenuhi. Karna sudah banyak di tambah kan.*



Lampiran 3 : Surat Permohonan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 Jalan Letkol. H. Endro Sutarmo Sukaraha 1 Bandar Lampung 35131
 Telp. (0721) 780887 ; email: iainradenintan@radenintan.ac.id
 Website: www.iainradenintan.ac.id

Nomor : B. 491 / Un.16/DT/PP.009.07/03/2024 Bandar Lampung, Mei 2024
 Sifat : Penting
 Lampiran :
 Perihal : Permohonan Mengadakan Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala MI Al-Munawaroh Bandar Lampung
 di
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memperhatikan Judul Skripsi (dan Out Line yang sudah direvisi oleh dosen Pembimbing Akademik (PA), maka dengan ini Mahasiswa/i Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung :

Nama : Lisa Julia
 NPM : 2011030272
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Judul Skripsi : Strategi Kepala Madrasah Dalam Memasukkan Jasa Pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung

Akan mengadakan penelitian, guna mengumpulkan data dan bahan-bahan skripsi yang bersangkutan. Waktu yang diberikan mulai tanggal 17 Mei sampai dengan selesai.
 Demikian, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Tembusan :

1. Wakil Dekan Bidang Akademik;
2. Kaprodi/Kaprodi Jurusan Akademi-tinggi;
3. Kasubag Akademik;
4. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian



YAYASAN AL-MUNAWAROH
MADRASAH IBTIDAIYAH AL-MUNAWAROH

NSM : 111218710057 NPSN : 60705079 Terakreditasi : B

Jl. Sejahtera No.12 Raf. Sumberrejo Sejahtera Kec. Kemuning 35133 Telp. 08528427807 Email : mialmunawaroh@yafsan.com

Nomor : 045/MI. AM/V/2024
 Lampiran : -
 Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Yang Terhormat,
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung
 Di
 Bandar Lampung

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung Nomor B-4912/Un.16/DI/PP.009.7/05/2024, tertanggal Mei 2024 tentang Permohonan Mengadakan Penelitian, yang akan dilaksanakan oleh:

Nama : Lita Julia
 NPM : 2011030252
 Semester : (VIII) Delapan
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : Strategi Kepala Madrasah Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung

Dengan ini kami menyambut baik dan memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk mengadakan Penelitian di MI Al-Munawaroh Kemuning. Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Bandar Lampung, Mei 2024

Di MI Al-Munawaroh



AGUSTININGSIH, S.Pd.I
 NIP. -

Lampiran 5 : Surat Pra Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
 Jalan Lektif H. Cherril Supriadi, Sukasarno Bandar Lampung 35171
 Telp. (0721) 782867, email: info@iainradenintan.ac.id
 Website: www.iainradenintan.ac.id

Nomor : B.407/Un.16/DT.I/PP.009.02/05/2024 Bandar Lampung, 02 Mei 2024
 Lampiran :
 Perihal : Izin Melaksanakan Pra Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala MI Al-Munawaroh
 di
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi persyaratan studi pada Program Strata Satu (S1) UIN Raden Intan Lampung, maka dengan ini mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa:

Nama	: Lita Julia
NPM	: 2011030252
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas/Program Studi	: Tarbiyah dan Keguruan / Manajemen Pendidikan Islam

Untuk melaksanakan Pra Penelitian di MI Al-Munawaroh. Data hasil Pra Penelitian akan dipergunakan oleh yang bersangkutan untuk penyusunan Proposal Skripsi. Atas izin dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Wakil Dekan I
 Ketua Jurusan MPI



D. H. Yetri, M.Pd
 NIP. 1965071511994032001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
2. Kabag Tafe Usaha Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
3. Mahasiswa/ Yang Bersangkutan

Lampiran 6 : Surat Balasan Pra Penelitian



Nomor : 044/MI-AM/V/2024
 Lampiran : -
 Hal : Izin Melaksanakan Pra Penelitian

Yang Terhormat,
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung
 Di
 Bandar Lampung

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung Nomor B-5301/U/n.16/DT.LPP.009.02/05/2024, tertanggal 02 Mei 2024 tentang Izin Mengadakan Pra Penelitian, yang akan dilaksanakan oleh:

Nama : Lita Julia
 NPM : 2011030252
 Semester : (VIII) Delapan
 Fakultas/Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Dengan ini kami menyambut baik dan memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk mengadakan Pra Penelitian di MI Al-Munawaroh Bandar Lampung.

Demikian surat ini disampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Bandar Lampung, Mei 2024

Kepala MI Al-Munawaroh

AGUSTININGSIH, S.Pd.I
 NIP. -

Lampiran 7 : Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Wawancara dengan Kepala Madrasah



Wawancara dengan Staf tata usaha



Pemberian reward kepada siswa yang berprestasi



Wawancara degan Waka Humas



Siswa Mengikuti lomba mewakili Madrasah



Kegiatan latihan untuk Jumat ke 4 menit bakat



Sertifikat Tahfidz Juz 30

← Target Hafalan MI Al-... 

MI AL-MUNAWAROH

Kelas 1	
PI : Barkan ABAB & Triandri Aidi Indriani	
Semester 1	Semester 2
110. Al-Insan	109. Al-Insan
111. Al-Falaq	107. Al-Falaq
112. Al-Balad	106. Qat'alaq
113. Al-Falaq	105. Al-Fal
110. Al-Insan	104. Al-Falaq
109. Al-Falaq	103. Al-Falaq

Kelas 2	
PI : Nur Hasanah & Fakhriyus Salamah	
Semester 1	Semester 2
102. Al-Falaq	98. Al-Falaq
101. Al-Falaq	97. Al-Falaq
100. Al-Falaq	96. Al-Falaq
99. Al-Falaq	95. Al-Falaq

Kelas 3	
Mhendi Agusti Nikiati B. Utami	
Semester 1	Semester 2
94. Al-Falaq	91. Al-Falaq
93. Al-Falaq	90. Al-Falaq
92. Al-Falaq	89. Al-Falaq

Kelas 4	
PI : Utami	
Semester 1	Semester 2
88. Al-Falaq	85. Al-Falaq
87. Al-Falaq	84. Al-Falaq
86. Al-Falaq	83. Al-Falaq

Kelas 5	
PI : Umi Mukhtar	
Semester 1	Semester 2
83. Al-Falaq	81. Al-Falaq
82. Al-Falaq	80. Al-Falaq

Kelas 6	
PI : Dwi Mukhtar	
Semester 1	Semester 2
78. Al-Falaq	Menghafal surat 'Al-Falaq
79. Al-Falaq (Surat Lengkap)	



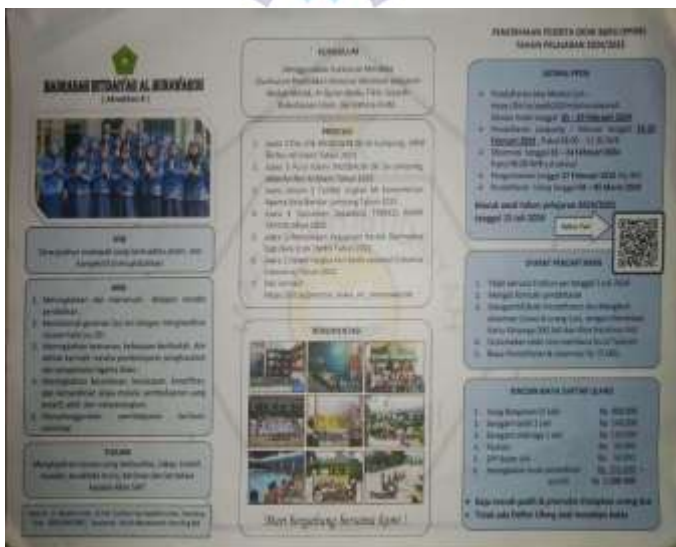
Target Hafalan MI Al-munawaroh Bandar Lampung

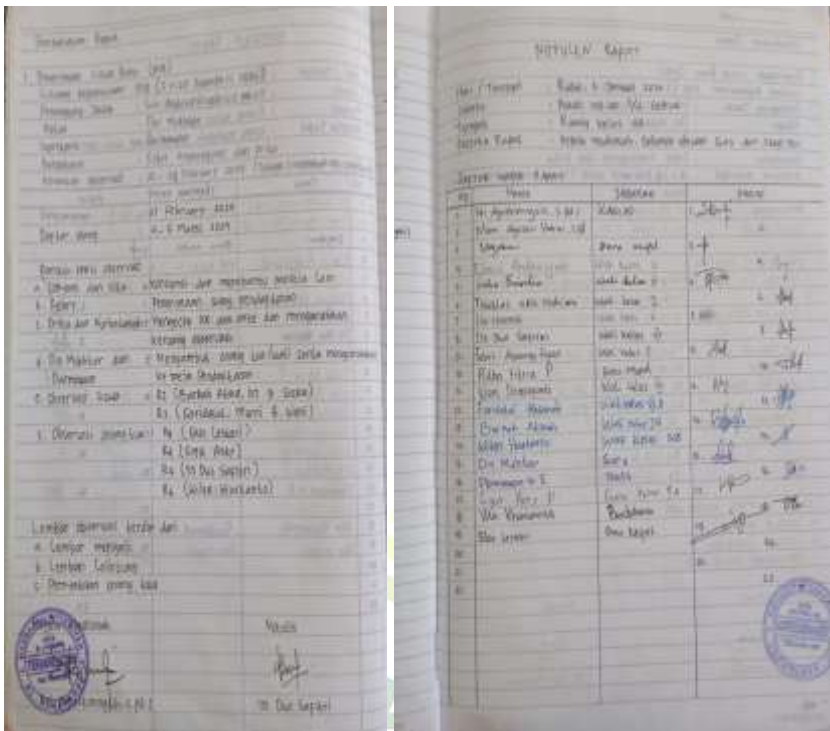




Pelatihan atau workshop untuk dewan guru

Brosur PPDB 2023/2024





NOTULEN Rapat Penerimaan Siswa Baru (PSB)



Program Ramadhan Berbagi Bantuan Sembako Kepada Siswa



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

(Jalan Kol. H. Daud Suroso, Sukarasa 1, Bandar Lampung 35131)
 Telp (0721) 780867-74531 Fax. 780422 Website: www.uinradenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-2972/Un.16 / P1 /KT/VIII/ 2024

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I**
 NIP : 197308291990031003
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
 Menerangkan bahwa Artikel Ilmiah dengan judul :

**STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMASARKAN JASA PENDIDIKAN
 DI MI AL-MUNAWAROH BANDAR LAMPUNG**
 Karya

NAMA	NPM	FAKULTAS/PRODI
LITA JULIA	2011030252	FTKI/MPJ

Bebas Plagiasi dengan tingkat kemiripan sebesar **15%**. Dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 05 Agustus 2024
 Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
 NIP. 197308291990031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Reputability.
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyerahan di Pusat Perpustakaan.

