

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN  
( Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung )**

**SKRIPSI**

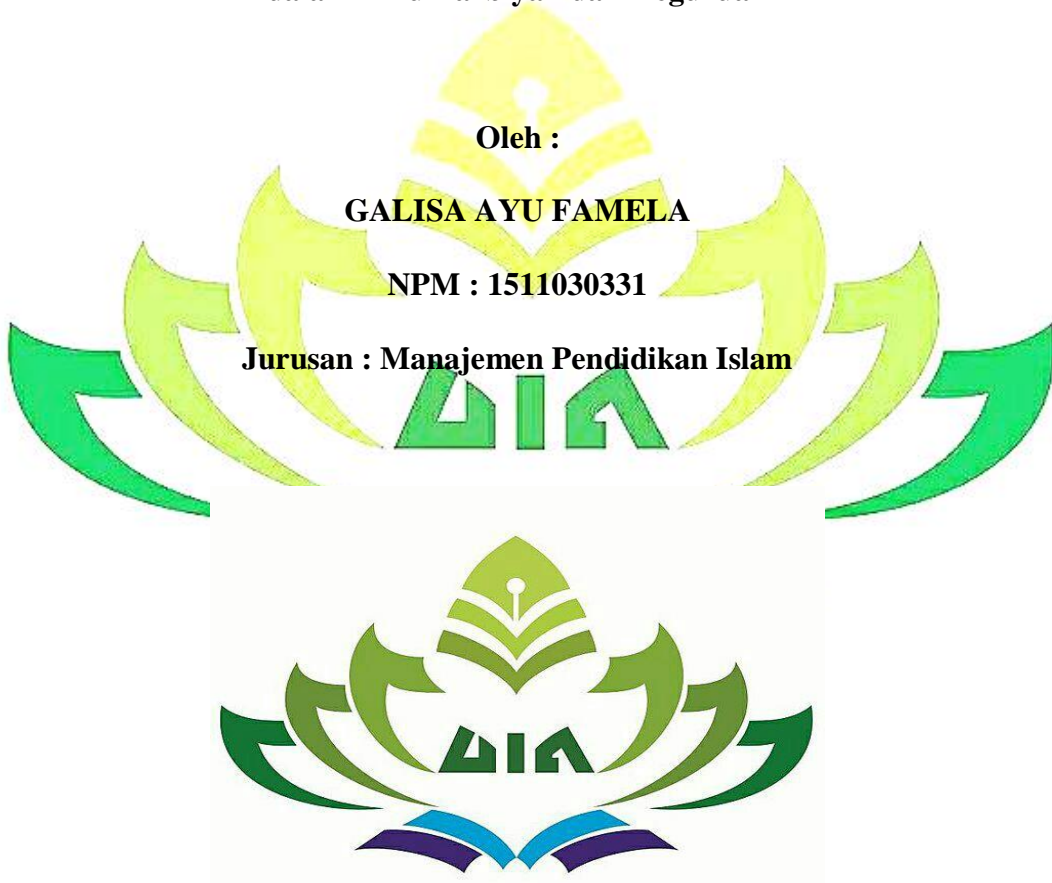
**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan ( S.Pd )  
dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan**

**Oleh :**

**GALISA AYU FAMELA**

**NPM : 1511030331**

**Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam**



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/ 2019**

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN  
( Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung )**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan ( S.Pd )  
dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan**



**Oleh :**

**GALISA AYU FAMELA**

**NPM : 1511030331**

**Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam**

**Pembimbing 1 : Dr. Hj. Rumadani Sagala, M.Ag**

**Pembimbing II : Dr. Ahmad Fauzan, M.Pd**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1440 H/ 2019 M**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena di MTs Negeri 2 Bandar Lampung mempunyai banyak siswa ditengah persaingan pendidikan. Analisis bauran pemasaran( *marketing mix*) dipilih karena unsur 7P(*product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan bauran pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung .

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data berupa dokumen dan hasil wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, wawancara dengan kepala sekolah, ketua program kelas unggul dan waka kurikulum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi pemasaran di MTs Negeri 2 sangat baik. yaitu :1) *product*(produk), Mts Negeri 2 Bandar Lampung menawarkan produk berupa program kelas yaitu :kelas reguler, kelas khusus, dan kelas unggul. 2) *Price* (harga), harga yang ditetapkan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung yaitu untuk kelas unggul Rp. 200.00 per bulan, kelas khusus Rp. 120.000 per bulan dan membebaskan biaya untuk kelas reguler.. 3) *Place*(tempat), MTs Negeri 2 Bandar Lampung terletak ditempat yang sangat strategis karena sangat mudah dijangkau oleh masyarakat, jalan menuju sekolah mudah di akses oleh transportasi umum maupun pribadi serta keamanan menuju lokasi dan lingkungan sekolah sangat sejuk, aman dan nyaman. 4) *Promotion* (promosi), promosi yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung melalui brosur, koran, web site , facebook, dan promosi secara tidak langsung oleh masyarakat. 5) *People*(orang),kualifikasi akademik tenaga pendidik, Dari ke 92 guru ini 23 diantaranya sudah berijazah S2, 65 guru lulus S1, 1 guru berijazah D3, 2 guru berijazah SLTA.. 6) *Physical evidence*(bukti fisik), sarana dan prasarana di MTs Negeri 2 Bandar Lampung memadai dan menunjang kegiatan proses belajar mengajar. 7)*Process*(proses), , proses di MTs Negeri 2 Bandar Lampung pada tahap pertama yaitu, seleksi penerimaan peserta didik dimana ada 2 jalur penerimaan peserta didik yaitu jalur prestasi akademik , yaitu seleksi peserta didik melalui seleksi nilai rapor siswa dan jalur reguler, yaitu proses seleksi melalui tes tertulis dan lisan. Kedua proses pembelajaran, proses pembelajaran berjalan dengan efektif dan efisien dengan pedoman kurikulum yang terstruktur baik, guru yang berkompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai. Ketiga hasil atau lulusan, hasil atau lulusan sesuai dengan harapan sekolah yaitu siswa yang berprestasi, berkembang bakatnya, dan mampu mengamalkan nilai nilai keagamaan.

**Kata kunci** : *Bauran Pemasaran( Marketing Mix), MTs Negeri 2 Bandar Lampung*



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

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp.(0721)704030

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN**

**PENDIDIKAN STUDI KASUS DI MTS NEGERI 2  
BANDAR LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa : GALISA AYU FAMELA**

**NPM : 1511030331**

**Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam**

**Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah Fakultas  
Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Dr. Hj. Rumadani Sagala, M.Ag**

**NIP. 196002081986032001**

**Pembimbing II**

**Dr. Ahmad Fauzan, M.Pd**

**NIP. 1972081802006041006**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam**

**Drs. Amiruddin, M.Pd.I**

**NIP. 1969 0305199603100**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp.(0721)704030

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN STUDI KASUS DI MTS NEGERI 2 BANDAR LAMPUNG"** disusun oleh : **GALISA AYU FAMELA, NPM :1511030331**, Jurusan: **MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**, telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan pada hari/tanggal 24 Juli 2019, pukul 08.00-09.30 WIB di Ruang Sidang Prodi MPI Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

**TIM PENGUJI**

**Ketua** : **Drs. H. Amirudin, M.Pd.I** (.....)  
**Sekretaris Sidang** : **Sri Purwanti Nasution, M.Pd** (.....)  
**Penguji Utama** : **Dr. H. Subandi, MM** (.....)  
**Penguji Pendamping I** : **Dr. Hj. Rumadani Sagala, M.Ag** (.....)  
**Penguji Pendamping II** : **Dr. Ahmad Fauzan, M.Pd** (.....)

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,**



**Prof. Dr. Nivya Diana, M.Pd**  
NIP. 196408281988032002

## MOTTO

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ  
وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

*Artinya : “ Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi: dan carilah karunia Allah dan ingatah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. ( Qs. Al Jumu’ah Ayat 10)<sup>1</sup>*



---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, ( Bandung : PT. Sygma, 2007)

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Muhammad SAW yang telah menuntun seluruh umat manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua Orang Tuaku tercinta, Ayahandaku Amir Efendi dan Ibundaku Susiati. Do'a tulus selalu kupersembahkan atas jasa pengorbanan, yang telah mendidik dan membesarkanku dengan penuh kasih sayang hingga menghantarkanku menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Suamiku tercinta Achmad Andrian Saputra, yang selalu memberikan support dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Anakku tercinta, Syakilla Arisha Fandraiani yang selalu memberikan semangat, penghilang lelah, penghibur dikala duka.
4. Untuk kakak dan adikku tersayang, Pandu Praja Yudha dan Elok Kinanti.
5. Sahabat-sahabatku babe angel, KKN 211, seperjuangn PPL yang selalu memberikan motivasi dan selalu membantuku dikala aku susah.
6. Teman-teman seperjuangan Manajemen Pendidikan Islam(MPI) angkatan 2015 Terkhusus untuk MPI F.
7. Serta almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Galisa Ayu Famela. Lahir pada hari kamis tanggal 01 Agustus 1996, di Bandar Lampung. Anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan suami istri Bapak Amir Efendi dan Ibu Susiati.

Penulis menempuh pendidikan dasar di SDN 2 Pratama Mandira Kec. Sungai Menang, Kab. Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Budi Pratama Mandira Kec. Sungai Menang, Kab. Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan lulus pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah akhir di SMA Bina Dharma Mandira .Sungai Menang, Kab. Ogan Komering Ilir, Sumatera Selatan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Tarbiyah dan Keguruan jurusan Manajemen Pendidikan Islam Progam Studi Stara Satu (S1) pada tahun 2015





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat, hidayah dan taufiqNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung”** memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd). Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Muhammad SAW. Yang telah menuntun seluruh umat manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hj.Nirva Diana, M.Pd selaku dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Drs. H. Amiruddin, M.Pd.I selaku ketua jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAIN Raden Intan Lampung.
3. Bapak Dr. Ahmad Fauzan, M.Pd selaku dosen pembimbing II dan Ibu Dr. Hj. Rumadani Sagala, M.Ag selaku dosen pembimbing I terimakasih atas kesabaran, keikhlasannya dalam membimbing dan yang telah memberikan waktu luang untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak dan ibu Dosen di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan pada penulis selama dibangku kuliah.
5. Ayahandaku Amir Efendi dan Ibudaku Susiati serta kakak dan adikku Pandu Praja Yudha dan Elok Kinanti yang telah menyayangiku, mendoakanku dan selalu menjadi motivasiku dalam penulisan skripsi ini.
6. Untuk suami dan anakku Achmad Andrian Saputra dan Syakilla Arisha Fandriani yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ni.
7. Bapak Tarmadi, M.Pd selaku Kepala Madrasah dan Bapak Drs. Heru Pranotoselaku wakil kepala madrasah bidang kesiswaan yang telah mengijinkan dan memberi dukungan bagi penulis untuk mengumpulkan data yang penulis perlukan dalam penyusunan skripsi.
8. Keluarga besar MTs Negeri 2 Bandar Imampung.
9. Untuk sahabatku babeh angel dan wanita perindu syurga yang membantu, dan mendoakan hingga selesai skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2015 terkhusus kelas F yang membantu, mendoakan hingga selesai skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, Juli 2019  
Penulis

Galisa Ayu Famela  
NPM1511030331



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	2
C. Latar Belakang Masalah .....	2
D. Fokus dan Sub Fokus Penelitian .....	11
E. Rumusan Masalah .....	11
F. Tujuan Penelitian .....	12
G. Signifikasi Penelitian .....	12
H. Metode Penelitian .....	13

### BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori.....	22
1. Strategi Pemasaran.....	22
2. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan.....	24
3. Unsur- unsur Pemasaran.....	26
4. Perkembangan Konsep Pemasaran dalam Jasa Pendidikan.....	28
5. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) Jasa Pendidikan .....	33
a. Product ( Produk).....	35
b. Price( Harga).....	37
c. Place( Tempat).....	39
d. Promotion( Promosi).....	40
e. People( Orang).....	41
f. Physical Evidence( Sarana dan Prasarana) .....	42
g. Process(Proses) .....	43
6. Citra ( <i>image</i> ) Terhadap Lembaga .....	43
7. Variabel yang Menimbulkan Citra.....	46
B. Kajian Pustaka .....	51

### BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek .....	53
B. Deskripsi Data Penelitian.....	69

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Temuan Penelitian</b>	
a. Product ( Produk).....	70
b. Price( Harga).....	73
c. Place( Tempat).....	75
d. Promotion( Promosi).....	77
e. People( Orang).....	79
f. Physical Evidence( Sarana dan Prasarana).....	81
g. Process(Proses) .....	83
<b>B. Pembahasan</b>	
1. Product ( Produk).....	87
2. Price( Harga).....	88
3. Place( Tempat).....	88
4. Promotion( Promosi).....	89
5. People( Orang).....	90
6. Physical Evidence( Sarana dan Prasarana).....	91
7. Process(Proses) .....	91

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>93</b>
<b>B. Rekomendasi .....</b>	<b>95</b>

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

1. Jumlah peserta peserta didik MTs Negeri 2 Bandar Lampung .....9
2. Daftar nama dan periode masa jabatan kepala madrasah  
di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ..... 54
3. Data keadaan guru di MTs Negeri 2 Bandar Lampung .....58
4. Data peserta didik MTs Negeri 2 Bandar Lampung ..... 65
5. Data keadaan ruangan MTs Negeri 2 Bandar Lampung ..... 67
6. Data keadaan fasilitas pendukung MTs Negeri 2 Bandar Lampung..... 68



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kisi-Kisi Instrumen Pengumpulan Data
- Lampiran 2 : Kerangka Dokumentasi
- Lampiran 3 : Instrumen Wawancara
- Lampiran 4 : Struktur Kurikulum MTs Negeri 2 Bandar Lampung
- Lampiran 5 : Daftar Prestasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung
- Lampiran 6 : Dokumentasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung
- Lampiran 7: Pengesahan Seminar Proposal
- Lampiran 8 : Surat izin Pra Penelitian di MTs Negeri 2 Bandar Lampung
- Lampiran 9 : Surat izin Penelitian di MTs Negeri 2 Bandar Lampung



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Penegasan Judul

Sebagai kerangka awal guna memudahkan dalam memahami dan menghindari kesalah pahaman dalam mengartikan skripsi ini, maka secara singkat terlebih dahulu penyusun akan menjelaskan beberapa istilah yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

Judul akripsi ini adalah IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN STUDI KASUS DI MTS NEGERI 2 BANDAR LAMPUNG.

### 1. Implementasi

Implementasi adalah pelaksanaan atau suatu proses penerapan ide, konsep , kebijakan atau inovasi dalam suatu praktis sehingga memberikan dampak baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan atau nilai.<sup>2</sup>

### 2. Strategi

Strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Kusnandar, *Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Dan Sukses Dalam Serifikasi Guru* , ( Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 233

<sup>3</sup>Prof.Dr. H. Buchri Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, ( Bandung : Alfabeta, 2018), h.201

### 3. Pemasaran Pendidikan

Menurut John R.Silber yang dikutip Buchari Alma, menyatakan bahwa pemasaran pendidikan adalah suatu proses menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh baik menggunakan bantuan produk fisik maupun tidak, untuk memenuhi kebutuhan konsumen (siswa).<sup>4</sup>

### 4. MTs Negeri 2 Bandar Lampung

MTs Negeri 2 Bandar Lampung adalah suatu lembaga pendidikan formal jenjang tingkat menengah yang berada dibawah naungan Departemen Pendidikan Agama. Terletak di Jl. Pulau Pisang No.20, Harapan Jaya, Sukarame, Kota Bandar Lampung.

#### **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan memilih judul ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

#### **C. Latar Belakang**

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi. Agar bisa mempertahankan eksistensinya madrasah dituntut untuk dapat memasarkan madrasahnyanya, karena betapapun bagusnya suatu sekolah jika tidak dipromosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut dikalangan masyarakat. Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus

---

<sup>4</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*,( Bandung : Alfabeta, 2003), cet. 1, h.53



dilaksanakan oleh sekolah, selain ditunjukkan untuk memperkenalkan, pemasaran dilembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.<sup>5</sup>

Menurut Philip Kotler, and Amstrong, mengatakan bahwa *Marketing Management is the analysis, planning, implementation, and control of programs designed to create, build, and maintain beneficial exchanges with target buyers for the purpose of achieving organizational objectives*(manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisa , merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan(program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

William J. Shult memberikan definisi : *Marketing Management is the planning, direction and control of the entire marketing activity of a firm or division of a firm*( manajemen marketing ialah merencanakan, pengarahan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan ataupun bagian dari perusahaan.

Kemudian akan dikemukakan definisi dari Ben M. Enis : *Marketing Management is the process of increasing the effectiveness and or efficiency by which marketing activities are performed by individuals or organizations*( Manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan

---

<sup>5</sup>Muhaimin, dkk, *Manajemen Pendidikan : Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah* ( Jakarta : Kencana,2009), h.101

efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau oleh perusahaan. <sup>6</sup>

Mengingat hal tersebut, maka fokus dari manajemen pendidikan saat ini harus mengalami perubahan dari sekedar melayani proses pendidikan, menjadi bagaimana membuat “pemakai pendidikan” diubah menjadi “pelanggan pendidikan” dimana pelanggan pendidikan inilah yang akan memberikan loyalitas yang tinggi untuk tidak bisa berpaling pada lembaga lain.

Philip Kotler dan Topor menyatakan bahwa citra yang positif merupakan aset yang berharga di pasar, *image* yang positif juga modal dasar yang kuat dalam mempengaruhi harapan pelanggan citra baik tersebut salah satunya dilakukan dengan cara mempengaruhi kebutuhan dan harapan pelanggan agar sesuai dengan produk dan layanan yang ada di sekolah/madrasah. Dengan demikian, calon siswa lebih tertarik untuk masuk sekolah/madrasah tersebut.<sup>7</sup> Maka dari itu sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan, dan didukung dengan promosi yang maksimal agar hasil yang diharapkan akan tercapai.

. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan bersama dengan menciptakan , menawarkan dan saling bertukar sesuatu yang

---

<sup>6</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta,2014) h. 131

<sup>7</sup>Ibid, h.100

bernilai, satu denganyang lainnya.<sup>8</sup> Ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran adalah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan yang disepakati.<sup>9</sup> Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman,

Q.S As-Shaff 10-11



Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih yaitu kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad dijalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”.(Surah As-Shaff ayat 10-11).

Adapun tujuan dari pemasaran adalah membantu pengelola suatu organisasi untuk memutuskan produk apa yang mesti ditawarkan terlebih dahulu dan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat. Di lembaga pendidikan pemasaran bertujuan untuk memberi informasi

<sup>8</sup>Jamal Ma'rif Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah* ( Yogyakarta : Diva Press, 2015 ), h. 18

<sup>9</sup>TIM DOSEN Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan* ( Bandung : Alfabeta,2011), h. 334

kepada masyarakat tentang produk sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat tentang produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya, memberi penekanan nilai yang lebih diterima masyarakat atas produk yang ditawarkan , dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan sekolah di masyarakat.<sup>10</sup>

Dalam kaitannya dengan pemasaran, kegiatan strategi pemasaran sangat diperlukan oleh sekolah/madrasah guna tercapainya peningkatan penerimaan peserta didik. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberiarah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dan pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.<sup>11</sup>

Peranan strategi pemasaran tidak terlepas dari bauran pemasaran yang digunakan perusahaan karena bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Buchari Alma untuk mengukur bauran pemasaran yaitu dapat dilihat dari *product, price, place, promotion, people physical evidence, dan process*.<sup>12</sup>

Menurut Muhammad Jauharul Mawahib, dengan adanya bauran pemasaran produk, akan mampu meningkatkan struktur keputusan

---

<sup>10</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta,2014) h. 130

<sup>11</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h.83

<sup>12</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*,(Bandung: Alfabeta: 2003), h. 208

pembelin, sehingga berdampak pada peningkatan pencapaian target perusahaan.<sup>13</sup>

Menurut Haris Hermawan, dengan adanya bauran pemasaran, akan meningkatkan keputusan, kepuasan, dan loyalitas konsumen dalam pembelian sehingga nantiya akan berdampak pada peningkatan kualitas daya saing perusahaan<sup>14</sup>. Sedangkan menurut Putra, Yunus, dan Sulaiman, dengan adanya bauran pemasaran, akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas merk yang ditawarkan perusahaan, sehingga akan berdampak pada baiknya citra perusahaan oleh konsumen.<sup>15</sup>

Strategi pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk sehingga dibutuhkan pula landasan norma dan moralitas dalam proses pemasaran kepada para konsumen. Ketika suatu bisnis dilakukan oleh seorang produsen yang menerapkan etika yang baik, yaitu dengan tidak mengandung unsur kebathilan, kedzaliman dan keterpaksaan maka kelayaitasan konsumen terhadap produk dapat dengan baik tercipta. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa'(4): 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (29)

<sup>13</sup>Muhammad Jauharul Mawahib, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian*, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 1, No.1, 2019

<sup>14</sup>Haris Hermawan, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Riti Ceria Di Jember*, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol.1, No.2, Januari 2019

<sup>15</sup>Erwinsyah Putra, Mukhlis Yunus, Dan Sulaiman, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepercayaan Merk( Brand Trist) Dan Dampaknya Pada Keputusan Mahasiswa Memiliki Kuliah Di Politeknin Aceh*, *Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No. 1, Januari 2019

Artinya :“*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*”<sup>16</sup>

Dari penjelasan ayat diatas bahwa Allah SWT melarang dalam memperoleh harta dengan jalan bathil, akan tetapi Allah SWT menganjurkan dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara dua pihak yang terlibat dalam aktivitas perniagaan. Begitu pula pada strategi pemasaran pendidikan yang menggunakan etika bisnis dengan baik dan maksimal dalam proses pemasaran dan transaksinya akan dapat meningkatkan volume penjualan dari produk-produk yang dipasarkan.

MTs Negeri 2 Bandar Lampung tidak ingin ketinggalan untuk ikut serta dalam memperbaiki kualitas pendidikan di lingkungan madrasah. Ini mengingat sebagai masyarakat masih memiliki *image* yang keliru bahwa madrasah adalah lembaga pendidikan yang terbelakang ditinjau dari banyak aspek, diantaranya: aspek SDM, sarana prasarana, kurikulum, input dan output siswa dan pengelolaan madrasah. Anggapan ini justru semakin memacu MTs Negeri 2 Bandar Lampung untuk terus berbenah dan mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa *image* yang keliru itu tidak seluruhnya benar. Sehubungan dengan itu, MTs Negeri 2 Bandar Lampung adalah salah satu lembaga pendidikan yang selalu berusaha meningkatkan strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat.

---

<sup>16</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* Juz 1-30,( Surabaya :CV Karya Utama, 2000), h. 122

Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung dalam memperkenalkan sekolahnya ternyata sudah membawa *image* yang baik dikalangan masyarakat. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah siswa untuk mendaftarkan anaknya ke Madrasah. MTs Negeri 2 Bandar Lampung mengalami perkembangan dalam jumlah siswa baru setiap tahunnya. Meskipun banyak sekolah lainnya yang menjadi pesaing, namun MTs Negeri 2 Bandar Lampung masih tetap dipercaya oleh sebagian masyarakat yang setia melakukan investasi pendidikan di sekolah tersebut.

Berikut daftar siswa yang diterima di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Peserta Didik di MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

No	Tahun	Jenis Kelamin	Jumlah	Jumlah Total	Jumlah Rombel
1	2015/2016	Laki-laki	560	1.185	32
		Perempuan	638		
2	2016/2017	Laki-laki	582	1.250	34
		Perempuan	668		
3	2017/2018	Laki-laki	578	1.314	34
		Perempuan	736		
4	2018/2019	Laki-laki	518	1.258	34
		Perempuan	700		

Sumber Dokumentasi hasil Pra-Survey MTs Negeri 2 Bandar Lampung 28 Januari 2019<sup>17</sup>

<sup>17</sup>Sumber Dokumentasi hasil Pra-Survey MTs Negeri 2 Bandar Lampung 28 Januari 2019

Dari data diatas merupakan dampak keberhasilan dari strategi pemasaran yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang melakukan promosi melalui media massa seperti web site, facebook, brosur, koran, dan promosi yang secara tidak langsung oleh masyarakat.

Banyaknya siswi yang dimiliki oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung menjadikan penulis ingin meneliti bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung sebagai strategi dalam melakukan pemasaran lembaga pendidikan serta efeknya terhadap daya saing lembaga pendidikan. Karena dalam konteks pendidikan dasar dan menengah siswa merupakan pihak yang paling penting tanpa siswa tidak ada permintaan dalam pendidikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung**”.

#### **D. Fokus Penelitian dan Sub Fokus**

Fokus pada penelitian ini adalah Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung. Adapun subfokus dalam penelitian ini adalah Penerapan Bauran Pemasaran ( *marketing mix* ) yaitu 7P : ( *product, price, place, promotion, people, phsycal evidence, proses*).



## **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Produk (product) apa saja yang ditawarkan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung?
2. Bagaimana penerapan harga (price) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung?
3. Bagaimana keadaan tempat (place) MTs Negeri 2 Bandar Lampung?
4. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung?
5. Bagaimana sumber daya manusia (people) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung?
6. Bagaimana bentuk fisik (physical evidence) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung?
7. Bagaimana proses yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung?

## **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui produk (product) apa yang ditawarkan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui penerapan harga (price) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui keadaan tempat (place) MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

4. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung.
5. Untuk mengetahui sumber daya manusia (people) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.
6. Untuk mengetahui bentuk fisik (physical evidence) di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.
7. Untuk mengetahui proses yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

#### **G. Signifikasi Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis

Dilihat dari kegunaannya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi guna penelitian lebih lanjut tentang manajemen pemasaran pendidikan.

2. Secara Praktik

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan antara teori-teori manajemen pemasaran madrasah yang sudah dipelajari dengan penerapannya dilapangan dan dapat menambah wawasan tentang manajemen pemasaran pendidikan di Madrasah Tsanawiyah.

b. Bagi pihak sekolah

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi madrasah untuk terus melakukan perencanaan maupun dalam membuat program pemasaran pendidikan di madrasah yang lebih kreatif dan inovatif sehingga MTs Negeri 2 Bandar Lampung mampu bersaing dengan sekolah umum dalam mendapatkan siswa yang berprestasi akademik maupun non akademik.

c. Bagi Pembaca

Menambah wawasan dan informasi terkait manajemen pemasaran pendidikan di tingkat Madrasah Tsyanawiyah, serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian lain yang akan dilakukan.

## H. Metode Penelitian

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi “Metode Penelitian” berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “Logos” yang artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya caramelakukan sesuatu dengan fikiran secara sekasama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan “Penelitian” adalah suatu kegiatan untuk mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporannya.

Jadi, metodologi adalah ilmu mengenai jalan yang dilewati untuk mencapai tujuan pemahaman. Jalan tersebut harus ditetapkan secara

bertanggung jawab ilmiah dan data yang dicari untuk membangun atau memperoleh pemahaman harus melalui syarat ketelitian, artinya harus dipercaya kebenarannya.<sup>18</sup> Penelitian ini menggunakan Penelitian Deskriptif Kualitatif.

## 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan, dimana penelitian ini dilakukan dalam lokasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung. Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat data-data yang ada di lapangan mengenai hal-hal yang diteliti, yaitu Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Studi Kasus Di MTs Negeri 2 Bandar Lampung .

## 2. Sumber Data Penelitian

Sumber data adalah data yang dapat diperoleh. Oleh karena penelitian ini bersifat lapangan, maka sumber data yang dipergunakan adalah *field research*, yaitu sumber data yang diperoleh dari penelitian lapangan dengan cara terjun langsung ke objek penelitian untuk memilih data yang lebih konkrit terkait dengan masalah yang diteliti. Sumber data memiliki dua macam:

- 1) Data Primer adalah data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.<sup>19</sup> Data yang dimaksud disini adalah data tentang implementasi strategi pemasaran pendidikan dengan penerapan bauran pemasaran ( *marketing mix*). Adapun data ini

---

<sup>18</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadd, *Metodelogi Penelitian*, ( Jakarta : Bumi Aksara,2007),h. 1-3

<sup>19</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung : Alfabeta, 2016), cet 8, h.308

diperoleh dari kepala madrasah ,ketua program unggul, dan waka kurikulum .

2) Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti sebagai penunjang dari data yang pertama.<sup>20</sup>

Data yang dimaksud disini adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen pendukung yang terkait dengan masalah penelitian.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian.<sup>21</sup> Dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan penulis, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

#### a. Interview (wawancara)

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka, mendengarkan langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>22</sup> Dalam penelitian ini penulis mewawancarai kepala sekolah, wka kurikulum dan ketua program unggulan.

#### b. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi yang dikutip oleh sugiyono dalam bukunya yang berjudul Metode penelitian pendidikan, bahwa

---

<sup>20</sup>Ibid, h. 308

<sup>21</sup>Ibid, h.309

<sup>22</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*,( Jakarta : Bumi Aksara, 2007),cet 8, h. 83

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun, dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>23</sup>

Sedangkan menurut Sutrisno Hadi, observasi di artikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena-fenomena yang diteliti. Penulis bertindak sebagai pengamat yang netral dan objektif, bentuk observasi yang penulis terapkan adalah observasi non-partisipan di mana peneliti tidak mengambil tindakan pro-aktif dalam pengamatan saat riset berlangsung.

Dengan metode ini, penulis berharap agar mudah untuk memperoleh data yang diperlukan dengan pengamatan dan pencatatan terhadap suatu objek yang diteliti, sebagai pendukung penelitian ini, terutama tentang 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, proses*).

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penulis menyelidiki benda-benda tertulis seperti

---

<sup>23</sup>Ibid,h.203

buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.<sup>24</sup>

Metode dokumentasi adalah suatu cara memperoleh data melalui pengumpulan catatan-catatan, transkrip, notulen rapat dan lain-lain sebagai bukti fisik, adapun data-data yang dihimpun melalui metode dokumentasi dalam penelitian ini adalah sejarah singkat berdirinya sekolah, keadaan jumlah siswa, visi dan misi, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkenaan dengan penelitian ini.

Jadi metode dokumentasi adalah suatu cara pengambilan atau pengumpulan data dengan cara mengumpulkan suatu bukti-bukti tertulis, cetak, gambar sebagainya.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Analisis merupakan suatu proses penemuan pertanyaan.<sup>25</sup> Dalam pengelolaan data yang diolah ada hal-hal yang tercantum dan terekam dalam catatan-catatan lapangan hasil wawancara atau pengamatan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian termasuk penelitian kualitatif, data yang dihasilkan berupa kata-kata, kalimat, gambar atau simbol, dalam mengolah data ada empat tahap yang harus dilalui, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>24</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta,2003),h.14

<sup>25</sup>Emzir, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif*,(Jakarta:Rajawali Pers,2014),h.165

### 1. Reduksi Data

Dalam proses reduksi data, peneliti dapat melakukan pilihan-pilihan terhadap data yang hendak dikode, mana yang dibuang, mana yang merupakan ringkasan, cerita-cerita apa yang sedang berkembang, reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dengan diverifikasi.<sup>26</sup>

### 2. Penyajian Data

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks kedalam kesatuan bentuk (gestalt) yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami.<sup>27</sup>

### 3. Menarik Kesimpulan dan Verifikasi

Kegiatan analisis berikutnya yang paling penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang pengenalisis kualitatif mulai

---

<sup>26</sup>Ibid, h. 193

<sup>27</sup>Ibid, h.194



mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi.

Penarikan kesimpulan sebenarnya hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung.<sup>28</sup>

Setelah data diolah, maka langkah selanjutnya adalah dianalisis dengan menggunakan metode Berfikir yaitu fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkrit kemudian fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang konkrit itu ditarik generalisasinya yang mempunyai sifat umum. Jadi dengan cara menganalisis, menggunakan metode Berfikir Induktif adalah suatu proses yang dilakukan untuk mendapatkan keputusan yang bersifat umum dan diharapkan dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang objektif dan sesuai dengan maksud dari tujuan penelitian.

Berdasarkan pendekatan ini, maka penulis akan merinci secara khusus tentang Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

## **5. Keabsahan Data**

Pengecekan keabsahan data diperlukan dalam penelitian kualitatif. Pengecekan keabsahan data (triangulasi) yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari teknik pengumpulan data dan sumber

---

<sup>28</sup>Ibid, h.195

data yang telah ada.<sup>29</sup> Triangulasi pada penelitian ini, peneliti melakukan pengecekan data yang berasal dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi mengenai Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

Dezin dalam Moeloeng, macam triangulasi diantaranya dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Pada penelitian ini, dari empat macam tersebut, peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Triangulasi dengan sumber artinya membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan latar yang berbeda dalam penelitian kualitatif, langkah untuk mencapai kepercayaan itu adalah:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan suatu dokumen yang berkaitan.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.337

<sup>30</sup>Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h.331

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Kajian Teori

#### 1. Strategi pemasaran

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>31</sup> Pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.<sup>32</sup>

Menurut Tjipto, strategi adalah suatu alat untuk menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan organisasi.<sup>33</sup> Kotler juga berpendapat bahwa strategi adalah sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategis.<sup>34</sup>

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penyusunan strategi perlu diperhatikan kondisi dan perubahan lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal yang pada akhirnya dapat tercapai tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran

---

<sup>31</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), h. 1340

<sup>32</sup>*Ibid*, h. 1027

<sup>33</sup>Tjipto Fandi, *Strategi Pemasaran*, ( Jakarta : Andi, 1995), h. 3

<sup>34</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta : PT. Prehindo, 1997), h. 75

adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>35</sup> Menurut Amstrong dan Kotler strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada target pasar yang ditentukan.<sup>36</sup>

Strategi juga dapat diartikan sebagai wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran , untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah , akan tetapi saling berhubungan erat, yaitu:

- a. Pasar target atau sasaran, yaitu suatu kelompok yang homogeny, yang merupakan sasaran perusahaan.
- b. Bauran pemasara ( *marketing mix* ) yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol , yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akan dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut. strategi pemasaran adalah memilih dan

---

<sup>35</sup>Sofjan Asauri, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta : Rajawali Pers, 2011 ), h. 168

<sup>36</sup>Phiip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta : Rajawali Pers , 2011), h. 5

menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.<sup>37</sup>

## 2. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut John R. Silber yang dikutip Buchari Alma, menyatakan bahwa:

“Etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Sebuah lembaga pendidikan harus menjaga nama baik dan menekankan pada mutu layanan yang harus diberikan kepada para siswa”.<sup>38</sup>

Konsep Produk dalam dunia pendidikan terbagi atas jasa kependidikan dan lulusan. Jasa kependidikan sendiri terbagi atas jasa : kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan masyarakat, ekstrakurikuler dan administrasi. Bentuk produk-produk tersebut hendaknya sejalan dengan permintaan pasar atau keinginan pasar yang diikuti oleh kemampuan dan kesediaan dalam membeli jasa kependidikan.

Pendidikan sebagai produk jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang diproses dengan menggunakan bantuan produk fisik , di mana proses yang terjadi merupakan interaksi antar penyedia jasa dengan pengguna jasa yang mempunyai sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.<sup>39</sup>

Sekolah hendaknya dapat berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Selain itu juga perlu mencermati pergeseran konsep “ keuntungan pelanggan “ menuju ” nilai”( value) dari jasa yang diberikan. Sekolah

---

<sup>37</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* , ( Alfabeta: Bandung, 2013), h. 176

<sup>38</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik jasa pendidikan*, ( Bandung: Afabeta, 2003), Cet.1, h.53

<sup>39</sup>Yoyon Bahtiar Irianto & Eka Prihati, *Manajemen Pendidikan*, ( Bandung : Alfabeta, 2009), Cet.1, h.335

mahal tidak menjadi masalah sepanjang manfaat yang dirasakan siswa melebihi biaya yang dikeluarkan . dan sebaliknya sekolah murah bukan jaminan akan diserbu calon siswa apabila dirasa nilainya rendah.

Dalam membangun lembaga pendidikan , menurut Brubacher yang dikutip Yoyon Bahtiar Irianto dan Eka Prihati, menyatakan ada dua landasan filosofi yaitu landasan epistemologis dan landasan politik:

Secara epistemologis, lembaga pendidikan harus berusaha untuk mengerti dunia sekelilingnya, memikirkan sedalam- dalamnya masalah yang ada di masyarakat, dimana tujuan pendidikan tidak dapat dibelokkan oleh berbagai pertimbangan dan kebijakan, tetapi harus berpegang teguh pada kebenaran. Sedangkan landasan politik adalah memikirkan kehidupan praktis untuk tujuan masa depan bangsa, karena masyarakat kita begitu kompleks sehingga banyak masalah pemerintahan, industri, pertanian, perbankan, tenaga kerja, bahan baku, dan sumber daya alam dan manusia, hubungan internasional, pendidikan, lingkungan, kesehatan dan sebagainya, yang perlu untuk dipecahkan oleh tenaga ahli yang dicetak oleh lembaga pendidikan, dimana lulusan yang bermutu dihasilkan dalam *black box crossing* yang diolah tenaga peendidik yang bermutu.<sup>40</sup>

Pendidikan merupakan produk yang berupa jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1. Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud
2. Produksi dan konsumsi bersama waktu

---

<sup>40</sup>*Ibid*, h. 338

3. Kurang memiliki standard dan keseragaman.<sup>41</sup>

Dengan demikian pemasaran jasa pendidikan adalah suatu proses menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh baik menggunakan bantuan produk fisik maupun tidak, untuk memenuhi kebutuhan konsumen (siswa). Hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan dikemudian hari.

**3. Unsur-Unsur Pemasaran**

Dalam pemasaran terdapat beberapa unsur, yaitu:

a. Unsur strategi persaingan

- 1) Segmentasi pasar, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing segmen konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk dan bauran pemasaran tersendiri.
- 2) Targeting, yaitu suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.
- 3) Positioning, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

---

<sup>41</sup>*Ibid*, h. 335

b. Unsur taktik pemasaran

- 1) Differensiasi, berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan.
- 2) Bauran pemasaran( *marketing mix*) berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, tempat, promosi, people, physical evidence, dan proses.<sup>42</sup>

c. Unsur nilai pemasaran

- 1) Merk(*brand*) yaitu nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang dimiliki dan melekat pada suatu perusahaan. Jika *brand quality* ini dikelola dengan baik, perusahaan yang bersangkutan setidaknya akan mendapatkan dua hal. Pertama, para konsumen akan menerima nilai produknya. Mereka akan merasakan semua manfaat yang diperoleh dari produk yang mereka beli dan merasa puas karena itu sesuai dengan harapan mereka. Kedua, perusahaan itu sendiri memperoleh nilai melalui loyalitas pelanggan terhadap merek, yaitu peningkatan margin keuntungan , keunggulan bersaing, dan efisiensi serta efektifitas kerja khususnya pada program pemasaran.
- 2) Pelayanan atau *service*, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen.
- 3) Proses, yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggung

---

<sup>42</sup>Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, reorientasi konsep perencanaan strategi untuk menghadapi abad 21*, ( Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), Cet.12, h.48



jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

#### 4. Perkembangan Konsep Pemasaran dalam Jasa Pendidikan

Ada beberapa tahap perkembangan konsep marketing yang digunakan oleh para pengusaha dalam menghadapi persaingan yaitu:

##### a. Konsep produksi

Konsep ini berpandangan bahwa perusahaan membuat produksi sebanyak- banyaknya. Dengan produksi massal ini akan diperoleh efisiensi dalam pemakaian input dan efisiensi dalam proses produksi. Kemudian perusahaan akan dapat menetapkan harga jual lebih murah dari saingan. Hal ini sejalan dengan keinginan konsumen, agar mereka mudah memperoleh barang yang mereka butuhkan, mereka bisa membeli di banyak tempat dan harganya tidak terlalu mahal.<sup>43</sup>

Jika hal ini diterapkan dalam jasa pendidikan, bukan berartilembaga pendidikan menghasilkan lulusan secara massal dengan mengabaikan mutu, kemudian menurunkan uang sekolah (SPP) agar lebih banyak peminat masuk. Konsep produksi dalam pendidikan harus tetap memegang teguh peningkatan mutu lulusannya, dan uang pembayaran sekolah tidak terlalu tinggi.

---

<sup>43</sup>Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, ( Bandung :Alfabeta, 2008), h. 173-174

b. Konsep produk

Konsep ini berlaku sudah sejak lama pada saat produsen beradapada posisi kuat. Produsen menghasilkan produk yang sangat baik menurut ukuran atau selera produsen itu sendiri, bukan menurut kehendak konsumen, konsumen demikian banyaknya sehingga selera mereka pun sangat bervariasi. Selera konsumen tidak dapat diidentikkan dengan selera produsen. Inilah satu kesalahan yang terjadi pada konsep produk, yang menyamakan selera produsen dengan selera konsumen. Akibatnya jika timbul pesaing baru yang kreatif dalam bidang produksi, maka pengusaha yang menganut konsep produk ini akan kalah dalam persaingan.<sup>44</sup>

Jika ini diterapkan dalam lembaga pendidikan, maka pimpinan lembaga tidak boleh berbuat sekehendaknya, walaupun dalam rangka ingin meningkatkan mutu. Pimpinan sekali-kali harus memonitor apa kehendak konsumen, apa keluhan-keluhan yang di brolkan oleh parasiswa di luar, ataupun guru, tenaga administrasi, dan sebagainya. Pimpinan lembaga pendidikan tidak tinggal diam di kamar kantornya, berlagak sebagai birokrat sebuah departemen yang sulit dihubungi. Pimpinan lembaga pendidikan harus sering turun ke bawah melihat ruang kelas sekolah, memperhatikan taman-taman sekolah, bertegur sapa dengan siswa, guru dan orang lain yang berkunjung ke sekolah.

---

<sup>44</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik jasa pendidikan*, ( Bandung: Afabeta, 2003), Cet.1, h.

c. Konsep penjualan

Pengusaha yang menganut konsep penjualan (*selling concept*) berpendapat bahwa yang penting produsen menghasilkan produk, kemudian produk itu dijual ke pasar dengan menggunakan promosi secara besar-besaran. Produsen ini mempunyai keyakinan bahwa dengan jalan promosi, konsumen dipengaruhi, dirangsang, dimotivasi untuk membeli, maka mereka pasti akan membeli. Konsep ini banyak dianut oleh para produsen dan mereka juga berhasil dalam pemasaran produknya. Tetapi strategi ini tidak akan mampu bertahan selamanya.<sup>45</sup>

Jika diterapkan pada lembaga pendidikan, maka ada kecenderungan lembaga menggunakan surat kabar, TV, pasang iklan, layaknya seperti iklan barang. Iklan ini bisa saja asal ada bukti nyata yang menunjang kekuatan iklannya. Iklan tanpa usaha perbaikan mutu atau performans lembaga pendidikan akan berakibat sebaliknya, menjadi bumerang bagi lembaga itu sendiri. Para pengelola pendidikan yang menganut konsep penjualan, hanya mementingkan tugasnya saja. Asal tugas sudah dijalankan maka selesailah kewajibannya dan dia akan menerima gaji sesuai dengan yang ditetapkan. Karyawan seperti ini tidak pernah memikirkan dan tidak peduli apakah layanannya sudah baik atau belum, pokoknya tugas selesai.

---

<sup>45</sup>*Ibid*, h. 48

d. Konsep marketing (*marketing concept*)

Konsep marketing ini menyatakan bahwa produsen jangan memperhatikan diri sendiri, jangan melihat selera sendiri, tapi lihatlah, carilah apa dan bagaimana selera konsumen. Marketing tidak berarti bagaimana menjual produk agar laris habis, tidak peduli apa yang terjadi sesudah itu. Konsep marketing lebih berorientasi jangka panjang. Konsep ini lebih menekankan kepada “kepuasan konsumen”. Tujuan marketing ialah bagaimana usaha untuk memuaskan selera, memenuhi *needs and wants* dari konsumen. Istilah *needs* artinya kebutuhan atau “rasa kekurangan pada diri seseorang yang harus dipenuhi”. Sedangkan *wants* berarti keinginan atau suatu kebutuhan yang sudah dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti daya beli, pendidikan, agama, keyakinan, famili dan sebagainya. Agar dapat memenuhi “*needs and wants*” konsumen ini, maka para produsen harus mengadakan *marketing research*.

Lembaga pendidikan yang menganut konsep marketing ini, tahu persis apa yang harus dilakukan, bukan hanya sekedar mengajar siswa tiap hari sesuai jadwal kemudian melaksanakan ujian, lulus, habis perkara. Tapi harus lebih jauh dari itu. Siswa harus merasa puas dalam suasana belajar mengajar, ruang kelas yang bersih, taman yang asri, guru-guru yang ramah, perpustakaan, laboratorium, lapangan olah raga dan sebagainya harus siap melayani para siswa.

e. . Konsep *responsibility*=Konsep *societal*=Konsep kemasyarakatan

Konsep ini menyatakan bahwa dunia perusahaan harus bertanggung jawab pada masyarakat terhadap segala perilaku bisnisnya. Perusahaan harus dapat menghasilkan produk yang bisa diandalkan, tidak cepat rusak, tidak berbahaya jika digunakan oleh konsumen dan turut menjaga kelestarian alam. Dunia bisnis harus berhemat dalam menggunakan sumber-sumber alam dan turut mengadakan penghijauan.<sup>46</sup>

Demikian pula sebuah lembaga pendidikan, harus bertanggung jawab terhadap masyarakat luas mulai dari mutu lulusan yang dihasilkannya. Jangan sampai lulusan yang dihasilkan malah membawa eksese di masyarakat berlagak dengan titel yang ia peroleh. Lembaga pendidikan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat yang dipungut dan ia gunakan, sehingga betul-betul memberikan hasil maksimal untuk kepentingan masyarakat.

Premis dari konsep marketing:

- a. Konsumen selalu memilih barang yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
- b. Konsumen dapat dikelompokkan berdasarkan *needs and wants*-nya.
- c. Tugas pengusaha ialah meneliti dan memilih pasar dan mengembangkan program pemasaran yang efektif.

---

<sup>46</sup>*Ibid*, h. 49

d. Bila konsumen merasa puas, mereka akan mengulangi pembeliannya.<sup>47</sup>

## 5. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Jasa Pendidikan

Jasa merupakan aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lainnya dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Jasa tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, berubah-ubah dan tidak tahan lama. Setiap karakteristik mempunyai masalah dan memerlukan strategi. Pada pemasaran jasa, pendekatan strategis diarahkan pada kemampuan pemasar menemukan cara untuk mewujudkan yang tidak berwujud, meningkatkan produktivitas penyedia yang tidak terpisahkan dari produk itu, membuat standar kualitas sehubungan dengan adanya variabilitas, dan mempengaruhi gerakan permintaan dan pemasok kapasitas mengingat jasa tidak tahan lama.<sup>48</sup> Secara umum strategi pemasaran jasa pendidikan diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan secara keseluruhan, tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, tapi juga pemasaran internal untuk memotivasi guru atau karyawan administrasi dan pemasaran interaktif untuk menciptakan keahlian penyedia jasa.

---

<sup>47</sup>*Ibid*, h.50

<sup>48</sup>Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung :Alfabeta, 2008), h.153.

Pemasaran dalam bidang pendidikan menghasilkan kepuasan peserta didik serta kesejahteraan stake holder lembaga pendidikan dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit.<sup>49</sup>

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar segmentasi, *targeting*, dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Zeithaml and Bitner bauran pemasaran jasa pendidikan adalah elemen-elemen organisasi pendidikan yang dapat dikontrol oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan peserta didik dan akan dipakai untuk memuaskan peserta didik.<sup>50</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Elemen-elemen bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong yakni: *product, price, place, dan promotion*.<sup>51</sup>

Sadono Sukirno dkk, mendefinisikan bauran pemasaran sebagai sekumpulan kegiatan yang saling berhubungan, yang disusun untuk tujuan mengetahui kebutuhan konsumen dan seterusnya, mengebangkan barang

---

<sup>49</sup>*ibid*, h. 153

<sup>50</sup>Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung :Alfabeta, 2008), h. 154

<sup>51</sup>Kotler dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi VIII, (Jakarta: Erlangga, 2001), h. 71-72

yang dibutuhkan , menentukan harganya, mendistribusikannya, serta mempromosikannya.<sup>52</sup>

Bauran pemasaran ( *marketing mix*) adalah unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan diorganisir, dan digunakan dengan tepat. Sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Philip Kotler menuliskan bahwa unsur bauran pemasaran ada empat , yakni produk, *price*( harga), *place*( tempat), promosi. Sedangkan Fandy Tjiptono menuliskan bahwa jika dalam pemasaran jasa, maka harus ditambah tiga unsur bauran pemasaran pendidikan yakni *people*( orang), *physical evidence*(sarana fisik), dan proses. Sehingga, dalam bukunya Buchari Alma disebutkan bahwa unsur bauran pemasaran pendidikan ada tujuh yakni gabungan dari empat unsur asli pemasaran lalu ditambah dengan tiga unsur yang khusus pemasaran jasa.<sup>53</sup> Unsur unsur bauran pemasaran jasa pendidikan ini sebagai berikut:

**a. Product(produk)**

Produk adalah sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks.Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.

Produk dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalahjasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospekdan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan danmampu memenangkan

---

<sup>52</sup>Sadono Sukirno, dkk, *Pengantar Bisnis*(Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 209

<sup>53</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*,(Bandung: Alfabeta: 2003), h.208



persaingan jasa pendidikan adalah lembaga yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya.<sup>54</sup>

Reputasi dan prospek lembaga madrasah menjadi daya tarik dan minat siswa. Selama ini madrasah menawarkan produk sesuai dengan misinya yaitu sebagai proses “character building” yaitu siswa berakhlak mulia, agamis, religius, dan penuh nilai, termasuk di dalamnya adalah terpenuhinya standar kompetensi lulusan.<sup>55</sup>

Produk itu sendiri terbagi atas lima tingkatan yaitu: (1) *core benefit* merupakan manfaat dasar yang sebenarnya dibeli oleh customer, dalam hal ini adalah pendidikan, (2) *Basic Product* atau versi dasar dari suatu produk dalam hal ini misalnya pengetahuan dan keterampilan yang memiliki ciri khas, (3) *Expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai diantaranya adalah kurikulum, silabus, tenaga pendidik, dsb, (4) *Augmented product* merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, misalnya output dari lembaga tersebut mampu berbahasa Inggris baik lisan maupun tulisan, computer, bahasa Arab, dsb, (5) *Potensial product* yaitu seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin didapat produk tersebut dimasa depan diantaranya adalah pengakuan lulusan lembaga tersebut dari dunia kerja.<sup>56</sup>

---

<sup>54</sup>Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan, kukaba*, (Yogyakarta, 2012), h. 239

<sup>55</sup>*Ibid*, h. 239

<sup>56</sup>*Ibid*, h. 156

Jadi produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hal yang dimiliki sekolah kemudian ditawarkan kepada masyarakat seperti fasilitas sekolah, kurikulum dan model pembelajaran, serta bukti lulusannya. Jika semua hal tersebut selalu dijaga dan diperbaiki, maka secara otomatis masyarakat akan memilih sekolah tersebut karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

**b. Price(harga)**

Elemen ini berjalan sejajar dengan mutu produk, apabila mutu produk baik, maka calon siswa/mahasiswa berani membayar lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan. Tetapi ada lembaga yang menetapkan SPP dengan biaya tinggi, peminatnya tetap banyak. Ini disebabkan karena situasi kelangkaan penyedia jasa pendidikan yang bermutu( sekurang-kurangnya menurut persepsi konsumen), melihat siapa dibelakang pengelola jasa pendidikan tersebut. hal ini merupakan taktik” *skimming price*” yang terkenal dalam marketing, diimbangi dengan bayangan mutu meyakinkan.<sup>57</sup>

Keputusan penentuan tarif dari sebuah produk jasa harus memperhatikan beberapa hal. Yang paling utama adalah bahwa keputusan penentuan tarif harus sesuai dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Perubahan berbagai tarif di berbagai pasar juga harus dipertimbangkan. Lebih jauh lagi, tarif spesifik yang

---

<sup>57</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* , ( Alfabeta: Bandung, 2013), h. 283

akan ditetapkan akan bergantung pada tipe pelanggan yang menjadi tujuan pasar jasa tersebut.<sup>58</sup>

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga seperti SPP, investasi bangunan, biaya laboratorium, dan lain-lain.<sup>59</sup>

Jadi yang dimaksud harga (*price*) dalam penelitian ini adalah biaya yang ditetapkan suatu sekolah dan harus dibayar oleh siswa. Tetapi untuk saat ini sekolah tingkat menengah pertama sudah dibebaskan dari biaya SPP disetiap bulannya karena adanya dana BOS ( Bantuan Operasional Sekolah ). Sehingga jika memang ada biaya maka biaya itu dipergunakan untuk membeli seragam, buku paket, LKS, buku lembar kerja, kegiatan-kegiatan sekolah yang tidak bisa di dani oleh BOS.

Mekipun sekolah memungut biaya atau tidak sama sekali, masyarakat tetap melihat kualitasnya. Jika memang kualitas proses dan keluarannya bagus, meskipun harus mengeluarkan biaya tambahan pun masyarakat tetap akan memilihnya., begitu juga sebaliknya jika sekolah gratis tetapi kualitas tidak bisa diandalkan masyarakat juga akan mempertimbangkannya kembali.

---

<sup>58</sup>Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strtegi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, ( Bandung :Alfabeta, 2008), h.157

<sup>59</sup>Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan,kaukaba*,( Yogyakarta, 2012), h.239

### c. *Place*(lokasi/tempat)

Letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting. Pada umumnya para pemimpin lembaga pendidikan sependapat bahwa lokasi letak lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum cukup berperan sebagai pertimbangan calon siswa untuk memasuki lembaga tersebut. demikian pula para siswa atau para konsumen menyatakan bahwa lokasi turut menentukan pilihan mereka, mereka menyenangi lokasi dikota dan mudah yang dicapai kendaraan umum, atau ada fasilitas alat transportasi dari lembaga atau bis umum yang disediakan oleh pemerintah daerah.<sup>60</sup>

Keamanan tempat atau lokasi yang dituju, daam hal ini perlu dipertimbangkan faktor-faktor seperti : akses (kemudahan mencapai lokasi), vasibilitas (lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya), lalu lintas, tempat parkir, ekspansi (ketersediaan lahan untuk memungkinkan perluasan usaha), persaingan (dengan memperhitungkan lokasi pesaing).<sup>61</sup>

Tempat ( *place*) yang dimaksud adalah lokasi sekolah yang strategis, aman , tidak membahayakan untuk anak sekolah tingkat menengah pertama, mudah diakses, tidak bising, dan yang terpenting siswa dan orang tua sama-sama merasakan kenyamanannya.

---

<sup>60</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Alfabet : Bandung, 2003), h. 116

<sup>61</sup>Yoyon Bahtiar Irianto & Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabet, 2009), h. 344

#### d. *Promotion*(promosi)

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Aktivitas tentang bagaimana memberitahu pelanggan tentang keberadaan produk/jasa. Yang harus dipertimbangkan adalah bentuk komunikasi, khususnya iklan(advertising), penjualan personal,( personal selling), promosi penjualan(sales promotion) dan publisitas (publicity).<sup>62</sup>

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka maka mereka tidak akan pernah membelinya.<sup>63</sup>

Promosi yang biasa dilakukan oleh sekolah biasanya dengan mengundang semua wali siswa dalam kegiatan pengambilan raport dan kegiatan akhir tahun, pemasangan spanduk, mengikuti dan memenangkan setiap perlombaan –perlombaan, promosi dari mulut kemulut, dan pendekatan-pendekatan dengan tokoh teladan.

---

<sup>62</sup>Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, ( Bandung : Alfabeta, 2011), Cet, 1. h.343

<sup>63</sup>Buchari Alma, *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*, ( Alfabeta : Bandung, 2008), h.162

**e. *People*( orang)**

People/ orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari people adalah pegawai, konsumen dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilannya mempengaruhi persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa.<sup>64</sup>

People atau sumber daya manusia disini menyangkut pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin dan civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah customer.<sup>65</sup>

Sumber daya manusia adalah semua orang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau lembaga yang terlibat dalam proses penyampaian produk atau jasa kepada konsumen. Sumber daya dikelompokkan menjadi tiga yaitu, administrator, guru dan karyawan. Ketiganya perlu memiliki kompetensi yang tinggi. Karena pada pelaksanaannya merekalah yang secara langsung menyampaikan jasa kepada para siswa dan orang tua siswa sehingga tingkat puas atau tidaknya tergantung dengan cara penyampaian jasa yang dilakukan oleh para sumber daya tersebut. Untuk itu pemilihan sumber daya manusia yang

---

<sup>64</sup>*Ibid*, h. 165

<sup>65</sup>Yoyon Bahtiar Irianto & Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 349

akan bekerja dalam suatu lembaga pendidikan harus dilakukan dengan secermat mungkin., karena merekalah yang akan menjadi ujung tombak dalam penyampaian jasa pendidikan kepada publik.<sup>66</sup>

**f. *Physical evidence*(bukti fisik)**

Menurut pendapat Zeithaml and Binter( 2000:20); *physical is the enviroment in which the service is delivered and where the firm and cus tomers interact, and any tangible components that facilitate performance or communication of the service.* Merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya.<sup>67</sup>

Menurut pendapat Kotler, *physical evidence* adalah sarana fisik dan lingkungan terjadinya penyampaian jasa ,antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan.<sup>68</sup>

Pada sebuah lembaga pendidikan tentu yang merupakan *Physical Evidence* adalah gedung atau bangunan dan segala sarana dan fasilitas yang terdapat didalamnya. Termasuk pula bentuk-bentuk interior dan ekterior dari gedung-gedung yang terdapat didalam lembaga tersebut.<sup>69</sup>

---

<sup>66</sup>*Ibid*, h. 166

<sup>67</sup>Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, ( Bandung : Alfabeta, 2011), Cet, 1.h.344-345

<sup>68</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 1, edisi 13*, ( Yogyakarta: Erlangga,2011), h. 53

<sup>69</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 118

#### **g. *Process*( proses)**

Konteks jasa pendidikan mengartikan proses adalah proses pendidikan yang meliputi segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk/lulusan (output) yang diinginkan.<sup>70</sup>

Seluruh aktivitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas,jadwal-jadwal, mekanisme-mekanisme, aktifitas-aktifitas, dan rutinitas-rutinitas dengan apa produk barang atau jasa disalurkan kepada pelanggan. Identifikasi manajemen proses sebagai aktifitas terpisah adalah prasyarat bagi perbaikan jasa. Pentingnya elemen proses ini khususnya dalam bisnis jasa yang tidak dapat disimpan.<sup>71</sup>

#### **6. *Citra (image)* Terhadap Lembaga**

Konsumen membeli sesuatu bukan hanya sekedar membutuhkan barang itu, tetapi ada sesuatu yang lain yang diharapkannya. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang berbentuk dalam dirinya. Oleh karena itu, penting sekali organisasi member informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang baik sebagai salah satu startegi pemasarannya.

---

<sup>70</sup>Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan,kaukaba*,( Yogyakarta, 2012), h.241

<sup>71</sup>Buchari Alma, *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*, ( Alfabeta : Bandung, 2008), h. 167



Citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada public mengenai perusahaan, suatu objek, orang atau mengenai lembaga.<sup>72</sup>Citra adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan, pemahaman seseorang tentang sesuatu.Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya, yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi.<sup>73</sup>



*Mirror image*, suatu lembaga pendidikan harus mampu melihat sendiri bagaimana image yang mereka tampilkan dalam melayani publiknya.Lembaga harus dapat mengevaluasi penampilan mereka apakah sudah maksimal dalam member layanan atau masih dapat ditingkatkan lagi.Ini disebut *mirror image*.

*Multiple image*, ada kalanya anggota masyarakat memiliki berbagai image terhadap perusahaan atau lembaga pendidikan misalnya sudah ada yang merasa puas, bagus, dan ada yang masih banyak kekurangan dan perlu diperbaiki. Ada yang merasa puas untuk sebagian layanan, dan tidak merasa puas dengan beberapa sector yang lain. Ini adalah *multiple image*.

*Current image*, yaitu bagaimana citra terhadap lembaga pendidikan pada umumnya.*Current image* perlu diketahui oleh seluruh karyawan

---

<sup>72</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*,(Bandung: Alfabeta: 2003), h.92

<sup>73</sup>Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*, ( Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003), cet. 3, h. 331

lembaga pendidikan sehingga dimana ada kemungkinan image umum ini dapat diperbaiki.<sup>74</sup>

Image akan diperhatikan public dari waktu ke waktu dan akhirnya akan membentuk suatu pandangan positif yang akan dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Dalam kesibukan kita sehari-hari jangan melupakan keadaan fisik, keterampilan, fasilitas, kantor, karyawan dan yang melayani publik harus selalu dalam garis dengan suatu tujuan memuaskan konsumen. Katakan pada mereka apa yang kita perbuat untuk menjaga agar mereka selalu puas, dan tanyakan lagi apa yang mereka inginkan agar dapat diperbaiki dimasa yang akan datang.

Citra merupakan realitas, oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, ketidakpuasan akan muncul dan akhirnya konsumen mempunyai persepsi yang buruk terhadap citra organisasi.<sup>75</sup>

Masalah image ini mungkin saja berbeda pada seseorang, karena apa yang dialaminya tidak sesuai dengan apa yang di alami oleh orang lain. Disinilah perlunya organisasi harus setiap saat member informasi tentang image positif yang diperlukan oleh public dan mampu menarik perhatiannya. Sehingga masyarakat dapat membuat keputusan untuk mendaftarkan putra-putri mereka masuk ke lembaga tersebut. Pemukuan image ini tidak hanya dalam waktu singkat, sebab public sifatnya sangat sensitive dan kritis. Biasanya image negative dapat terbentuk dalam waktu singkat, tetapi image positif terbentuk dalam jangka waktu lama.

---

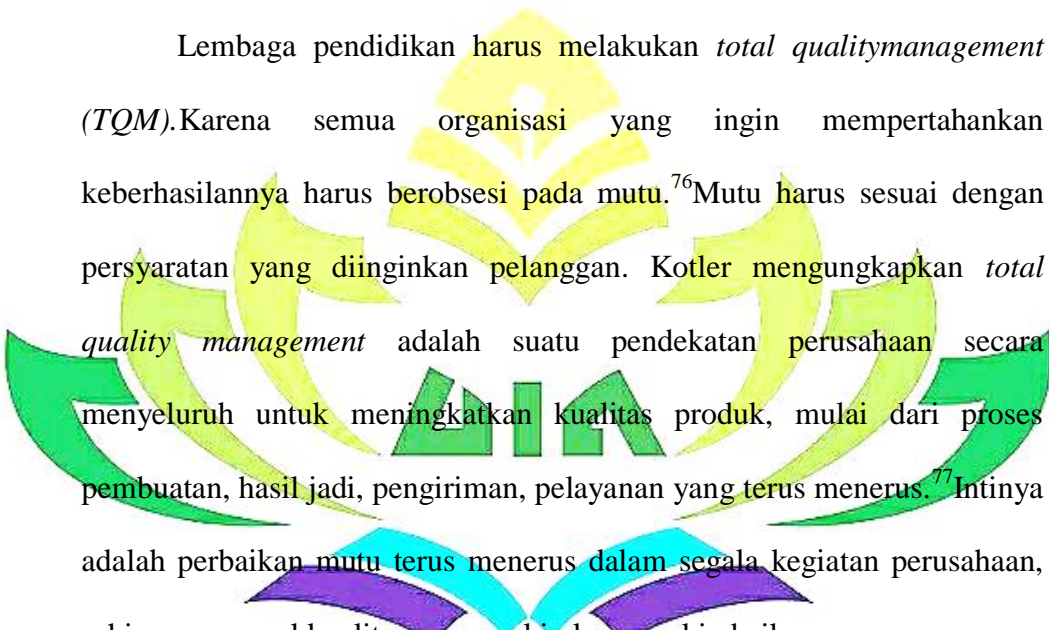
<sup>74</sup>*Op.cit.*, h. 92-93

<sup>75</sup>Sutisna, *op.cit.*, h. 334

Banyak komponen yang akhirnya dapat membentuk image antara lain : reputasi atau mutu akademik dari sebuah lembaga, penampilan sekolah, biaya, lokasi, jarak dari rumah tempat tinggal, kemungkinan karir masa depan, kegiatan social dari lembaga dan sebagainya.

## 7. Variabel yang Menimbulkan Citra

### a. Aspek mutu akademik



Lembaga pendidikan harus melakukan *total qualitymanagement* (TQM). Karena semua organisasi yang ingin mempertahankan keberhasilannya harus berobsesi pada mutu.<sup>76</sup> Mutu harus sesuai dengan persyaratan yang diinginkan pelanggan. Kotler mengungkapkan *total quality management* adalah suatu pendekatan perusahaan secara menyeluruh untuk meningkatkan kualitas produk, mulai dari proses pembuatan, hasil jadi, pengiriman, pelayanan yang terus menerus.<sup>77</sup> Intinya adalah perbaikan mutu terus menerus dalam segala kegiatan perusahaan, sehingga muncul kualitas yang makin lama makin baik.

Secara konseptual mutu akademik adalah muara dari mutu proses pendidikan manusia, alat, kurikulum, dan fasilitas yang tercermin dalam pada mutu mengajar guru, mutu bahan pelajaran dan mutu hasil belajar, sehingga akhirnya membentuk seperangkat kemampuan.

Mutu akademik dapat dilihat dari sudut kuantitatif dan sudut kualitatif. Dari sudut kuantitatif orang melihatnya dari sisi indeks prestasi hasil belajar, jumlah lulusan, banyaknya siswa diterima dilembaga

---

<sup>76</sup>Husaini Usman, *Manajemen (Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), h. 460

<sup>77</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta: 2003), h. 36

pendidikan lanjutan atau yang diterima bekerja pada instansi/perusahaan, banyak alumni yang menjadi pejabat dan sebagainya. Sedangkan mutu akademik secara kualitatif memiliki indicator sebagai berikut:

1. Kemampuan mengidentifikasi sesuatu secara jelas, ini merupakan karakteristik berpikir tamatan lembaganya.
2. Siswa memiliki kemampuan dalam eksplansi, yang diartikan mampu berargumentasi menerangkan apa yang ada di pikirannya dengan bahasa dan temiology yang tepat kepada orang lain.
3. Kemampuan memprediksi/meramal
4. Kemampuan mengawasi.<sup>78</sup>

b. Guru/dosen

Siswa mempunyai pandangan tentang guru yang baik adalah memiliki kompetensi keilmuan, penguasaan metode mengajar, pengendalian emosi dan disiplin. Guru harus memiliki kompetensi pedagogic, professional, kompetensi kepribadian, kompetensi sosial, dan segi mentalitas yang baik. jika kompetensi guru ini ditampilkan secara baik, guru akan menjadi idola bagi siswa, teman sejawatnya dan masyarakat.<sup>79</sup>

c. Perpustakaan

Perpustakaan adalah unsure penting dalam pengembangan ilmu dan pengembangan lembaga pendidikan. Maka hal yang perlu diperhatikan

---

<sup>78</sup>Ibid, h. 127

<sup>79</sup>Ibid, h. 110

antar lain: banyaknya buku dan judul buku yang ada dipergustakaan, adanya perhatian anggaran belanja yang dialokasikan untuk kebutuhan perpustakaan, luas perpustakaan dan sebagainya.

d. Teknologi pendidikan

Alat bantu berupa teknologi pendidikan sangat besar artinya bagi pengembangan ilmu, terutama dalam prose kegiatan mengajar. Hal ini dalam rangka mempertinggi pelayanan akademis untuk para siswa.

e. Biro konsultan

Biro konsultan ini bertugas memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam bentuk layanan konsultasi, penyuluhan dan bimbingan lainnya.

f. Kegiatan olahraga

Lembaga dapat mengadakan pertandingan-pertandingan olah raga dalam bentuk perlombaan maupun persahabatan, baik dilaksanakan didalam maupun diluar sekolah, sehingga dapat menarik perhatian yang baik dari masyarakat.

g. Kegiatan marching band dan tim kesenian

Kegiatan marching band dan kesenian yang ditampilkan oleh lembaga pendidikan pada suatu acara resmi seperti pada perayaan 17 Agustus dikota yang bersangkutan, hari ulang tahun lembaga, hari wisuda dan perayaan lainnya, akan memperoleh keuntungan promosi yang luar biasa. Apalagi jika dilakukan dalam perlombaan dan mendapatkan juara.

Lembaga pendidikan yang memiliki manajemen baik, akan mengarahkan perhatiannya lebih untuk membina kegiatan ini, karena ini membuka peluang untuk lebih dikenal oleh masyarakat dan pemerintah. Tetapi lembaga harus berhati-hati menjaga penampilan timnya agar tidak mengecewakan penonton, sebab akan membawa akibat negative terhadap lembaga, yang dianggap mencerminkan ketidak beresan manajemen intern. Oleh sebab itu dalam setiap penampilan harus betul-betul disiapkan secara professional.

h. Kegiatan keagamaan

Kegiatan ini bukan hanya ditandai oleh adanya bangunan fisik keagamaan, tetapi yang lebih penting adalah kegiatan rutinitas yang dilaksanakan didalamnya maupun dalam peringatan hari-hari besar dengan mengundang masyarakat sekitar dan kadang-kadang dipublikasikan di media massa. Para orang tua siswa dan masyarakat akan sangat terkesan dengan kegiatan seperti ini, karena kaum intelek atau calon intelek betul melaksanakan ajaran agama sehingga kelak ketika terjun kemasyarakat akan tetap membawa almamater baiknya dan juga akan membina masyarakat dari segi agama yang dianutnya.

i. Kunjungan orang tua kesekolah

Kegiatan semacam ini perlu dilembagakan, deprogram dengan baik, undangan berkunjung kesekolah diadakan secara teratur dan tertib, nika perlu para orang tua disuguhi acara –acara khusus. Pada acara berkunjung tersebut para orang tua siswa diberi kesempatan bertanya dan

melihat-lihat suasana sekolah, seperti ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, teknologi pendidikan, sarana olahraga dan sebagainya.

- j. Membantu kemudahan mendapat dan mengurus pekerjaan atau cara melanjutkan kejenjang yang lebih tinggi.

Salah satu hal yang membingungkan siswa setelah lulus ialah bagaimana mencari kerja atau meneruskan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Sekurang-kurangnya para siswa diberikan informasi tentang cara-cara dari hal tersebut. Fasilitas semacam ini sangat besar artinya bagi para siswa yang baru lulus, karena mereka memang belum mengetahui tentang hal ini.

- k. Penerbitan sekolah

Media seperti penerbitan sekolah, jurnal, bulletin, majalah ilmiah, humor, sketsa, dan lain-lain, disamping sebagai sarana belajar menulis bagi para siswa yang berbakat, ini juga dapat digunakan sebagai alat komunikasi atau hubungan dengan dunia luar sehingga akan terjalin kerja sama yang akrab.

- l. Alumni

Adanya persatuan alumni dari suatu lembaga pendidikan merupakan kebanggaan tersendiri bagi anggotanya. Dengan adanya organisasi tersebut mereka dapat saling tukar informasi dan menceritakan nostalgia masing-masing. Almamater yang selalu mengadakan kontak dengan persatuan alumninya akan banyak memperoleh keuntungan, karena

dapat saling mengadakan tukar informasi dan sebagai jalur peningkatan nama baik lembaga asalnya tersebut.

Organisasi alumni dapat melakukan kegiatan membantu dalam merekrut calon siswa, pengumpulan dana untuk membantu salah satu proyek alamaternya ataupun mengadakan kerja bakti sosial untuk masyarakat sekitar dengan membawa dan mangagungkan nama lembaga pendidikan asalnya tersebut. Dan masih banyak lagi kegiatan yang dapat dilakukan, misalnya mengadakan seminar, symposium, tukar pengalaman melalui forum diskusi, membuat majalah atau bulletin antar alumni, mengadakan publicity dan sebgainya. Organisasi alumni akan sangat merasa dihargai jika selalu ada perhatian atau kontak dari pemimpin lembaga dan sering kali diundang serta dimintai pandangan mereka dalam hal-hal tertentu.<sup>80</sup>

## **B. Kajian Pustaka**

Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa karya penelitian sebelumnya, peneliti telah menemukan tema yang relevan dengan tema yang peneliti angkat, yakni:

Pertama, penelitian Muhammad Ridlwan Ali tahun 2017 dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Nonformal Studi Kasus di Desa Bahasa Borobudur”. Pada penelitian ini berfokus pada (1) mengetahui taktik pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan Desa Bahasa Borobudur, (2) mengetahui perkembangan pemasaran Desa Bahasa Borobudur, dan (3) untuk

---

<sup>80</sup>Ibid, h. 377-382



mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melakukan pemasaran. Pada penelitian sama-sama tentang manajemen pemasaran tetapi terdapat perbedaan dari segi objek penelitian. Jika penelitian yang penulis lakukan dilembaga pendidikan formal sedangkan penelitian ini dilakukan di lembaga pendidikan nonformal.

Kedua, penelitian Lili Amalia tahun 2017 dengan judul "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMP Harapan Baru Bekasi". Pada penelitian ini salah satu upaya untuk melancarkan pemasaran jasa pendidikan dan meningkatkan loyalitas pelanggan yakni sekolah mampu merencanakan strategi yang tepat untuk meninjau pasar dan kebutuhan pelanggan jasa pendidikan. Strategi pemasaran merupakan rencana suatu organisasi yang dibuat untuk melakukan pemasaran dengan memperkenalkan organisasinya kepada publik. Dalam melakukan strategi pemasaran maka dibutuhkan adanya promosi, pelaksanaan promosi sangat berguna sebagai salah satu aktivitas untuk mengetahui apakah SMP Harapan Baru Bekasi sudah melakukan strategi promosi dengan baik. Pada penelitian ini memang mempunyai kesamaan objek penelitiannya namun dari segi permasalahan jelas berbeda. Jika penelitian ini fokus dalam strategi pemasarannya, penelitian yang peneliti lakukan lebih fokus dalam implementasinya.

### **BAB III**

#### **DEKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

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

##### **1. Sejarah Singkat Mts Negeri 2 Bandar Lampung**

Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung didirikan pada tahun 1979. Pada saat itu MTs Negeri 2 Bandar Lampung masih menumpang di gedung Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Tanjungkarang, Lampung. Dan pada tahun pelajaran 1985/1986 resmi pindah dan menempati gedung sendiri di atas tanah seluas 20.000 m<sup>2</sup> (2 hektar). Gedung MTs Negeri 2 Bandar Lampung tersebut beralamat di Jl. Pulau Pisang No. 20 Kelurahan Korpri Raya Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Sejak berdiri hingga sekarang, MTs Negeri 2 Bandar Lampung telah dipimpin oleh Kepala Madrasah selama beberapa kali. Secara berturut-turut berikut nama Kepala Madrasah dan masa tugasnya:

**Tabel 3.1**  
**Daftar Nama dan Periode Masa Jabatan Kepala Madrasah di MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

No	Nama Kepala Madrasah	Masa Jabatan
1	Khusairi M, BA	1978 – 1984
2	Sumardi Alwi, BA	1984 – 1989
3	Madin, BA	1989 – 1995
4	Drs. M. Nadjmi	1995 – 2001
5	Drs. Sartio	2001 – 2003

6	Drs. Jamsari	2003 – 2005
7	Drs. H.Ridwan Hawari, MM	2005 – 2015
8	H. Nurhadi, S.Ag, M.Pd.I	2015 – 2017
9	Tarmadi,S.Pd.M.Pd	2017 – Sekarang

*Sumber: Dokumentasi Tata Usaha MTs N 2 Bandar Lampung  
TP.2018/2019*

## **2. Visi dan Misi MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

Pendidikan merupakan usaha utama dan mulia untuk transformasi ilmu pengetahuan bagi generasi muda penerus cita-cita bangsa Indonesia. Agar usaha transformasi tersebut berjalan dengan baik perlu disiapkan tenaga pendidik yang berkualitas sesuai dengan falsafah bangsa Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Untuk mencapai hal tersebut Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung bergerak dalam pengelolaan pendidikan dan dakwah yang memiliki Visi, Misi, Tujuan dan strategi yang sama dengan cita-cita tersebut di atas. Adapun Visi, Misi, Tujuan dan Strategi yang dicanangkan MTs Negeri 2 Bandar Lampung adalah:

### a. Visi

Menjadi Madrasah Unggul yang Islami dan Berkualitas.

### b. Misi

- 1) Membangun Madrasah yang Memiliki Kompetensi Unggul dan Akhlaqul Karimah.
- 2) Membina dan Mengembangkn Potensi Akademik dan Non Akademik Siswa.

3) Membangun Kepercayaan dan Kemitraan dengan Masyarakat.

c. Tujuan

- 1) Menyiapkan lulusan yang Sholeh dan cerdas serta memiliki optimisme menatap masa depan.
- 2) Meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam berbahasa Arab dan Inggris secara aktif.
- 3) Meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam menyelesaikan berbagai soal Matematika.
- 4) Meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam menghafal Al-Qur'an (tahfizul Qur'an) terutama Juz 30.
- 5) Menghasilkann peserta didik yang memiliki akhlaqul karimah.
- 6) Memberikan Dasar-Dasar Keterampilan kemandirian dan kepemimpinan.

d. Strategi

- 1) Membangun profesionalisme dengan pendidikan dan pelatihan.
- 2) Memberdayakan setiap potensi dengan spirit ibadah.
- 3) Menerapkan pola managemen yang transparan dan akun tabel dengan sentuhan budaya dan agama.
- 4) Melejitkan setiap potensi dengan kreativitas dan inovasi.
- 5) Menciptakan suasana kerja yang nyaman dan nikmat dengan ruh ukhuwwah.

### 3. Struktur Organisasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung

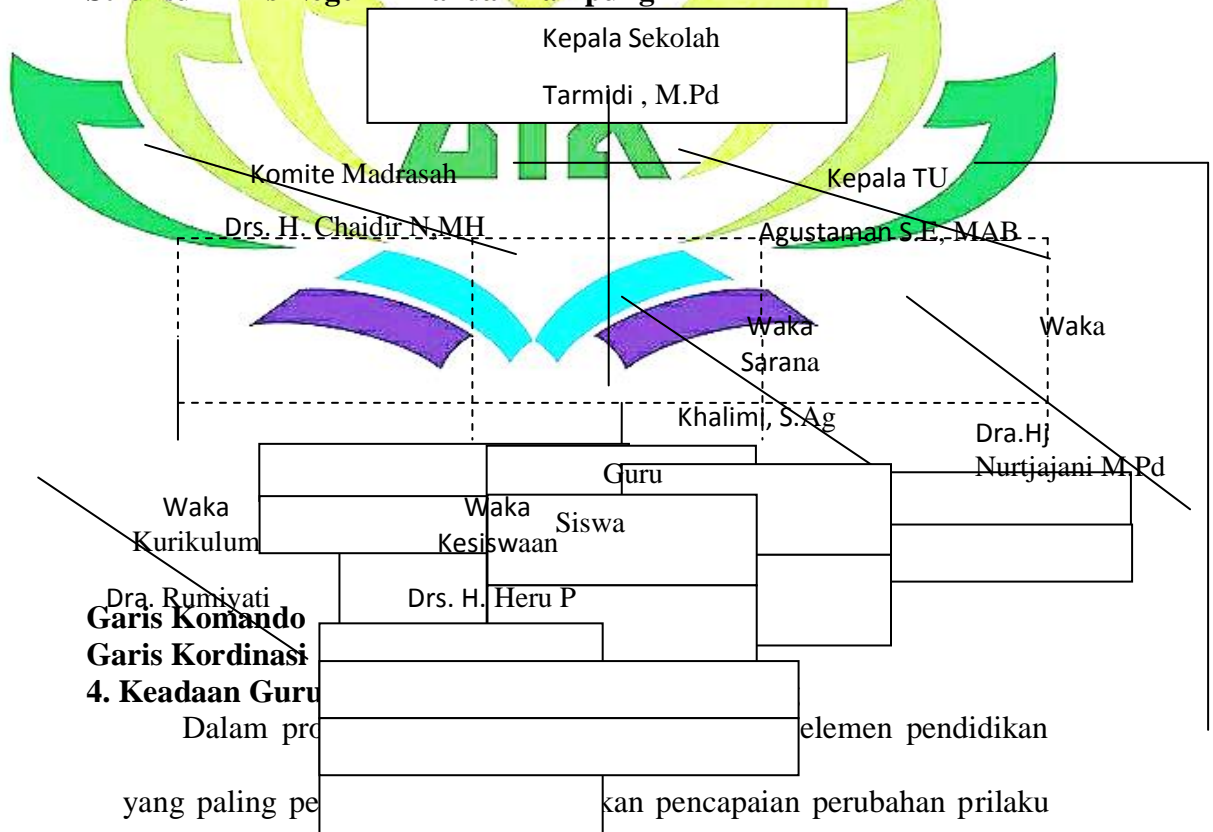
Susunan Sstruktur organisasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung periode 2017-

sekarang antara lain, sebagai berikut:

- a. Kepala Madrasah : Tarmadi, M.Pd
  - b. Wakil Kepala Madrasah
    - 1) Waka Kurikulum : Dra. Rumiati
    - 2) Waka Kesiswaan : Drs. Heru Pranoto
    - 3) Waka Sarana : Khalimi, S. Ag
    - 4) Waka Humas : Dra. Hj. Nurtjajani TP, M.Pd,i
  - c. Kepala TU : Agustaman Hamdan. S.E., MAB
  - d. Komite Madrasah : Drs. H. Chaidir Nasution. MH
- Masing-masing pengurus bekerja sesuai dengan kewenangan atau tugas

yang dimiliki.

#### Struktur MTs Negeri 2 Bandar Lampung



#### 4. Keadaan Guru

Dalam pro... elemen pendidikan yang paling pe... kan pencapaian perubahan prilaku siswa. Dengan demikian, guru hendaknya dapat berkomitmen terhadap tugas dan tanggung jawabnya sebagai pendidik. .

Berdasarkan dokumen data guru Saat ini MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki 89 guru, dengan jenjang tingkat S1 sebanyak 60 dan S2 sebanyak 29. Berikut nama-nama guru di MTs Negeri 2 Bandar Lampung:

**Tabel 3.2**  
**Data Keadaan Guru di MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

No	Nama Guru	Pendidikan	Status	Mata Pelajaran
1	Tarmadi, M.Pd	UNILA	PNS	Bhs. Inggris
2	H. Lukman Hakim, S.Pd, MM	UNILA/UBL	PNS	IPA FISIKA
3	Drs. H. Heru Pranoto	OLAH RAGA IKIP	PNS	PENJASKES
4	Dra. Rumiwati	TARBIYAH IAIN	PNS	AQIDAH AKHLAQ
5	Dra. Hj. Nurtjajani TP, M.Pd.I	TARBIYAH IAIN	PNS	FIQIH
6	Tina Marlinda, S.Ag, M.Pd. I	TARBIYAH IAIN	PNS	BAHASA ARAB
7	Hj. Hasnawati, S.Pd.I	TARBIYAH IAIN	PNS	PAI
8	Hj. Rodhiyatun, S.Pd.I	TARBIYAH IAIN	PNS	BAHASA ARAB
9	Drs. H. Sueb	TARBIYAH IAIN	PNS	AQIDAH AKHLAK
10	Dra. Reny Pujilestari	TARBIYAH IAIN	PNS	IPA BIOLOGI
11	Drs. H. Istumudi	TARBIYAH IAIN	PNS	SKI

12	Dra. Hj. Pinariam	TARBIYAH IAIN	PNS	QUR'AN HADITS
13	Rahmawati, S.Ag, MM.Pd	IAIN/ USBRJ	PNS	AQIDAH AKHLAK
14	Dra. Yuniarti	UT. SISWA	PNS	KERTAKES
15	Hj. Asmaningsih, S.Ag,M.Pd.I	TARBIYAH IAIN	PNS	KERTAKES
16	Hj.Rubiyatun S,Pd	IPS STKIP	PNS	IPS SEJ. NASIONAL
17	Tri Widyawati, S.Pd	STKIP	PNS	BAHASA INDONESIA
18	Yusmarni, S.Pd	STKIP	PNS	BAHASA INGGRIS
19	Dra. Hj. Sumarni	IPS IAIN	PNS	IPS SEJ. NASIONAL
20	Siti Maesaroh, S.Ag	TARBIYAH IAIN	PNS	BAHASA ARAB
21	Erni Hermala, S.Pd	IPS UNILA	PNS	IPS SEJ. NASIONAL
22	Dra. Hj. Yusriah	TARBIYAH IAIN	PNS	BAHASA INGGRIS
23	Dewi Choiriyah, S.Pd	IPS UNILA	PNS	IPS SEJ. NASIONAL
24	Yuli Ismayawati, S.Pd	UN. MUH	PNS	MATEMATIKA
25	Yenni Widiawati,M.Pd,M M.Pd	STKIP	PNS	BAHASA INDONESIA
26	Drs. Uyung Helmansyah	FKIP UNILA	PNS	BIOLOGI

27	Rini Sukismi, S.Pd, MM	USBRJ	PNS	BP/BK
28	Isnaini Ramadhona, MM	USBRJ	PNS	BHS INNGRIS
29	Rumaini, S.Ag PAI	PAI STIT	PNS	SKI
30	Ambarwati, M.Sc	UNILA	PNS	BIOLOGI
31	Ridha Wuryani, S.Pd, MM.Pd	USBRJ	PNS	MATEMATI KA
32	Siti Sunarsih, S.Pd	UNILA	PNS	BIOLOGI
33	Siti Insiyah, M.Pd	UNILA	PNS	MATEMATI KA
34	Dra. Sisom	UNILA	PNS	PPKN
35	Hergani, S.Pd	UNILA	PNS	MATEMATI KA
36	Setiawan, S.Pd.I	UML	PNS	MATEMATI KA
37	Eka Yusneri, S.Pd.I	UML	PNS	BAHASA LAMPUNG
38	Sunarto, M.Ed	AUSTRALIA	PNS	BAHASA INGGRIS
39	Erita Fifawati, S.Pd.I	TARBIYAH IAIN	PNS	BAHASA INDONESIA
40	Evi Linawati S.Ag,M.Pd	USBRJ	PNS	AQIDAH AKHLAK
41	Hj. Asnah Yusfit, S.Pd	STKIP	PNS	MATEMATI KA



42	Kasumawati, S.Pd	UNILA	PNS	IPA
43	Juanda, S.Pd, M.Pd.I	UM PALEMBANG	PNS	IPS
44	Yenni S.Pd	UNILA	PNS	BAHASA INDONESIA
45	Sari Kaldi, S.Ag	IAIN	PNS	AQIDAH AKHLAK
46	Drs. Agus Harwanto	IPA FISIKA USM	PNS	FISIKA
47	Dra.H.Sumarni	IPS STKIP	PNS	IPS SEJARAH
48	H.Mahmud, S.Pd.I,M.Pd	IAIN	PNS	PAI
49	Hajir Maimuri Karim,S.Pd	UNILA	PNS	PPKN
50	Nurwaton, S.Pd	STKIP	PNS	BP
51	Nihayaturrahmah, S.Pd	UNJ	PNS	BAHASA INDONESIA
52	Erlinayani, S.Pd	UNILA	PNS	BHS. INDONESIA
53	Khalimi, S.Ag	TARBIYAH IAIN	PNS	BHS. ARAB
54	Yuzi Fahrizal, S.Ag, M.Pd.I	TARBIYAH IAIN	PNS	BPI/ BHS ARAB
55	Tri Noviana, S.Pd.I	IAIN	PNS	PAI

56	Ferawati, S.Pd	STKIP	PNS	BP
57	Yenni Mariska, S..Pd	UNILA	PNS	PKN
58	Nusirwan, S.Ag	TARBIYAH IAIN	PNS	OLAHRAGA
59	Prapti Winarti, S.Ag	TARBIYAH IAIN	PNS	IPS GEOGRAFI
60	Yulianti, S.Pd	STKIP	PNS	BAHASA INDONESIA
61	Aminah, S.Ag	IAIN	PNS	PAI
62	Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I	IAIN	PNS	BHS ARAB
63	Cecilia, S.Pd	STKIP	PNS	B. LAMPUNG
64	Desnilawati, S.Si	UNILA	PNS	MATEMATI KA
65	Siska Maylanasari, S.Pd	UNILA	PNS	BP
66	Refiana, S.Pd.I	IAIN	PNS	PAI
67	Eva Suryani, S.Pd	STKIP	PNS	BHS INGGRIS
68	Eva Syamaria, S.Pd	STKIP	PNS	BHS INDONESIA
69	Nur Hayati, S.Pd.I	STAIN METRO	PNS	SKI
70	Pirnowati, S.Pd.I	IAIN	PNS	PKN

71	Rahmawati Sa'adah, S.Pd	STKIP	PNS	B. LAMPUNG
72	Siti Rahmawati, S.Pd.I	STAIN	PNS	PAI
73	Nur Izzati, S.Pd.I	TARBIYAH IAIN	GTT	IPS GEOGRAFI
74	Miftah Hudi, S.Pd	STO METRO	GTT	PENJAS & TINKOM
75	Nelliwati, S.Pd, I	TARBIYAH IAIN	GTT	BPI/ TAHSIN
76	Kasnidar, S.Pd.I	TARBIYAH IAIN	GTT	BPI/TAHSIN
77	Khairunnufus, S.Ag	TARBIYAH IAIN	GTT	BPI/TAHSIN
78	Hj.Balqis Prihartina,S.Pd.I	TARBIYAH IAIN	GTT	BHS ARAB
79	Doni Sastrawan, S.Pd.I	STIT DARUL FATAH	GTT	TAHFIDZ
80	Rika Lusia, S. Pd. I	IAIN	GTT	PAI
81	Arsita Rini, S.S	TEKNOKRA T	GTT	BHS INGGRIS
82	Rotnawati, S.Ag	IAIN	GTT	PAI
83	Wahyu Widodo, S.Pd	UNILA	GTT	MATEMATI KA
84	Suhirno, S.Pd. I	STIT DARUL FATAH	GTT	TAHFIZH
85	Ahmad Ali, S.Pd. I	IAIN	GTT	BPI/

				TAHFIZH
86	Vita Nurul Hidayati	STIT DARUL FATAH	GTT	TAHFIZH
87	Daris Budiana	STIT DARUL FATAH	GTT	TAHFIZH
88	Ahmad Rohman,S.Pd.I	IAIN	GTT	BPI/TAHFIZH
89	Tri Arum Wulandari, S.Pd	UNILA	GTT	SENI BUDAYA
90	Dian Apriyanti, S.Pd	STKIP	GTT	IPS- Seni Budaya
91	Devi Sela Eka Selvia, M.Pd. I	Tarbiyah IAIN	GTT	Keterampilan/ Tahfizh
92	Rahmita Sari S.Pd	B. Indonesia STKIP	GTT	Seni Budaya

Sumber : Dokumen Administrasi Pendidikan MTs N 2 Bandar Lampung TP 2018/2019

### 5. Data Keadaan Siswa di MTs Negeri 2 Bandar Lampung

Berdasarkan data siswa pertahun di MTs Negeri 2 Bandar Lampung terus meningkat dari tiap tahun ajaran baru. Tahun 2017/2018 MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki jumlah siswa keseluruhan sebanyak 1258 dengan jumlah rombel 34.

**Tabel 3.3**  
**Data Peserta Didik MTs Negeri 2 Bandar Lampung Pertahun**

No	Tahun	Jenis Kelamin	Jumlah	Jumlah Total	Jumlah Rombel
1	2004/2005	Laki-Laki	439	897	23
		Perempuan	458		
		Laki-Laki	439		

2	2005/2006	Perempuan	449	888	23
3	2006/2007	Laki-Laki	424	871	22
		Perempuan	447		
4	2007/2008	Laki-Laki	448	961	24
		Perempuan	513		
5	2008/2009	Laki-Laki	447	960	24
		Perempuan	513		
6	2009/2010	Laki-Laki	472	1.038	26
		Perempuan	566		
7	2010/2011	Laki-Laki	436	993	25
		Perempuan	557		
8	2011/2012	Laki-Laki	544	1.107	28
		Perempuan	563		
9	2012/2013	Laki-Laki	548	1.257	32
		Perempuan	709		
10	2013/2014	Laki-Laki	569	1.310	33
		Perempuan	741		
11	2014/2015	Laki-Laki	598	1.333	33
		Perempuan	735		
12	2015/2016	Laki-Laki	560	1.185	32
		Perempuan	638		
13	2016/2017	Laki-Laki	582	1.250	34
		Perempuan	668		
14	2017/2018	Laki-Laki	578	1.314	34
		Perempuan	736		
15	2018/2019	Laki-Laki	518	1.258	34
		Perempuan	700		

*Sumber Dokumen Tata Usaha di MTs N 2 Bandar Lampung*

## **6. Keadaan Sarana dan Prasarana di MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

Sarana dan prasarana yang dimiliki MTs Negeri 2 Bandar Lampung cukup baik, lengkap dan memadai. MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki ruang kelas yang mampu menampung jumlah siswa-siswi dalam satu kelasnya dengan kondisi yang baik. Terdapat pula fasilitas yang kondisinya baik/ rusak ringan antara lain wc.

**Tab 3.4**  
**Data Keadaan Ruangan MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

NO	NAMA RUANGAN	JUMLAH	LUAS	KET. KONDISI
1	Ruang Kepala Madrasah	1	63 M <sup>2</sup>	Baik
2	Ruang Kepala Tu	1	62 M <sup>2</sup>	Baik
3	Ruang Kelas	34	1456 M <sup>2</sup>	Baik
4	Ruang TU	3	96 M <sup>2</sup>	Baik
5	Ruang Guru	2	260 M <sup>2</sup>	Baik
6	Lab IPA	1	96 M <sup>2</sup>	Baik
7	Lab Bahasa/Pengembang Kurikulum	1	96 M <sup>2</sup>	Baik
8	Lab Komputer	1	200 M <sup>2</sup>	Baik
9	Ruang Keterampilan/Kesenian	1	64 M <sup>2</sup>	Baik
10	Ruang UKS	1	35 M <sup>2</sup>	Baik
11	Masjid	1	576 M <sup>2</sup>	Baik

12	Ruang Perpustakaan	1	70 M <sup>2</sup>	Baik
13	Ruang Koperasi	1	46 M <sup>2</sup>	Baik
14	Aula	1	200 M <sup>2</sup>	Rusak Ringan
15	Ruang PTD	1	168 M <sup>2</sup>	Baik
16	Ruang Audio Visual	1	56 M <sup>2</sup>	Baik

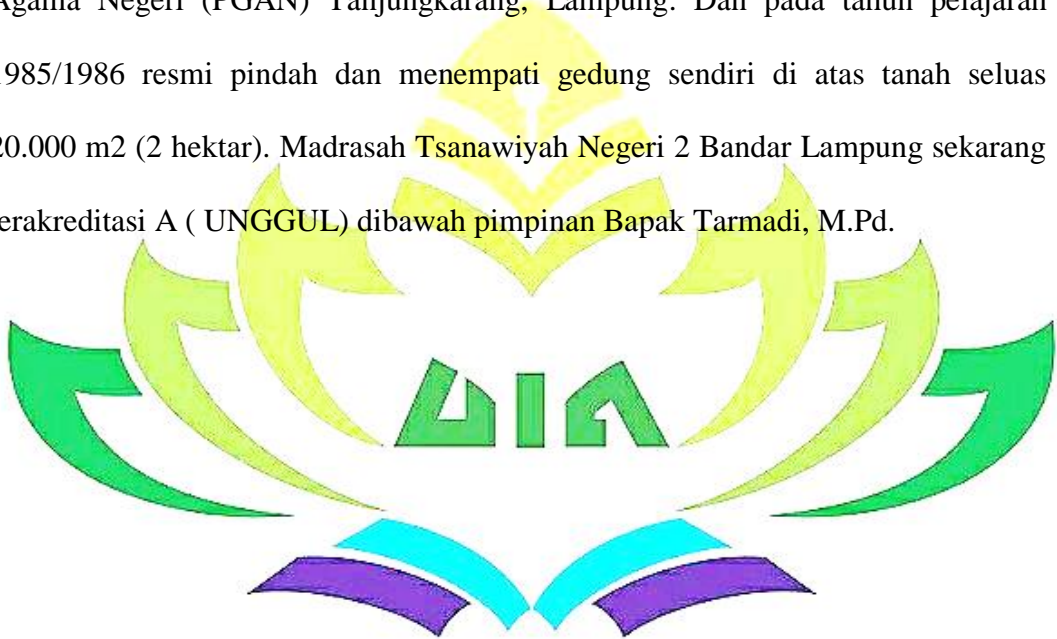
**Tabel 3.5**  
**Data Keadaan Fasilitas Pendukung MTs N 2 Bandar Lampung**

No	Nama Ruangan	Jumlah	Luas	Ket. Kondisi
1	WC Kepala sekolah	1	6 m <sup>2</sup>	Baik
2	WC Guru/TU	3	18 m <sup>2</sup>	Baik/ rusak
3	WC Siswa	30	126 m <sup>2</sup>	Baik/ rusak ringan
4	Lapangan Voli	2	150 m <sup>2</sup>	Baik
5	Lapangan Futsal	1	150 m <sup>2</sup>	Baik
6	Lapangan Tenis Meja	2	Meja	Baik
7	Lapangan Upacara/ Lapangan Sepak Bola	1	5000 m <sup>2</sup>	Baik
8	Lapangan Lompat Jauh	1	50 m <sup>2</sup>	Baik

Sumber : Dokumen Tata Usaha MTs N 2 Bandar Lampung TP 2018/2019

## **B. Deskripsi Objek Penelitian**

MadrasahTsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung merupakan salah satu Madrasah yang ada di Sukarame tepatnya di Jl. Pulau Pisang No. 22, Harapan Jaya, Kec. Sukarame,Kota Bandar Lampung, provinsi Lampung. Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung didirikan pada tahun 1979. Pada saat itu MTs Negeri 2 Bandar Lampung masih menumpang di gedung Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) Tanjungkarang, Lampung. Dan pada tahun pelajaran 1985/1986 resmi pindah dan menempati gedung sendiri di atas tanah seluas 20.000 m<sup>2</sup> (2 hektar). Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung sekarang terakreditasi A ( UNGGUL) dibawah pimpinan Bapak Tarmadi, M.Pd.





## BAB IV ANALISIS PENELITIAN

### A. Temuan Penelitian

#### 1. Bauran pemasaran ( marketing mix) jasa pendidikan di MTs Negeri 2

##### Bandar Lampung

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar segmentasi, *targeting*, dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Menurut Zeithaml and Bitner bauran pemasaran jasa pendidikan adalah elemen-elemen organisasi pendidikan yang dapat dikontrol oleh organisasi dalam melakukan komunikasi dengan peserta didik dan akan dipakai untuk memuaskan peserta didik.<sup>81</sup>

Bauran pemasaran ini penulis gunakan sebagai alat untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan, bauran pemasaran ini meliputi :

##### a. *Product* ( Produk Jasa)

Produk dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan yang berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan.

Produk dalam pendidikan yang dimaksud disini adalah kurikulum yang dimiliki oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung, baik kurikulum inti, kurikulum pendamping, dan kurikulum tambahan.

---

<sup>81</sup>Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, ( Bandung :Alfabeta, 2008), h. 154

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa MTs Negeri 2 Bandar Lampung menawarkan produk jasa yang berupa siswa yang dapat berkembang bakatnya, lulusan yang cerdas serta mengamalkan ajaran agama islam. MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki 3 pilihan program kelas yaitu kelas unggul, kelas khusus dan kelas reguler. Kelas unggul adalah kelas yang memiliki keunggulan pada empat mata pelajaran , yaitu Bahasa Inggris, Bahasa Arab, Matematika, dan Tahfizz Qur'an. Dan untuk kelas khusus adalah kelas yang memiliki keunggulan-keunggulan untuk mata pelajaran tertentu. Kelas khusus dibagi kedalam 3 kelas unggul, yaitu: Kelas Khusus A, kelas yang memiliki keunggulan pada 2 mata pelajaran , yaitu Bahasa Inggris, dan Tahfizz Qur'an. Kelas Khusus B, kelas yang memiliki keunggulan pada 2 mata pelajaran ,yaitu Matematika dan Tahfizz Qur'an. Kelas Khusus C, kelas yang memiliki keunggulan pada 2 mata pelajaran ,yaitu Ilmu Pengetahuan Alam ( IPA) dan Tahfizz Qur'an.<sup>82</sup>

Selain itu MTs Negeri 2 Bandar Lampung menawarkan kegiatan pengembangan diri diluar mata pelajaran sekolah. Kegiatan pengembangan diri bertujuan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, bakat dan minat setiap peserta didik sesuai dengan kondisi madrasah. Kegiatan –kegiatan tersebut seperti pramuka, OSIS, UKS, PMR, PASKIBRA,drum band, kesenian, mawalan khasida, nasyid,

---

<sup>82</sup>Observasi Penelitian , Tanggal 17 Mei 2019

kaligrafi, teater, rohis, dan olahraga. Adapun kegiatan pengembangan diri khusus untuk kelas unggul seperti MOS, talkshow( bahasa inggris, bahasa arab), malam bina iman dan takwa( MABIT), rihlah, kelompok binaan( halaqo tarbawiyah), muhadhoroh, dan tutor sebaya.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala madrasah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“ Untuk masalah produk disekolah ini, sekolah menawarkan kepada masyarakat tentang program sekolah yaitu adanya kelas unggul, kelas khusus, dan kelas reguler . yang membedakan anatara kelas unggul , kelas khusus dan reguler adalah intesitas waktu belajar dan program pengembangan keterampilan dan keunggulan-keunggulan masing-masing”<sup>83</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

“pertama kita ingin menawarkan bahwa MTs Negeri 2 Bandar Lampung itu memiliki kelas tiga level yaitu kelas unggul, kelas khusus, dan kelas reguler. Dengan ketiga level itu kita ingin memasarkan kepada masyarakat bahwasanya masyarakat bebas memilih level mana yang diinginkan.”<sup>84</sup>

Kemudian hal tersebut juga dijelaskan oleh waka kurikulum “kalau disekolah ini mb, sekolah menawarkan kepada masyarakat adananya 3 program unggulan disekolah ini yaitu, yang pertama adanya kelas reguler, lalu kelas khusus, dan kelas unggul. nah dalam masing-masing kelas tersebut ada mata pelajaran yang diunggulkan”<sup>85</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan data diatas dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung untuk menarik minat masyarakat yaitu adanya tiga program sekolah yaitu kelas unggul, kelas khusus, dan kelas reguler dan ketiganya memiliki keunggulan-keunggulan masing-masing.

#### b. Price ( Harga).

---

<sup>83</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>84</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019

<sup>85</sup>Dra Rumiyati, wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

Berdasarkan hasil observasi yang diketahui, MTs Negeri 2 Bandar Lampung tidak menetapkan biaya pendidikan (gratis), yaitu membebaskan biaya SPP untuk kelas reguler. Tetapi ada beberapa hal yang harus digotong oleh para wali murid seperti seragam, buku paket, lks, serta biaya kegiatan-kegiatan sekolah seperti ekstrakurikuler. Adapun biaya yang dikenakan untuk peserta didik terkhusus kelas unggul dan khusus tiap bulannya. Harganya pun bervariasi atas dasar kemampuan/ kesediaan orang tua/wali murid, yaitu Rp. 200.000 untuk kelas unggul dan Rp. 120.000 untuk kelas khusus.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala madrasah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“ Harga, untuk kelas yang reguler itu kita tidak memungut biaya apa pun, jadi gratis kecuali biaya seragam, terys LKS dan kalau ada kegiatan – kegiatan yang membutuhkan biaya lebih ya dana di bantu sama orang tua murid. Tapi untuk kaitannya dengan SPP gratis. Tapi kalau untuk program unggul dan khusus itu ada biaya yang benar-benar digotong oleh wali murid setiap bulannya untuk pembayaran honorium, guru sesuai dengan kompetensinya, pembayaran honorium Master Teacher, Native Speaker, serta pembayaran kegiatan ekstrakurikler. Karena di kelas unggul dan khusus ini banyak kegiatan-kegiatan unggul. Dan yang terpenting bahwa responibilitas penggunaan dana senantiasa dilaporkan kepada orang tua/ wali murid. jadi harga di MTs Negeri 2 ini bisa berubah setiap tahunnya.”<sup>86</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

“ untuk masalah harga MTs Negeri 2 ini kalau untuk SPP gratis, tetapi terkhusus untuk kelas unggul dan khusus ada biaya yang digotong oleh wali murid setiap bulannya sekitar Rp.200.000. karena kan kalau kelas unggul dan khusus ini ada program-program kelas unggul yang tidak dimiliki kelas reguler” .<sup>87</sup>

Kemudian hasil wawancara dengan waka kurikulum yaitu:

---

<sup>86</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>87</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019

“ sekolah mematokan harga untuk program kelas unggul dan khusus yang harga tersebut sesuai dengan kemampuan orang tua murid, kalau untuk kelas unggul itu perbulan Rp. 200.000 dan untuk kelas khusus Rp. 120.000. Dan untuk murid baru seperti seragam biaya ditanggung orang tua murid an sekolah hanya menyediakan. Ya kalau ditanya harga akan berubah atau tidak ya pati berubah sesuai kebutuhan setiap tahunnya” .<sup>88</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa di MTs Negeri 2 Bandar Lampung mentapkan harga untuk program kelas unggul Rp. 200.000/bulan , kelas khusus Rp. 120.000/bulan dan membebaskan biaya gratis untuk kelas reguler. Namun ada beberapa hal yang harus digotong oleh para wali murid seperti seragam, buku lks, serta biaya kegiatan-kegiatan sekolah seperti kegiatan ekstrakurikuler.

### c. *Place ( Tempat)*

Keamanan tempat atau lokasi yang dituju, daam hal ini perlu dipertimbangkan faktor-faktor seperti : akses (kemudahan mencapai lokasi), visibilitas (lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya), lalu lintas, tempat parkir, ekspansi (ketersediaan lahan untuk memungkinkan perluasan usaha), persaingan (dengan memperhitungkan lokasi pesaing).<sup>89</sup>

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa letak/lokasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung di Jl. Pulau Pisang No 20, Harapan Jaya, Sukarame, Bandar Lampung. Jalan akses menuju sekolah mudah bisa dilewati kendaraan umum maupun pribadi dan keadaan lingkungan sangat aman karena berada didekat perumahan penduduk serta banyak

---

<sup>88</sup>Dra Rumiati, wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>89</sup>Yoyon Bahtiar Irianto & Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 344

kos-kosan. MTs Negeri 2 Bandar Lampung mempunyai halaman yang luas dan sejuk karena banyak pepohonan yang tumbuh dan dirawat. Keamanan pun menjadi perhatian pihak sekolah, oleh karenanya saat proses belajar mengajar berlangsung gerbang depan sekolah selalu dijaga oleh petugas keamanan. Untuk segi persaingan MTs Negeri 2 Bandar Lampung bisa memperluas sasaran pasar karena adanya sekolah lagi masih jauh jadi hal tersebut menjadi peluang bagus untuk MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala madrasah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“sekolah ini saya nilai strategis, sekolah itu bagus karena bukan ditengah kota dikarekan ditengah kota itu bising. Siswa juga tidak terganggu saat proses belajar mengajar berlangsung, lagi pula kalau disini kan udaranya segar, orang masuk sini pasti merasa sejuk dan nyaman”.<sup>90</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

“untuk tempat menurut saya strategis. halamannya luas, sejuk dan untuk akses kesini juga menurut saya sangat mudah. Naik motor bisa, mobil bisa, angkot bisa. Lokasinya juga aman dan nyaman”.<sup>91</sup>

Kemudian hal tersebut juga dijelaskan oleh waka kurikulum “tempat disini mudah di akses, jalan menuju sekolah juga bagus, kalau orang yang belum tau juga bisa pakai maps juga bakal ketemu lokasinya disini juga banyak fasilitas gojek yang stand by. Menurut saya ya lokasi disini sangat strategis ya. Lokasinya juga dipinggir jalan, halamannya luas ,sejuk, keamanan disini juga Alhamdulillah sejauh ini tidak ada yg di khawatirkan”.<sup>92</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan data diatas dapat disimpulkan bahwa tempat/lokasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung strategis, jalan

---

<sup>90</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>91</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019

<sup>92</sup>Dra Rumiati, wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

menuju sekolah mudah di akses oleh transportasi umum maupun pribadi serta keamanan menuju lokasi dan lingkungan sekolah sangat sejuk, aman dan nyaman.

**d. *Promotion ( Promosi )***

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung secara sederhana dengan konsisten terhadap programnya. Dan menciptakan citra baik dimata masyarakat dengan menghasilkan lulusan yang cerdas dan sholeh serta memiliki optimisme menatap masa depan. Selain itu sekolah melakukan promosi dengan menjuarai setiap perlombaan-perlombaan yang diselenggarakan dengan itu masyarakat akan melihat prestasi dari sekolah. Selain itu juga sekolah melakukan promosi melalui media massa seperti *web site* sekolah dan facebook yang dilakukan sepanjang tahun dan informasi yang disampaikan berisi proses pembelajaran, publikasi kejuaraan, dan kegiatan sekolah lainnya. Sekolah juga membagikan brosur ke SD-SD dan tempat usaha orang tua siswa. Kegiatan promosi yang dilakukan melalui koran adalah peliputan kegiatan sekolah dan pencantuman nama sekolah bagi guru yang

menulis artikel, serta promosi secara tidak langsung yang dilakukan masyarakat dari mulut kemulut.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala sekolah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“Sekarang ini kita tidak segenyar seperti dulu dalam promosi untuk kontek mencari murid, dengan kata lain sekolah justru membatasi . sekarang ini kita sifatnya memberikan pertanggung jawaban sosial bahwa inilah yang sudah kita lakukan diantara yang sudah kita lakukan yaitu menyampaikan informasi-informasi di dalam web sekolah, media sosial, tribun, radar, dan lain-lain untuk memberi tahu keberhasilan-keberhasilan yang kita dapatkan . hal itu wujud tanggung jawab kita bahwa kita sudah bekerja melakukan upaya untuk memajukan sekolah ini dan hasilnya seperti ini . Allhamdulillah.”<sup>93</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

“ dengan memberikan pelayanan-pelayanan terbaik dalam proses pembelajaran di madrasah, otomatis dari situ anak-anak akan bercerita kepada masyarakat sendiri bahwa MTs Negeri 2 itu asik, MTs Negeri 2 itu nyaman, nah dari proses pelayanan itulah akan mempromosikan sendiri kepada masyarakat. Lalu yang kedua, kita senantiasa memberikan informasi-informasi lewat web site, lewat media sosial, lewat brosur, yang itu semua ranah positif, niat baik dan perkembangan dan kebaikan MTs Negeri 2 di masyarakat” .<sup>94</sup>

Kemudian hal tersebut juga dijelaskan oleh waka kurikulum:

“ sekarang ini tanpa promosi alhamdulillah banyak siswa yang mendaftar di sekolah ini. Tapi kalau memberikan informasi-informasi tentang sekolah lewat web site, brosur masih dilakukan. Bentuk promosi sekarang ini lebih pada informasi mulut kemulut dari masyarakat , misalkan wali murid yang anaknya sudah sekolah disini , prestasinya bagus ,pinter baca Al-quran lalu si wali murid ini cerita ke tetangganya, kemudian menarik minat tetangga tersebut lalu anaknya disekolahkan di sekolah ini. Nah secara tidak sengaja kan masyarakat sudah mempromosikan sekolah ini.”<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>94</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019

<sup>95</sup>Dra Rumiati, wawancara, Tanggal 18 Mei 2019



Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa teknik promosi yang dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung yaitu melalui media cetak seperti brosur, dan koran. Sedangkan media elektronik dilakukan melalui web site , facebook serta promosi secara tidak langsung oleh masyarakat yang dilakukan dengan mulut ke mulut.

**e. *People ( orang )***

People atau sumber daya manusia disini menyangkut pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin dan civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah customer.<sup>96</sup>

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki 92 guru dan 8 tenaga kependidikan ( tata usaha). Mengenai kualifikasi akademik tenaga pendidik, Dari ke 92 guru ini 23 diantaranya sudah berijazah S2, 65 guru lulus S1, 1 guru berijazah D3, 2 guru berijazah SLTA. Meskipun ada guru yang belm lulus S1 tetap bisa menjalankan tugasnya dengan baik, pengalaman yang dimilikinya tidak kalah dengan pengalaman guru yang telah berijazah S1. Dari semua tenaga pendidik dan tenaga kependidikan ini hanya 72 guru yang berstatus sebagai guru Pegawai Negeri Sipil ( PNS ). Dan yang lainnya guru tidak tetap. MTs Negeri 2 Bandar Lampung selalu berupaya meningkatkan kualitas sumber daya yang dimilikinya. Hal ini

---

<sup>96</sup>Yoyon Bahtiar Irianto & Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 349

terlihat dari adanya program pelatihan-pelatihan ( workshop) untuk guru, mengikutsertakan/ memperbolehkan guru untuk ikut ke acara seminar dan memberi kebebasan untuk mengembangkan bakat yang dimiliki oleh guru. Tenaga kependidikan khususnya TU juga mendapatkan pelatihan seperti pelatihan masalah pengelolaan biaya sekolah oleh bank. Rekrutmen tenaga pendidik dilakukan dengan melalui tes seleksi. Tes seleksi terdiri dari tes administrasi, psikotes, tes wawancara, tes keagamaan, tes mengaji dan tahfidz, serta tes praktik mengajar. Hal yang sama juga berlaku bagi tenaga kependidikan kecuali tes mengajar. Upaya-upaya yang dilakukan MTs Negeri 2 Bandar Lampung mulai dari pelatihan-pelatihan, seminar, pengembangan bakat, hingga perekrutan melalui seleksi merupakan dalam rangka meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala madrasah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“pendidik dan kependidikan disini Alhamdulillah sudah memenuhi kualifikasi. Yang sudah menjadi Pegawai Negeri Sipil ( PNS) sudah pasti memenuhi kualifikasi dan yang belum PNS ya harus memenuhi kualifikasi tersebut. Banyak upaya untuk meningkatkan kualitas pendidik dan kependidikan di sekolah ini ya seperti pelatihan-pelatihan, seminar, pengembangan bakat untuk guru-guru. Pada awal perekrutan guru pun mereka menjalankan tes terlebih dahulu sebelum menjadi guru disini, seleksinya seperti tes administrasi, psikotes, wawancara, tes keagamaan, tes mengaji dan tahfidz dan tes praktik mengajar, Tu juga ya begitu bedanya ya mereka tidak tes praktik mengajar”.<sup>97</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

---

<sup>97</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

“ Alhamdulillah untuk pendidik disini rata-rata berijazah S2 dan S1 semuanya sudah memenuhi kualifikasi. Meskipun demikian Di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ini juga masih memberikan pelatihan-pelatihan untuk guru seperti seminar dan lain-lain ya untuk meningkatkan kualitas sumber daya yang dimiliki MTs Negeri 2 ini”.<sup>98</sup>

Kemudian hasil wawancara dengan waka kurikulum yaitu :

“ untuk pendidik dan tenaga kependidikan disini Alhamdulillah sudah memenuhi kualifikasi. Tidak hanya calon siswa saja yang di tes saat pendaftaran , guru pun juga saat melamar disini melewati proses seleksi itu untuk menjaga dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di MTs Negeri 2. Rata-rata guru disini lulusan S2”.<sup>99</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwasanya sumber daya manusia yang dimiliki MTs Negeri 2 Bandar Lampung sudah sangat baik serta berkualitas sehingga mampu mempengaruhi persepsi masyarakat dan meningkatnya jumlah peserta didik.

#### **f. *Physical evidence* ( bentuk fisik)**

*Physical evidence* adalah sarana fisik dan lingkungan terjadinya penyampaian jasa ,antara produsen dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan jasa yang ditawarkan.<sup>100</sup>

Berdasarkan hasil observasi di MTs Negeri 2 Bandar Lampung mengenai bukti fisik yang berupa sarana dan prasarana sekolah ini dirasa sudah memadai meski ada sebagian yang kondisinya kurang baik tapi tetap bisa dipergunakan. MTs ini mempunyai ruang kelas 34, satu ruang kepala sekolah, satu ruang kepala TU, dua ruang guru, 3 ruang TU, satu ruang laboratorium IPA, satu laboratorium bahasa/ pengembang

<sup>98</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019

<sup>99</sup>Dra Rumiati, wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>100</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 1, edisi 13,* ( Yogyakarta: Erlangga,2011), h. 53

kurikulum, satu laboratorium komputer, satu ruang keterampilan /kesenian, satu ruang UKS, masjid, satu ruang perpustakaan, satu ruang koperasi, satu aula, satu ruang PTB, satu ruang audio visual, satu wc kepala sekolah, satu wc guru/ TU, 30 wc siswa, dua lapangan voli, satu lapangan sepak bola/ lapangan upacara, satu lapangan lompat jauh, serta halaman dan tempat parkir yang luas dan sejuk.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala madrasah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“kalau SARPRAS itu , ya kalau ditanyakan sudah memenuhi, kalau kita mintanya sih masih pengen yang lebih bagus gitu, kalau perlu guru masuk dari gerbang itu naik eskalator biar gak capek, kalau di sekolah ini jalan dari ujung ke ujung ya lumayan capek. Ya mangkanya itu untuk standar minimal sekolah ya sekolah ini Alhamdulillah sudah masuk kriteria”.<sup>101</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

“ mengenai sarana dan prasarana di MTs Negeri 2 ini menyediakan fasilitas yang Alhamdulillah sudah memadai dan kondisinya baik, kelas yang banyak memuat jumlah peserta didik, perpustakaan, laboratorium, masjid, aula, serta penunjang proses belajar mengajar lainnya sudah tercukupi”.<sup>102</sup>

Berdasarkan hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa MTs Negeri 2 Bandar Lampung mempunyai fasilitas yang cukup memadai ada sebagian yang kondisinya kurang baik tapi tetap bisa dipergunakan.

---

<sup>101</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

<sup>102</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019

**g. Process ( proses)**

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.<sup>103</sup>

Berdasarkan hasil obeservasi yang peneliti lakukan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung terkait dengan proses jasa pendidikan yang terdapat di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ini sesungguhnya proses merupakan keseluruhan aktivitas yang di mulai sejak awal penerimaan siswa baru sampai selesai/ tamat dari sekolah tersebut. *Pertama*, seleksi peserta didik. Seleksi ini merupakan kegiatan yang paling awal dilakukan dalam menentukan jumlah peserta didik yang akan masuk pada satu tahun. MTs Negeri 2 Bandar Lampung menerapkan seleksi ketat untuk program kelas unggul dan khusus. Ada 2 jalur penerimaan siswa baru kelas unggul yang diterapkan di MTs 2 Bandar Lampung, yaitu:

1. Jalur Prestasi Akademik

Adalah jalur penerimaan siswa baru kelas unggul melalui jalur seleksi rapor kelas 6 SD/MI semester 1 yang memiliki nilai rata-rata 75,00 atau peringkat 10 di kelasnya masing-masing. Yang memenuhi persyaratan tersebut berhak mengikuti seleksi lanjutan. Siswa yang diterima melalui jalur ini sebanyak lebih kurang 60% dari 40 siswa dalam satu kelas.

---

<sup>103</sup>Buchari Alma, *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*, ( Alfabeta : Bandung, 2008), h. 167

## 2. Jalur Reguler

Adalah jalur penerimaan siswa baru kelas unggul melalui jalur seleksi kelas reguler. Peringkat 1-60 hasil seleksi siswa baru kelas reguler memiliki hak untuk seleksi siswa baru kelas unggul. Siswa yang diterima melalui jalur ini sebanyak lebih kurang 40% dari 40 siswa dalam satu kelas.

Proses seleksi dilaksanakan dengan standar pemenuhan minimal persyaratan berikut :

- a. Test tertulis untuk menguji tingkat kemampuan akademis siswa sekaligus mengetahui peringkat scoring tertinggi yang diperoleh peserta..
- b. Test lisan yang meliputi test intelegensi dan kreatifitas yang dimiliki siswa.

*Kedua*, proses pembelajaran dan segala aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan belajar mengajar. Hal ini dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung dengan sangat baik, karena ia memiliki kurikulum yang terstruktur dengan baik, guru yang berkompeten, siswa banyak, gedung dan ruangan yang memadai program yang terlaksana dengan baik. Dalam proses pembelajaran disini siswa setiap pagi sebelum memulai jam pembelajaran siswa wajib membaca Al-Quran secara berjamaah dikelas masing-masing. Setelah itu sholat zuhur berjamaah di masjid.

*Ketiga*, hasil atau lulusan dan segala aktifitas untuk mengantarkan siswanya bisa mencapai kelulusan dengan nilai dan kompetensi yang

baik. Seperti ujian akhir nasional, ujian madrasah dan lain sebagainya. Selama ini sudah terbukti lulusan siswa MTs Negeri 2 Bandar Lampung nilainya mampu bersaing dengan sekolah-sekolah umum lainnya. Selain itu MTs Negeri 2 Bandar Lampung menciptakan karakter siswa-siswi yang islami yang setiap ucapan, perbuatan, dan tingkah laku senantiasa tercermin dalam bentuk akhlakul karimah serta penghafal Qur'an.

Hasil observasi tersebut dikuatkan oleh penjelasan kepala madrasah MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang menyatakan bahwa:

“Penerimaan calon siswa disini seleksinya ketat apalagi untuk program kelas unggul dan khusus. Pertama lewat jalur prestasi akademik yaitu seleksinya dilihat dari nilai rapor, lalu yang kedua melalui jalur reguler. proses seleksi itu ada tes tertulis dan tes lisan. Lalu proses pembelajaran saya rasa sudah berjalan efektif dengan mengikuti kurikulum yang terstruktur, sumber daya dan sarana prasarana yang memadai. dan siswa lulusan sekolah ini untuk segi nilai, ya Alhamdulillah siswa disini bisa dan mampu bersaing dan tidak kalah dengan sekolah-sekolah umum lainnya, yang katanya sekolah SMA Negeri 2 Bandar Lampung terfavorit ya siswa sini bisa masuk disekolah itu, yang katanya susah masuk SMA Negeri 9 Bandar Lampung yaa Alhamdulillah siswa sini bisa lanjut disitu. Selain prestasi ya tujuan dari sekolah ini kan membentuk siswa –siswi itu memiliki kompetensi akhlaqul karimah serta mampu menghafal Al-Qur'an (*Thfizul Qur'an*)”<sup>104</sup>

Selanjutnya penjelasan tersebut diungkapkan pula oleh ketua program kelas unggulan yaitu:

“ Seleksi peserta didik di MTs Negeri 2 ini ada dua jalur, yang pertama jalur prestasi akademik siswa dimana seleksi dilihat dari nilai rapor. Lalu yang kedua jalur reguler yaitu jalur dengan proses tes tertulis dan lisan. Untuk proses pembelajaran menurut saya sudah sangat efektif ya dilihat dari keberhasilan-keberhasilan dari prestasi-prestasi yang diraih oleh peserta didik dan menghasilkan lulusan yang berkualitas serta mampu bersaing dengan lulusan-lulusan sekolah lain. Baru-baru ini alhamdulillah sekolah mendapatkan prestasi sebagai juara pertama di ajang Olimpiade Sain Nasional (OSN) IPA tingkat SMP/MTS se Kota Bandar Lampung.

---

<sup>104</sup>Bapak Tarmadi, M.Pd,wawancara, Tanggal 18 Mei 2019

Selain itu juga di MTs Negeri Lampung menciptakan lulusan yang berakhlak baik serta menghafal Qur'an".<sup>105</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa di MTs Negeri 2 Bandar Lampung pada tahap pertama yaitu, seleksi penerimaan peserta didik ada 2 jalur yaitu jalur prestasi akademik , yaitu seleksi peserta didik melalui seleksi nilai rapor siswa dan jalur reguler, yaitu proses seleksi melalui tes tertulis dan lisan. Kedua, proses pembelajaran berjalan dengan efektif dan efisien dengan pedoman kurikulum yang terstruktur baik, guru yang berkompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai. Ketiga, hasil atau lulusan sesuai dengan harapan sekolah yaitu siswa yang berprestasi, berkembang bakatnya, dan mampu mengamalkan nilai nilai keagamaan.

## **B. Pembahasan**

### **1. Analisis Bauran Pemasaran di MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung diperoleh gambaran-gambaran tentang implementasi strategi pemasaran pendidikan, dalam analisis data penulis memperoleh data yang dibutuhkan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi di MTs Negeri 2 Bandar Lampung.

#### **a. Product ( Produk)**

Produk dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah lembaga yang dapat menawarkan

---

<sup>105</sup>Bapak Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I, wawancara 18 Mei 2019



reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya.<sup>106</sup>

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung, bahwa di MTs Negeri 2 Bandar Lampung menawarkan berupa produk jasa untuk menarik minat masyarakat yaitu adanya tiga program sekolah yaitu kelas unggul, kelas khusus, dan kelas reguler dan ketiganya memiliki keunggulan-keunggulan masing-masing. Kelas unggul adalah kelas yang memiliki keunggulan pada empat mata pelajaran, yaitu Bahasa Inggris, Bahasa Arab, Matematika, dan Tahfizd Qur'an. Sedangkan Kelas khusus dibagi kedalam 3 kelas unggulan, yaitu: Kelas Khusus A, kelas yang memiliki keunggulan pada 2 mata pelajaran, yaitu Bahasa Inggris, dan Tahfizd Qur'an. Kelas Khusus B, kelas yang memiliki keunggulan pada 2 mata pelajaran, yaitu Matematika dan Tahfizd Qur'an. Kelas Khusus C, kelas yang memiliki keunggulan pada 2 mata pelajaran, yaitu Ilmu Pengetahuan Alam (IPA) dan Tahfizd Qur'an. Dengan adanya ketiga program-program tersebut mampu menjadi strategi sekolah dalam meningkatkan minat masyarakat karena dengan keunikan dan kualitas yang dimiliki berbeda dengan sekolah lain.

**b. Price ( Harga)**

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen

---

<sup>106</sup>Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan, kukaba*, (Yogyakarta, 2012), h. 239

harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga seperti SPP, investasi bangunan, biaya laboratorium, dan lain-lain.<sup>107</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwa di MTs Negeri 2 Bandar Lampung menetapkan harga untuk program kelas unggul Rp. 200.000/bulan, kelas khusus Rp. 120.000/bulan dan membebaskan biaya gratis untuk kelas reguler. Namun ada beberapa biaya yang harus dibayar oleh para wali murid secara mandiri seperti seragam, buku paket, LKS, serta kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler jika membutuhkan biaya lebih. Dengan hal ini unsur harga dalam strategi pemasaran di MTs Negeri 2 Bandar Lampung sangat baik dengan harga yang mampu dijangkau masyarakat akan mampu menambah minat masyarakat.

### c. *Place (Tempat)*

Pada umumnya para pemimpin lembaga pendidikan sependapat bahwa lokasi letak lembaga yang mudah dicapai kendaraan umum cukup berperan sebagai pertimbangan calon siswa untuk memasuki lembaga tersebut.<sup>108</sup> selain itu, keamanan tempat atau lokasi yang dituju, dalam hal ini perlu dipertimbangkan faktor-faktor seperti: akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, dan persaingan.<sup>109</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwa tempat/lokasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung sangat strategis karena sangat mudah dijangkau oleh

---

<sup>107</sup>Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan, kaukaba*, (Yogyakarta, 2012), h.239

<sup>108</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Alfabeta : Bandung, 2003), h. 116

<sup>109</sup>Yoyon Bahtiar Irianto & Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 344

masyarakat, jalan menuju sekolah mudah di akses oleh transportasi umum maupun pribadi serta keamanan menuju lokasi dan lingkungan sekolah sangat sejuk, aman dan nyaman.

**d. *Promotion ( Promosi)***

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Aktivits tentang bagaimana memberitahu pelanggan tentang keberadaan produk/jasa. Yang harus dipertimbangkan adalah bentuk komunikasi, khususnya iklan(advertising), penjualan personal,( personal selling), promosi penjualan(sales promotion) dan publisitas (publicity).<sup>110</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwa MTs Negeri 2 Bandar Lampung melakukan unsur promosi dengan media cetak seperti brosur, dan koran dalam memasarkan sekolahnya. Sedangkan media elektronik dilakukan melalui web site , facebook serta promosi secara tidak langsung oleh masyarakat yang dilakukan dengan mulut ke mulut.

**e. *People ( Orang )***

Sumber daya manusia adalah semua orang yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau lembaga yang terlibat dalam proses penyampaian

---

<sup>110</sup>Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendiidkan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, ( Bandung : Alfabeta, 2011), Cet, 1. h.343

produk atau jasa kepada konsumen. Sumber daya dikelompokkan menjadi tiga yaitu, administrator, guru dan karyawan. Ketiganya perlu memiliki kompetensi yang tinggi. Karena pada pelaksanaannya merekalah yang secara langsung menyampaikan jasa kepada para siswa dan orang tua siswa sehingga tingkat puas atau tidaknya tergantung dengan cara penyampaian jasa yang dilakukan oleh para sumber daya tersebut. Untuk itu pemilihan sumber daya manusia yang akan bekerja dalam suatu lembaga pendidikan harus dilakukan dengan secermat mungkin, karena merekalah yang akan menjadi ujung tombak dalam penyampaian jasa pendidikan kepada publik.<sup>111</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya sumber daya manusia yang dimiliki MTs Negeri 2 Bandar Lampung sudah sangat baik serta berkualitas. MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki 92 guru dan 8 tenaga kependidikan (tata usaha). Mengenai kualifikasi akademik tenaga pendidik, dari ke-92 guru ini 23 diantaranya sudah berijazah S2, 65 guru lulus S1, 1 guru berijazah D3, 2 guru berijazah SLTA.

**f. *Physical evidence*(bukti fisik)**

Pada sebuah lembaga pendidikan tentu yang merupakan *Physical Evidence* adalah gedung atau bangunan dan segala sarana dan fasilitas yang terdapat didalamnya. Termasuk pula bentuk-bentuk interior dan

---

<sup>111</sup>*Ibid*, h. 166

ekterior dari gedung-gedung yang terdapat didalam lembaga tersebut.<sup>112</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwa unsur bukti fisik di MTs Negeri 2 Bandar Lampung yang berupa bangunan atau gedung dan segala sarana dan fasilitas yang ada didalamnya cukup memadai. Selain itu juga untuk menarik minat masyarakat sekolah memberikan ekterior yang mana di desain lebih indah sehingga terlihat lebih menarik.

**g. Process ( Proses )**

Konteks jasa pendidikan mengartikan proses adalah proses pendidikan yang meliputi segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk/lulusan (output) yang diinginkan.<sup>113</sup>

Berdasarkan hasil penelitian bahwa unsur proses di MTs Negeri 2 Bandar Lampung pada tahap pertama yaitu, seleksi penerimaan peserta didik dimana ada 2 jalur penerimaan peserta didik yaitu jalur prestasi akademik , yaitu seleksi peserta didik melalui seleksi nilai rapor siswa dan jalur reguler, yaitu proses seleksi melalui tes tertulis dan lisan. Kedua proses pembelajaran, proses pembelajaran berjalan dengan efektif dan efisien dengan pedoman kurikulum yang terstruktur baik, guru yang berkompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai. Ketiga hasil atau lulusan, hasil atau lulusan sesuai dengan harapan sekolah yaitu siswa

---

<sup>112</sup>Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 118

<sup>113</sup>Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan,kaukaba*,( Yogyakarta, 2012), h.241

yang berprestasi, berkembang bakatnya, dan mampu mengamalkan nilai nilai keagamaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung dapat meningkatkan jumlah peserta didik dan menciptakan image yang baik di pandangan masyarakat.



## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung baik melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Maka penulis menyimpulkan bahwa :

- 1) *product*(produk), Mts Negeri 2 Bandar Lampung menawarkan produk jasa berupa pilihan program kelas yaitu : kelas reguler, kelas khusus, dan kelas unggul.
- 2) *Price* (harga), harga yang ditetapkan oleh MTs Negeri 2 Bandar Lampung yaitu untuk kelas unggul Rp. 200.00 per bulan, kelas khusus Rp. 120.000 per bulan dan membebaskan biaya untuk kelas reguler.
- 3) *Place*(tempat), MTs Negeri 2 Bandar Lampung terletak di tempat yang sangat strategis karena sangat mudah dijangkau oleh masyarakat, jalan menuju sekolah mudah di akses oleh transportasi umum maupun pribadi serta keamanan menuju lokasi dan lingkungan sekolah sangat sejuk, aman dan nyaman.
- 4) *Promotion* (promosi), MTs Negeri 2 Bandar Lampung melakukan promosi dengan media cetak seperti brosur, dan koran dalam memasarkan sekolahnya. Sedangkan media elektronik dilakukan melalui web site , facebook serta promosi secara tidak langsung oleh masyarakat yang dilakukan dengan mulut ke mulut.

5) *People*(orang), sumber daya manusia yang dimiliki MTs Negeri 2 Bandar Lampung sudah sangat baik serta berkualitas. sumber daya manusia yang dimiliki MTs Negeri 2 Bandar Lampung sudah sangat baik serta berkualitas. MTs Negeri 2 Bandar Lampung memiliki 92 guru dan 8 tenaga kependidikan ( tata usaha). Mengenai kualifikasi akademik tenaga pendidik, Dari ke 92 guru ini 23 diantaranya sudah berijazah S2, 65 guru lulus S1, 1 guru berijazah D3, 2 guru berijazah SLTA..

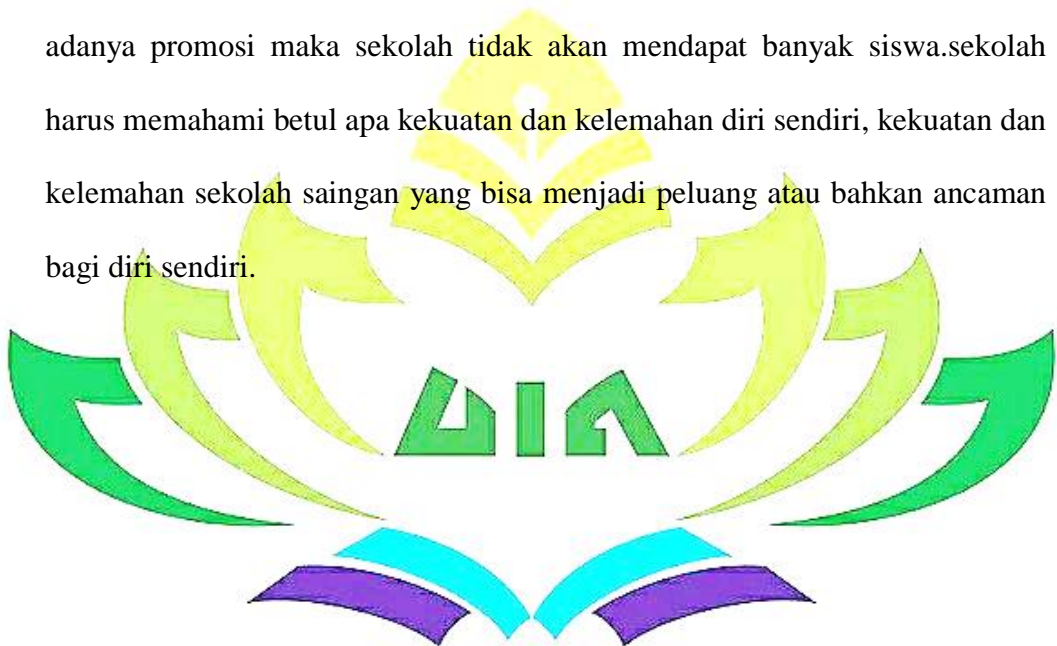
6) *Physical evidence*(bukti fisik), sarana dan prasarana di MTs Negeri 2 Bandar Lampung cukup memadai dan menunjang kegiatan proses belajar mengajar, serta sekolah memberikan ekterior yang mana didesain lebih indah sehingga terlihat lebih menarik.

7) *Process*(proses), dari segi penetapan proses pendidikan , proses di MTs Negeri 2 Bandar Lampung pada tahap pertama yaitu, seleksi penerimaan peserta didik dimana ada 2 jalur penerimaan peserta didik yaitu jalur prestasi akademik , yaitu seleksi peserta didik melalui seleksi nilai rapor siswa dan jalur reguler, yaitu proses seleksi melalui tes tertulis dan lisan. Kedua proses pembelajaran, proses pembelajaran berjalan dengan efektif dan efisien dengan pedoman kurikulum yang terstruktur baik, guru yang berkompeten, serta sarana dan prasarana yang memadai. Ketiga hasil atau lulusan, hasil atau lulusan sesuai dengan harapan sekolah yaitu siswa yang berprestasi, berkembang bakatnya, dan mampu mengamalkan nilai nilai keagamaan.



## **B. REKOMENDASI**

Saran yang ingin penulis sampaikan adalah bagi para pengelola pendidikan supaya selalu mengadakan evaluasi diri sekolah, menganalisis kekuatan internal dan eksternal agar mutu dan kualitas sekolah semakin maju dan tetap menjadi kepercayaan masyarakat. Selain itu juga jangan lupa untuk melakukan promosi sekolah dengan baik karena sebaik apapun sekolah tanpa adanya promosi maka sekolah tidak akan mendapat banyak siswa. Sekolah harus memahami betul apa kekuatan dan kelemahan diri sendiri, kekuatan dan kelemahan sekolah saingan yang bisa menjadi peluang atau bahkan ancaman bagi diri sendiri.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif ,M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Alma ,Buchari dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate dan Strtegi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung :Alfabeta, 2008.
- Alma, Buchari, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung : Alfabeta, 2003.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . Bandung: Alfabeta,2014.
- Arikunto Suharsimi.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta,2003.
- Asauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers, 2011 .
- Asmani, Jamal Ma'ruf. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta : Diva Press, 2015.
- Departemen Agama RI.*Al-Quran dan Terjemahnya Juz 1-30*. Surabaya :CV Karya Utama, 2000.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008.
- Dkk . Sadono Sukirno,. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Dkk, Muhaimin. *Manajemen Pendidikan : Aplikasinya Dalam Pe Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta : Kencana,
- Emzir. *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta:Rajawali Pers,2014.
- Fandi, Tjipto. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Andi, 1995.

Hermawan, Haris. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Riti Ceria Di Jember. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*. Vol.1, No.2, Januari 2019

Hidayat, Ara dan Imam Machali. *Pengelolaan pendidikan, kaukaba*. Yogyakarta, 2012.

Irianto, Yoyon Bahtiar & Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*. Bandung : Alfabeta, 2009.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Prehindo, 1997.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers, 2011

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran jilid 1, edisi 13*. Yogyakarta: Erlangga, 2011.

Kusnandar. *Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan Dan Sukses Dalam Serifikasi Guru*. Jakarta: Rajawali Press, 2009.

Mawahib, Muhammad Jauharul. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 1, No.1, 2019.

Moleong, Lexi J.. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014.

Narbuko, Cholid dan Abu Achmad. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara, 2007.

Putra, Erwinsyah, Mukhlis Yunus, Dan Sulaiman, *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepercayaan Merk( Brand Trist) Dan Dampaknya Pada*

*Keputusan Mahasiswa Memiliki Kuliah Di Politeknin Aceh. Jurnal Manajemen. Vol. 4, No. 1, Januari 2019.*

Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, reorientasi konsep perencanaan strategi untuk menghadapi abad 21*. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta, 2016.

Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003.

Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*. Bandung : Alfabeta, 2011.

Usman, Husaini. *Manajemen (Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.





Lampiran 1

**KISI-KISI INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA**

No	Implentasi Manajemen Pemasaran Pendidikan (Bauran Pemasaran)	Instrumen Pengumpulan Data		
		Observasi	Wawancara	Dokumentasi
1	Product	√	√	√
2	Price	√	√	√
3	Place	√	√	√
4	Promotion	√	√	√
5	People	√	√	√
6	Physical Evidence	√	√	√
7	Process	√	√	

Lampiran 2

**KERANGKA DOKUMENTASI**

No	Data	Keterangan	
		Ada	Tidak Ada
1	Data Profil Sekolah	√	
2	Data Visi dan Misi Sekolah	√	
3	Data Struktur Organisasi	√	
4	Data Guru dan Tenaga Kependidikan	√	
5	Data Peserta Didik	√	
6	Data Sarana dan Prasarana	√	
7	Letak Geografis dan lainnya	√	

Lampiran 3

**INSTRUMEN WAWANCARA**

No	Bauran pemasaran	Pertanyaan	Narasumber
1	Produk ( Product )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk apa saja yang ditawarkan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> <li>2. Apa kelebihan /keunggulan dari produk yang ditawarkan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> </ol>	Kepala sekoah , Ketua Program Kelas Unggul, waka kurikulum dan Dokumen
2	Harga ( Price )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana strategi penetapan harga yang ditetapka di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> <li>2. Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah ?</li> </ol>	Kepala sekolah, Ketua Program Kelas Unggul, dan waka kurikulum
3	Tempat ( Place )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurut bapak, apakah letak/posisi sekolah cukup strategis ?</li> <li>2. Apakah lingkungan sekolah ini cukup aman dan nyaman ?</li> </ol>	Kepala sekolah, Ketua Program Kelas Unggul, dan waka kurikulum
4	Promosi ( Promotion )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah sekolah melakukan promosi ?</li> <li>2. Apa saja media promosi yang digunakan untuk mempromosikan sekoah ?</li> </ol>	Kepala sekolah, Ketua Program Kelas Unggul, dan waka kurikulum
5	Orang ( People )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana kualitas tenaga pendidik dan kependidikan di di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> <li>2. Apa saja status tenaga pendidik dan kependidikan di sekolah ini, apakah sudah</li> </ol>	Kepala sekolah, Ketua Program Kelas Unggul, dan waka kurikulum



		berstatus PNS semua ?	
6	Bukti fisik ( Physical evidence)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apa saja fasilitas yang disediakan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> <li>2. Apakah sarana dan prasarana di sekolah ini sudah memenuhi kebutuhan peserta didik dan warga sekolah ?</li> </ol>	Kepala sekolah , Ketua Program Kelas Unggul, waka kurikulum dan dokumen
7	Proses ( Process )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimana seleksi peserta didik yang dilakukan di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> <li>2. Apakah proses pembelajaran berjalan efektif dan sesuai dengan kurikulum yang terstruktur baik ?</li> <li>3. Bagaiman hasil /lulusan dari MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> <li>4. Apa saja prestasi yang diperoleh di MTs Negeri 2 Bandar Lampung ?</li> </ol>	Kepala sekolah, Ketua Program Kelas Unggul, dan waka kurikulum

Lampiran 4

Struktur Kurikulum MTs Negeri 2 Bandar Lampung

Komponen	Kelas	Kelas Khusus			Kelas
	Reguler				Unggul
	Kelas	Kelas A	Kelas B	Kelas C	Kelas
	VII, VIII, IX	VII, VIII	VII, VIII	VII	VII, VIII, IX
<b>A. Mata Pelajaran</b>					
1. Pendidikan Agama Islam					
a. Al-Qur'an Hadis	2	2	2	2	2
b. Akidah- Akhlak	2	2	2	2	2
c. Fiqih	2	2	2	2	2
d. Sejarah Kebudayaan Islam	2	2	2	2	2
2. Pendidikan Kewarganegaraan	3	3	3	3	3
3. Bahasa Indonesia	6	6	6	6	6
4. Bahasa Arab	3	3	3	3	10
5. Bahasa Inggris	4	9	4	4	9

6. Matematika	5	5	10	5	10
7. Ilmu Pengetahuan Alam	5	5	5	10	5
8. Ilmu Pengetahuan Sosial	4	4	4	4	4
9. Seni Budaya dan Keterampilan	2	2	2	2	2
10. Pendidikan Jasmani Olahraga, dan Kesehatan	3	3	3	3	3
11. Prakarya	2	2	2	2	2
<b>B. Muatan Lokal</b>					
1. Bahasa Lampung	2	2	2	2	2
2. Tahfizd Qur'an	2	8	8	8	8

Lampiran 5

**Daftar Prestasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung**

No	Nama Prestasi	Juara	Tingkat	Tahun	Penyelenggara
1	Job Tongkat	3	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
2	Local Grup	3	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
3	Senam Pramuka	1	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
4	Disain Blog	Peringkat 1	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
5	ACT Mipa	3	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
6	Storytelling	1	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
7	MTQ Putra	1	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
8	MTQ Putri	2	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
9	Speck Kontes Putra	1	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
10	Speck Kontes Putri	3	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
11	Ala Umum Putra/Putri	Umum	Provinsi Lampung	2014	SMK SMTI
12	LKBB Tongkat Putra	Peringkat 3	Provinsi Lampung	2014	PTPN 7
13	LKBB Tongkat Putri	3	Provinsi Lampung	2014	PTPN 7
14	Local Grup	Peringkat 1	Provinsi Lampung	2014	PTPN 7

15	Pioneering Putra	rapan 1	Provinsi Lampung	014	PTPN 7
16	Pioneering Putri	rapan 3	Provinsi Lampung	014	PTPN 7
17	Pbb Putra	1	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
18	Pbb Putra	2	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
19	Pbb Putra	3	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
20	Pbb Putra	rapan 1	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
21	Pbb Putri	2	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
22	Pbb Putri	3	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
23	Pbb Putri	rapan 1	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
24	Solosong Putra	1	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
25	Solosong Putra	1	e.Kwarcab. Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
26	Solosong Putri	2	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL

27	Solosong Putri	3	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
28	Solosong Putri	rapan 1	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
29	ala Umum Putra/Putri	Jmum	e.Kwarcab Lampung	014	SMK PGRI 4 BDL
30	Tergiat Kopraga Ii	1	se-kwartir	013	MA Printis I
31	engking I	rapan 1	se-kwartir	013	SMA Printis I
32	Pbb	rapan 3	se-kwartir	013	MA Printis I
33	Senam Pramuka	2	se-kwartir	013	MA Printis I
34	Pidato .Indonesia	rapan 1	se-kwartir	013	MA Printis I
35	Pbb	rapan 1	se-kwartir	013	MA Printis I
36	ala Bergilir	ergilir	e-Kwarda Lampung	013	IAIN
37	ala Bergilir Semarak	ergilir	e-Kwarcab .Lampung	013	SMA N 7 B.Lampung
38	ala Bergilir Kopraga	ergilir	se-kwartir	013	MA Printis I
39	lut Rambo	Jmum	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
40	ob Tongkat	1	e-Kwarda	013	

			Lampung		IAIN
41	Sandi Beranti	2	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
42	Yel-Yel	1	e-Kwarda Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
43	Pioneering	1	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1
44	Yel-Yel	1	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
45	Pioneering	2	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
46	Pioneering	1	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
47	Yel-Yel	3	e-Kwarcab .Lampung	013	SMP N 1 B.Lampung
48	Pbb Putri	3	Provinsi Lampung	013	Way Lima
49	Pbb Putri	1	Provinsi Lampung	013	Way Lima
50	Pioneering Putra	2	Provinsi Lampung	013	Way Lima
51	Pioneering Putri	1	Provinsi Lampung	013	Way Lima
52	ari Bedana	3	Provinsi Lampung	013	Way Lima
53	astakarya Putra	1	Provinsi Lampung	013	Way Lima

54	Fastakarya Putri	1	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
55	Sandi Beranti Putra	1	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
56	Sandi Beranti Putri	1	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
57	Adzan	3	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
58	MTQ Putra	1	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
59	MTQ Putri	2	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
60	Peterampilan Jenda Putra	2	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
61	Peterampilan Jenda Putri	2	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
62	Iligrafi Putra	1	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
63	Iligrafi Putri	1	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
64	Kelas Umum Putra	Jmum	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
65	Kelas Umum Putri	Jmum	Provinsi Lampung	2013	Way Lima
66	Pbb	1	e-Kwarda Lampung	2012	BUPERCAP
67	Pioneering	1	e-Kwarda Lampung	2012	BUPERCAP
68	Music Klasik	2	e-Kwarda Lampung	2012	BUPERCAP



69	Perkemahan	Jumum	e-Kwarda Lampung	012	STKIP PGRI
70	MTQ Perkemahan	Pergilir	e-Kwarda Lampung	012	SMK N 5 B.Lampung
71	Kaligrafi	1	e-Kwarda Lampung	012	Kuaran kec.Sukarame
72	Pastakarya	1	e-Kwarda Lampung	012	SMK N 5 B.Lampung
73	Pbb	1	e-Kwarda b.lampung	012	UNILA
74	Pbb	2	e-kwarcab b.lampung	012	UNILA
75	Pbb Variasi	1	e-kwarcab b.lampung	012	UNILA
76	Regu Terbaik	Perbaik 1	Kuwaran sukarame	012	STKIP PGRI
77	Pbb Variasi	2	e-kwarcab b.lampung	012	STKIP PGRI
78	Pidato B Inggris	2	Se-bandar Lampung	012	MA Printis I
79	Bilinguqal	2	Se-bandar Lampung	012	MA Printis I
80	Colonel Tongkat	1	e-Kwarda Lampung	012	MA Printis I
81	Senam Pramuka	3	e-kwarcab b.lampung	012	MA Printis I
82	Pioneering	rapan 1	e-kwarcab b.lampung	012	MA Printis I
83	Ala Umum	Jumum warnas	e-kwarcab b.lampung	012	MA Printis I

84	Pioneering	Jumlah kwardcab	e-kwardcab Kab. Lampung	2012	MA Printis I
85	Pbb	Keperguruan 3	e-kwardcab Kab. Lampung	2012	MA Printis I
86	Senam Pramuka	Keperguruan 1	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
87	Pioneering	Keperguruan 2	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
88	Pioneering	1	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
89	Pioneering	2	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
90	Pioneering	3	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
91	Pioneering	1	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
92	Pidato	2	e-Kwarda Lampung	2012	MA Printis I
93	Pbb	1	Se-kanwil	2012	PAJERO
94	Pioneering	1	Se-kanwil	2012	PAJERO
95	Kaliqrafi	1	Se-kanwil	2012	PAJERO
96	MTQ	1	Se-kanwil	2012	PAJERO
97	Adzan	1	Se-kanwil	2012	PAJERO
98	Fastakarya	1	Se-kanwil	2012	PAJERO

99	ala Umum	Jmum	Se-kanwil	012	PAJERO
100	Regu Tergiat Vavorit	avorit	e-Kwaran Sukarame	011	IAIN
101	Pembina Terbaik	erbaik 1	e-Kwarda Lampung	011	UNILA
102	Pbb Putra	1	e-Kwarda Lampung	011	SMA N 7 B.Lampung
103	ob Tongkat	1	e-Kwarda Lampung	011	Kuaran ec.Sukarame
104	Pioneering	2	e-Kwarda Lampung	011	Kuaran ec.Sukarame
105	Pioneering	1	e-Kwarda Lampung	011	IAIN
106	ari Bedana	2	e-Kwarda Lampung	011	Al-Kausar
107	Senam Pramuka	1	e-Kwarda Lampung	011	BUPERCAP
108	Colonel Tongkat	1	e-Kwarda Lampung	011	IAIN
109	Regu Tergiat Jambore	ergiat 1	e-Kwaran Sukarame	011	SMA N 7 B.Lampung
110	Regu Terbaik	erbaik 1	e-Kwaran Sukarame	011	PTPN 7
111	Pioneering	rapan 2	e-Kwarda Lampung	011	MAN 1 B.Lampung
112	ob Tongkat	1	e-Kwarda Lampung	011	MAN 1 B.Lampung

113	Perak Jalan	2	e-kwarcab B.Lampung	011	MAN 1 B.Lampung
114	Lintas Akun	1	e-Kwarda Lampung	011	UNILA
115	Semarak Pameran Penggala	Favorit 1	e-Kwarda Lampung	011	SMA N 7 B.Lampung
116	Pioneering	3	e-Kwarda Lampung	011	IAIN
117	Pbb	rapan 1	e-Kwarda Lampung	011	IAIN
118	Egrang	1	e-Kwarda Lampung	011	MAN 1 B.Lampung
119	Senam Pramuka	3	e-Kwarda Lampung	011	MAN 1 B.Lampung
120	Pbb	2	e-Kwarda Lampung	011	MAN 1 B.Lampung
121	Pioneering	1	e-Kwarda Lampung	011	SMA N 1 B.Lampung
122	Mari Bedana	1	e-Kwarda Lampung	011	PTPN 7
123	Pioneering	2	e-Kwarda Lampung	011	PTPN 7
124	Favorit Penggala	Favorit	e-Kwarda Lampung	011	UNILA
125	Senam	2	e-Kwarda	011	

	Pramuka		Lampung		UNILA
126	Egrang	1	e-Kwarda Lampung	011	UNILA
127	Hecking	3	se-kwartir	011	Kuaran ec.Sukarame
128	Pioneering	3	e-Kwarda Lampung	011	B.Lampung
129	Senam	rapan 1	e-Kwarda Lampung	011	Al-Kausar
130	Senam Pramuka	Jmum	e-Kwarda Lampung	011	SMA N 7 B.Lampung
131	Pbb	2	e-Kwarda Lampung	011	SMA N 7 B.Lampung
132	Solosong	2	e-Kwarda Lampung	011	PTPN 7
133	Jambore Ranting Sukarame	Jmum	e-Kwaran sukarame	011	PTPN 7
134	erak Jalan	2	e-Kwarda Lampung	011	PTPN 7
135	Pbb Putra	Jmum	e-Kwarda Lampung	011	STKIP PGRI
136	Colonel Tongkat	1	e-Kwarda Lampung	011	STKIP PGRI
137	Pioneering	1	e-Kwarda Lampung	011	P.KUSUMA
138	Pioneering	2	e-Kwarda Lampung	011	MA Printis I
139	Pbb	rapan 1	e-Kwarda Lampung	011	BUPERCAP

140	Pioneering	2	Se-Kwarda Lampung	011	STKIP PGRI
141	Pioneering	2	Se-kwartir	011	STKIP PGRI
142	Scout Favorit	3	Se-kwartir	011	STKIP PGRI
143	Miniatur Tower	2	Se-Kwarda Lampung	011	BUPERCAP
144	Adzan	1	Se-kwartir	011	BUPERCAP
145	Senam Pramuka	rapan 1	Se-kwartir	011	BUPERCAP
146	Pioneering	rapan 3	Se-kwartir	011	SMA N B.Lampung
147	Pbb	rapan 3	Se-kwartir	011	BUPERCAP
148	MTQ	MTQ	Se-kwartir	011	BUPERCAP
149	Fastakarya	stakarya	Se-Kwarda Lampung	010	IAIN
150	Pbb Putra	bb Putra	Se-Kwarda Lampung	010	MA Printis I
151	Senam Pramuka	Senam Pramuka	Se-Kwarda Lampung	010	IAIN
152	Fastakarya	stakarya	Se-Kwarda Lampung	010	MAN 1 B.Lampung
153	Fastakarya	stakarya	Se-Kwarda Lampung	010	SKA Bhayangkara

<b>154</b>	Piala Bergilir	Piala Bergilir	e-Kwarda Lampung	010	B.Lampung
<b>155</b>	Piala Bergilir	Piala Bergilir	e-Kwarda Lampung	010	Al-Kausar
<b>156</b>	Perak Jalan	Perak Jalan	KKM & e-Provinsi	010	IAIN
<b>157</b>	Sajojo	Sajojo	e-Kwarda Lampung	010	IAIN
<b>158</b>	Pbb Tongkat	Pbb Tongkat	e-Kwarda Lampung	010	IAIN
<b>159</b>	Pbb Putra	Pbb Putra	e-Kwarda Lampung	010	IAIN
<b>160</b>	Pastakarya	Pastakarya	e-Kwarda Lampung`	010	IAIN
<b>161</b>	Pbb	Pbb	Provinsi Lampung	010	Al-Kausar
<b>162</b>	Pastakarya	Pastakarya	e-Kwarda Lampung	010	B.Lampung
<b>163</b>	Pbb Tongkat	Pbb Tongkat	e-Kwarda Lampung`	010	Waydadi
<b>164</b>	Pbb Variasi	Pbb Variasi	e-Kwarda Lampung`	010	Al-Kausar
<b>165</b>	Pembina Terbaik	Pembina Terbaik	e-Kwarda Lampung`	010	Al-Kausar
<b>166</b>	Hut KE X-V	Hut KE X-V	e-Kwarda Lampung`	010	IAIN
<b>167</b>	Senam Pramuka	Senam Pramuka	e-Kwarda Lampung	009	PTPN 7

168	Pbb Putra	bb Putra	e-Kwarda Lampung	008	IAIN
169	Egrang	Egrang	e-Kwarda Lampung	008	PTPN 7
170	Pioneering	oneering	e-Kwarda Lampung	007	MAN 1 B.Lampung
171	Jambore	umbore	e-Kwartir Sukarame	007	MAN 1 B.Lampung
172	Pioneering	oneering	e-Kwarda Lampung	006	MAN 1 B.Lampung
173	Pioneering	oneering	e-Kwarda Lampung	006	Kuaran Kec.Sukarame
174	MTQ	MTQ	e-Kwarda Lampung	006	IAIN
175	Pbb Putra	bb Putra	e-Kwarda Lampung	005	SMP N 23
176	Pbb Putra	bb Putra	e-Kwarda Lampung	005	SMP N 23
177	Pbb Putra	bb Putra	Se-.Lampung	005	IAIN
178	Cerdas Cermat Agama	Cerdas Cermat Agama	e-Kwarda Lampung	005	B.Lampung
179	Regu Terbaik	Regu Terbaik	e-Kwartir Sukarame	002	SLPTN 12
180	Pioneering	oneering	Se-.Lampung	002	B.Lampung
181	Pioneering	oneering	e-Kwarda Lampung	002	MAN 1 B.Lampung



<b>182</b>	KSM	KSM	Nasional	013	Malang
<b>183</b>	KSM	KSM	Nasional	013	Malang
<b>184</b>	KSM	KSM	Nasional	014	Makassar

*Sumber : Dokumen Tata Usaha MTs N 2 Bandar Lampung TP  
2018/2019*



DOKUMENTASI



*Gerbang masuk MTs Negeri 2 Bandar Lampung*



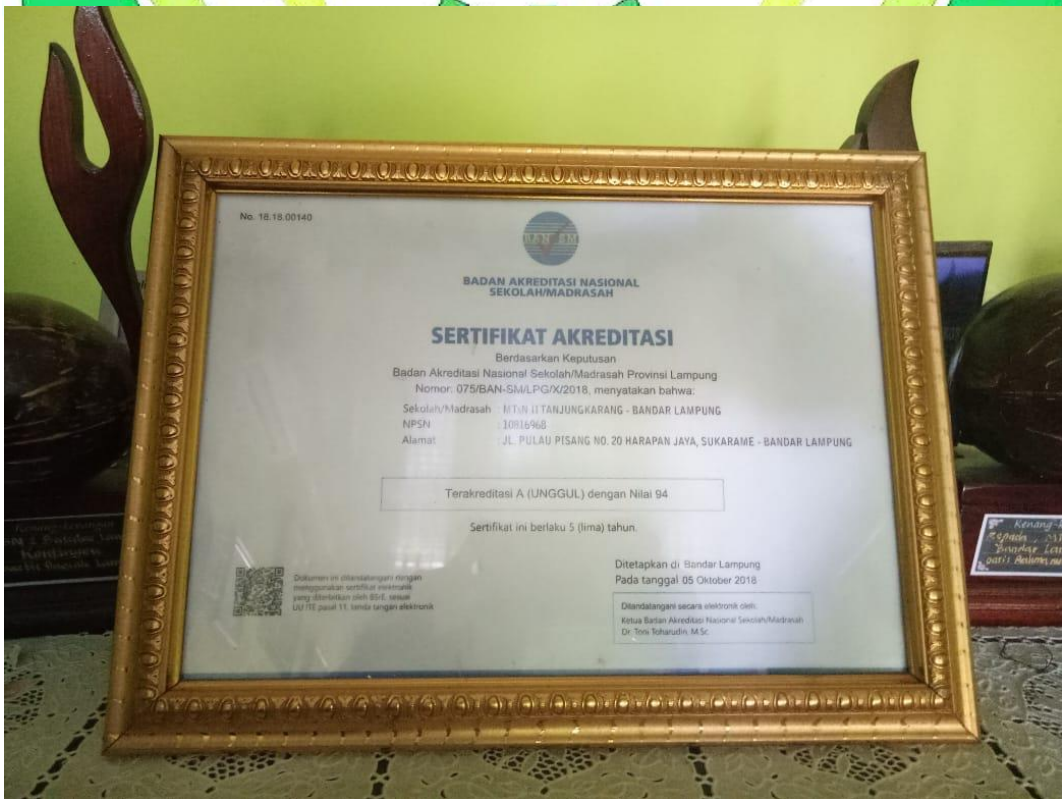


*Kelas unggul MTs Negeri 2 Bandar Lampung*





*Beberapa bukti prestasi MTs Negeri 2 Bandar Lampung*





*Pelaksanaan Wawancara Dengan Kepala Sekolah*



*Pelaksanaan Wawancara Dengan Waka Kurikulum*


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA BANDAR LAMPUNG**  
**MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 2**  
**BANDAR LAMPUNG**


**PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU**  
**Tahun Pelajaran 2018/2019**





**TARMADI, M.Pd.**  
Peserta MTsN 2 Bandar Lampung



Alamat: Jl. Pulau Pisang No. 20 Korpri Raya, Sukarame Bandar Lampung  
 Telp. 0721-780135; Email: mtsn2\_blampung@yahoo.co.id  
 Website : mtsn2blampung.sch.id

## PENDAHULUAN

**M**adrrasah Tsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung berdiri sejak tahun 1979 yang berada diatas tanah seluas 2 ha dengan alamat Jl. Pulau Pisang No. 20 Korpri Raya, Sukarame Bandar Lampung.  
 Dari waktu ke waktu, MTsN 2 Bandar Lampung terus melakukan peningkatan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) dan proses pembelajaran sehingga Alhamdulillah, pada tahun 1998 MTsN 2 Bandar Lampung mendapat predikat Nasional sebagai MTs Model dari menteri Agama, dan pada tahun 2004 ditetapkan pelaksanaan Kurikulum Berbasis Kompetensi dan pada saat ini menggunakan kurikulum 2013. Oleh karena itu MTsN 2 Bandar Lampung terus berpacu untuk dapat menghasilkan lulusan-lulusan yang berkualitas yang dapat melanjutkan pendidikan kejenjang SMA/MA/SMK favorit.

### VISI

Menjadi Madrasah Unggul yang Islami dan Berkualitas

### MISI

1. Membangun Madrasah yang memiliki kompetensi unggul dan akhlak karimah
2. Membina dan mengembangkan potensi akademik dan non akademik siswa
3. Membangun kepercayaan dan kemitraan dengan masyarakat

### TUJUAN

Menyiapkan lulusan yang sholeh dan cerdas serta memiliki optimisme menatap masa depan.

### KURIKULUM

MTsN 2 Bandar Lampung adalah lembaga pendidikan setingkat SMP yang menyajikan Kurikulum kementerian pendidikan nasional untuk mata pelajaran umum (Matematika, Bahasa Inggris, Bahasa Indonesia, IPA, IPS, PKn, Seni Budaya, Penjaskes, Prakarya dan Muatan Lokal) dan Kurikulum Kementerian Agama untuk Mata Pelajaran agama (Al-Qur'an Hadits, Fiqih, Aqidah Akhlak, Bahasa Arab dan Sejarah Kebudayaan Islam).

#### Contact Person:

- |                                    |                |                                  |                |
|------------------------------------|----------------|----------------------------------|----------------|
| - Drs. H. Heru Pranoto             | : 081379018224 | - Khalimi, S.Ag.                 | : 082178354390 |
| - Dra. Rurniyati                   | : 089653073561 | - Hendri Setiabudi Sukma, M.Pd.I | : 082177409955 |
| - Dra. Hj. Nurtjahyani, TP, M.Pd.I | : 082311903080 |                                  |                |

## A. KEUNGGULAN

Ada 3 keunggulan utama dari kelas Unggul :

### 1. Keunggulan Akademik

- Empat mata pelajaran yang diunggulkan, yaitu: Bahasa Inggris, Bahasa Arab, Matematika dan Tahfidzul Qur'an (menghafal Al-Qur'an)
- Siswa/i ditarget minimal hafal 2 Juz Alqur'an
- Setiap hari siswa/i diajak berkomunikasi secara intensif dengan menggunakan dua bahasa yaitu Bahasa Inggris dan Bahasa Arab
- Siswa/i belajar dengan pola "full day school" dari pagi hingga sholat ashar
- Ruang kelas dilengkapi dengan media penghubung LCD

### 2. Keunggulan Moral

Siswa/i diarahkan pada pemahaman agama secara komperensif yaitu: *salimul Aqidah* (Akidah Lurus) *Shohihul Ibadah* (Ibadahnya Baik) dan *Matinul Khuluq* (Akhlaknya terpuji).

Target tersebut ditunjang dengan kegiatan-kegiatan :

#### a. Kegiatan Harian

- Sholat Dzuhur dan Ashar secara berjama'ah setiap hari
- Wirid dan do'a
- Kultum setelah sholat dzuhur
- Tadarus al-Qur'an sebelum memulai pelajaran
- membaca do'a dan dzikir al-ma'tsurat setiap ba'da sholat Ashar
- Pembiasaan menebarkan salam

#### b. Kegiatan Mingguan

- Halaqoh (Kelompok Pembinaan)
- Tahsin Tilawah dan tahfizh al-Qur'an
- Menjadi khotib jum'at (diseleksi)

#### c. Kegiatan Semesteran

- MABIT (Malam Bina Iman dan Taqwa)
- Rihlah/Tadabbur Alam
- Ifthor Jama'i (Buka puasa bersama) dll.

### 3. Keunggulan Skill

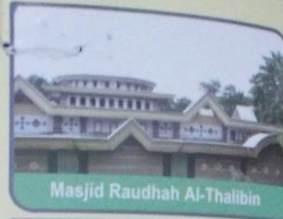
Siswa dibekali skill (keterampilan-keterampilan) agar kelak menjadi manusia yang berdaya

guna, diantaranya:

- Muhadhoroh (Pidato bahasa Arab dan bahasa Inggris)
- Pembinaan Da'i / Da'iyah
- Pelatihan Motivasi Berprestasi
- Keterampilan Rumah Tangga / Prakarya
- Talk Show bahasa Arab dan bahasa Inggris dengan Native Speaker
- Talk Show Matematika, Talk Show IPA
- Dauroh Al-Qur'an
- Komputer
- Kebugaran, Out Bond
- Life Skills
- Bimbingan Belajar (Bimbel)

## SARANA PENDIDIKAN

- Kampus Permanen Seluas 2 Ha
- Masjid dengan kapasitas 1400 jamaah
- Ruang Belajar yang nyaman
- Perpustakaan
- Laboratorium IPA
- Laboratorium Komputer
- Laboratorium Keterampilan (Life Skills)
- Ruang Tim Pengembang Kurikulum
- Ruang UKS
- Aula
- Sarana olahraga (Lapangan futsal, bola voli, basket, bulu tangkis, dan tenis meja)
- Peralatan Kesenian
- Koperasi/Warung Madrasah (WM)
- Kantin



Masjid Raudhah Al-Thalibin



Kegiatan Talkshow Bahasa Inggris bersama Native Speaker dari USA



Kegiatan Talkshow IPA



Kegiatan Talkshow Matematika



Praktikum IPA

## EKSTRAKURIKULER

- Pramuka
- Paskibra
- KKR
- Rohani Islam (ROHIS)
- Jurnalistik
- MTK
- Pembinaan Bakat Seni (Tradisional & Modern)
- Taekwondo
- Olahraga

## KELAS UNGGUL

Pada tahun pelajaran 2018/2019 MTsN 2 Bandar Lampung kembali menerima calon siswa/i baru yang berkualitas untuk menjadi siswa/i MTsN 2 Bandar Lampung.

354390  
409955





## B. PENDAFTARAN

### Syarat Pendaftaran:

- Peringkat 1-10 di kelasnya (kelas 6 semester ganjil) atau nilai rata-ratanya 78,00 pada kelas 5 s/d 6 SD/MI (dibuktikan dengan menunjukkan surat keterangan rangking dari kepala Sekolah/madrasah)
- Menyerahkan photo copy raport kelas 5 s/d 6 sebanyak 2 lembar (dengan dibuktikan membawa/menunjukkan raport Asli)
- Melampirkan bukti prestasi tingkat Kabupaten/Kota, Provinsi dan Nasional berupa piagam atau sejenisnya (jika ada) dengan menunjukkan aslinya
- Diutamakan bagi yang memiliki kemampuan Bahasa Inggris atau bahasa Arab
- Menyerahkan pas photo berwarna ukuran 3x4 = 2 lembar dan 2x3 = 2 lembar

### WAKTU PENDAFTARAN :

Tanggal : 26 Maret - 05 April 2018  
Pukul : 13.00-16.00

### TEST LISAN :

- \* Test Praktik Membaca Al Qur'an (langsung pada saat pendaftaran)
- \* Wawancara Bahasa Inggris (langsung pada saat pendaftaran)

### TEMPAT PENDAFTARAN :

MTsN 2 Bandar Lampung

### TEST TULIS :

Hari / Tgl : Sabtu, 07 April 2018  
Pukul : 13.00-15.00  
Materi : Bahasa Inggris, Matematika, IPA dan Agama

### BIAYA PENDAFTARAN :

Rp. 50.000,-

### PENGUMUMAN :

Hari/Tgl : 09 April 2018  
Pukul : 14.00 WIB

## C. BIAYA KELAS UNGGUL

Untuk tahun Pelajaran 2018 - 2019 biaya yang dikenakan untuk siswa/i baru kelas Unggul tiap bulannya bervariasi atas dasar kemampuan/kesediaan orang tua/wali murid, yaitu sbb:

- a) Rp. 200.000, -atau c) Rp. 220.000,- atau  
b) Rp. 210.000, -atau d) Rp. >220.000,-

*Brosur MTs Negeri 2 Bandar Lampung*