

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pada bab sebelumnya telah disajikan paparan data penelitian dan temuan-temuan penelitian yang diperoleh dari dua situs yaitu MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek. Dalam bab ini, temuan-temuan penelitian akan dibahas lebih lanjut. Pembahasan dilakukan dengan analisis komparatif dan analisis teoritik. Analisis komparatif dilakukan antar temuan yang diperoleh di situs satu dengan temuan-temuan di situs lainnya. Tujuan analisis tersebut adalah untuk merumuskan konsep atau teori yang disintesiskan pada tataran generalitas yang berbeda-beda.

Selanjutnya dilakukan analisis substantif dengan mengacu pada teori-teori atau konsep yang telah ada atau berkembang. Teori atau konsep tersebut adalah tentang strategi *marketing* lembaga pendidikan islam. Analisis dilakukan untuk menemukan makna atau hakikat yang mendasari pertanyaan-pertanyaan yang ditemukan. Dalam pembahasan temuan penelitian tentang strategi *marketing* lembaga pendidikan islam, yaitu (a) formulasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam ; (b) implementasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam ; dan (c) evaluasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam yang dilakukan oleh dua situs yaitu MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek.

## **A. Strategi Formulasi *Marketing* Lembaga Pendidikan Islam**

### **1. Strategi Formulasi *Marketing* MTsN Model Trenggalek**

Berkaitan terkait formulasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam, maka secara rinci akan diuraikan beberapa hal tentang formulasi strategi *marketing* LPI yang digunakan oleh MTsN Model Trenggalek dan MTsN Kampak Trenggalek.

Pada MTsN Model Trenggalek merumuskan dan menetapkan visi, misi dan tujuan lembaga menjadi salah satu strategi *marketing* lembaga guna menarik minat dan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan yang ditawarkan.

*Segmentasi* pasar juga dilakukan oleh lembaga, tujuannya agar visi, misi dan tujuan yang telah dibuat sesuai dengan harapan masyarakat calon pengguna jasa pendidikan. Apabila lembaga mampu menjawab kebutuhan masyarakat, maka lembaga akan mampu memasarkan jasa lembaganya pada masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di lembaga pendidikan Islam.

Strategi yang digunakan lembaga dalam memasarkan jasa pendidikannya kepada masyarakat dan calon peserta didik baru yaitu melalui berbagai kegiatan yang telah direncanakan secara baik. Seperti kegiatan MIPA dan pendaftaran melalui jalur bakat minat.

Pada umumnya wali murid sangat menyambut baik kegiatan ini. Karena disamping putra-putri mereka dapat mengenal lebih dekat lembaga yang minati untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, wali murid

juga dapat mengetahui seberapa jauh kualitas putra-putrinya dalam pemahaman bidang akademik.

Selain itu pula lembaga menerapkan strategi bauran pemasaran yang mempertimbangkan *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*.

Langkah ini diambil karena setelah lembaga melakukan *survei* pasar, ternyata masyarakat selalu mempertimbangkan produk dari lembaga yaitu program dan layanan apa yang didapat dari lembaga kepada peserta didik.

Harga juga menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan lembaga dalam memikat calon pengguna jasa pendidikan. Pada MTsN Model wali murid tidak keberatan untuk membayar dengan nominal yang cukup besar, karena kepercayaan masyarakat atas lembaga dapat menjadikan putra-putri mereka berkualitas dalam hal akademik dan agama.

Lokasi madrasah juga menjadi strategi *marketing* yang patut dipertimbangkan oleh masyarakat dan calon peserta didik. Selain fasilitas, kualitas, program yang ditawarkan madrasah, masyarakat juga sering memandang lokasi madrasah sebagai acuan keamanan dan kenyamanan putra-putrinya.

Lokasi lembaga pada MTsN Model sangat mudah dijangkau oleh peserta didik. Karena lokasinya berada pada jalur transportasi kota. Apabila peserta didik naik kendaraan umum mereka dapat langsung turun tepat didepan lokasi MTsN Mode Trenggalek. MTsN Model Trenggaek

berbekal lokasi madrasah yang sangat strategis dan mudah di jangkau, karena berada pada wilayah perkotaan dan merupakan jalur transportasi Kabupaten Trenggalek dengan Kabupaten Pacitan, Kecamatan Karanngan, Suruh Dongko dan Panggul, sehingga lokasi madrasah sangat strategis untuk peserta didik yang berangkat menggunakan jasa kendaraan umum dapat langsung turun di depan gerbang madrasah. Begitu juga dengan peserta didik yang berkedianan di luar kota, maka akan sangat mudah mencari lokasi MTsN Model Trenggalek.

Promosi yang dilakukan oleh MTsN Model Trenggalek selain datang langsung MI/SD untuk sosialisasi kegiatan MIPA, juga menyebarkan brosur agar dapat lebih mudah menyebar ke masyarakat luas dari tangan ke tangan. Promosi sebagai salah satu cara mudah untuk mengenalkan dan menyampaikan informasi madrasah kepada masyarakat luas, semua yang ada pada MTsN Model Trenggalek pada dasarnya dapat menarik masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan lembaga pendidikan islam, sehingga perlu adanya peran serta semua warga madrasah untuk lebih mengenalkan lembaga kepada masyarakat dan calon pengguna jasa pendidikan.

Upaya promosi yang dilakukan oleh lembaga diantaranya melalui media website, pemasangan spanduk, dan promosi langsung ke MI/SD untuk mengikuti kegiatan MIPA yang setiap tahun diselenggarakan oleh lembaga untuk menjaring calon peserta didik baru. Selain itu madrasah sering mengikuti kegiatan-kegiatan karnaval yang diselenggarakan oleh

pemerintah daerah sebagai sarana promosi lembaga yang dapat disaksikan langsung oleh masyarakat luas melalui kreasi seni yang ditampilkan para siswa.

Selain itu sumberdaya manusia dalam kegiatan *marketing* lembaga pendidikan islam juga sangat menentukan keberhasilan lembaga dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan. Oleh karena itu perlu dibentuk sebuah Tim *marketing* yang handal dan bertanggung jawab agar proses promosi ini dapat sesuai dengan harapan.

Terkait sumberdaya yang dimiliki oleh MTsN Model Trenggalek sudah tidak diragukan lagi. Karena lembaga memiliki sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi sesuai dengan bidangnya masing-masing. Sehingga kualitas peserta didik dapat dikatakan sangat baik pada tingkat Kabupaten bahkan sampai tingkat Propinsi Jawa Timur.

Formulasi strategi pemasaran juga memerlukan bukti fisik berupa sarana dan prasarana yang memadai. Sehingga madrasah dalam ini telah memiliki bangunan dan ruangan-ruangan yang mencukupi untuk kebutuhan belajar siswa. Tidak dipungkiri lagi bahwa bukti fisik berupa sarana dan prasarana merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dan calon peserta didik untuk menggunakan jasa pendidikan pada sekolah yang diminati. Madrasah juga memiliki sarana peribadatan yang lengkap, berupa bangunan masjid yang kokoh berserta kelengkapan untuk beribadah para warga madrasah.

Untuk sarana dan prasarana, MTsN Model Trenggalek memiliki lahan yang cukup luas, serta ruang kelas yaitu kelas X terdapat 10 ruang kelas sedangkan kelas XI dan XII masing-masing terdapat 12 ruang kelas. Lembaga juga menyediakan tempat beribadah berupa sebuah masjid yang cukup besar, perpustakaan untuk menyalurkan minat baca siswa serta sarana laboratorium yang lengkap untuk bahasa dan IPA.

Proses pelayanan lembaga kepada peserta didik dan wali murid serta masyarakat sangat diutamakan. Sehingga pengguna jasa pendidikan mendapatkan kepuasan dari setiap pelayanan yang diberikan oleh lembaga.

Selain itu madrasah juga menentukan formulasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam dengan mengadakan kegiatan-kegiatan pengenalan madrasah kepada masyarakat dan calon peserta didik.

Dalam menformulasikan sebuah strategi *marketing* lembaga pendidikan Islam, Kepala Madrasah perlu membuat sebuah kebijakan yang nantinya kebijakan tersebut dilaksanakan oleh semua *stakeholder* lembaga. Kebijakan tersebut berupa pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi dan beasiswa bagi siswa kurang mampu. Diharapkan dengan adanya kebijakan ini, dapat memacu semangat peserta didik untuk lebih giat dalam belajar dan menarik perhatian masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya pada MTsN Model Trenggalek.

## 2. Strategi Formulasi *Marketing* MTsN Kampak Trenggalek

Strategi formulasi *marketing* yang dilakukan oleh MTsN Kampak Trenggalek meliputi kegiatan rapat koordinasi dengan seluruh dewan guru dan dewan komite madrasah untuk membentuk sebuah panitia PPDB dan tim promosi madrasah yang nantinya berperan penting dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan.

MTsN Kampak Trenggalek telah memiliki visi dan misi yang telah ditetapkan dalam sebuah surat keputusan, yang nantinya apabila terjadi pergantian kepala madrasah maka tidak terjadi perubahan dalam visi dan misi lembaga. Visi dan misi lembaga dirasa dapat menarik minat dan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya pada MTsN Kampak Trenggalek.

Selain itu penetapan sasaran pemasaran juga dibicarakan saat rapat dalam menyusun formulasi *marketing* lembaga, yaitu sasaran pasar lembaga meliputi seluruh siswa-siswi tingkat MI/SD yang berada disekitar MTsN Kampak Trenggalek, bahkan sampai daerah-daerah terpencil yaitu anak-anak yang bertempat tinggal pada daerah pengunungan.

Strategi yang digunakan oleh lembaga dalam bidang *marketing* yaitu menggunakan bauran pemasaran. Yang terdiri dari produk yang ditawarkan, biaya pendidikan, lokasi lembaga yang sangat mudah dijangkau dari tiga wilayah terdekat yaitu Kecamatan Gandusari, Kecamatan Munjungan, dan Kecamatan Watulimo.

MTsN Kampak juga sangat gencar melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat dan MI/SD untuk memperkenalkan lembaganya sambil menyebarkan brosur yang berisi pendaftaran kegiatan MIPA dan PPDB kepada masyarakat.

Sumberdaya yang dimiliki oleh MTsN Kampak juga sudah sangat baik, terbukti dengan semua tenaga pendidik berkualifikasi S1 dengan jurusan keahliannya masing-masing serta tenaga kependidikan yang sangat baik dalam proses pelayanan baik administrasi keamanan.

Pelayanan lembaga merupakan aktifitas rutin yang dilakukan oleh seluruh *stakeholder* maupun peserta didik sehingga menjadi suatu budaya yang dapat memberikan pengalaman dan kenyamanan bagi semua pihak. Proses pembelajaran yang dilakukan secara profesional oleh para pendidik merupakan daya pikat masyarakat terhadap lembaga dan program-program ekstrakurikuler yang dapat menambah ketrampilan peserta didik. Selain itu juga terdapat layanan penjagaan yang baik demi keamanan dan kenyamanan warga sekolah oleh para satpam lembaga. Terdapat pula layanan bimbingan konseling (BK) yang disediakan untuk setiap permasalahan terkait psikologis guru terlebih siswa sebagai tempat konsultasi terkait permasalahan yang terjadi pada diri siswa dan guru. Dari semua pelayanan yang diberikan kepada para pengguna jasa pendidikan ini dengan rasa senang hati semua saling berbagai kepada teman sebaya, saudara di luar madrasah sehingga terjadi proses *marketing* lembaga melalui para alumni madrasah.



Lokasi madrasah juga menjadi salah satu strategi *marketing* yang patut di perhatikan. MTsN Kampak terletak pada jalur transportasi penghubung beberapa wilayah dua kecamatan. Sehingga sangat mudah dijangkau apabila para siswa dan orang tua menggunakan kendaraan umum dapat turun tepat di depan gerbang madrasah. Perihal inilah yang menjadi salah satu keunggulan yang dapat ditawarkan madrasah kepada calon pengguna jasa pendidikan.

Promosi merupakan sarana yang begitu penting dalam proses *marketing* lembaga untuk mengenalkan madrasah kepada masyarakat luas. Oleh karena itu dibentuk panitia penerimaan peserta didik baru yang terdiri dari beberapa dewan guru, waka humas untuk terjun langsung ke masyarakat dan sekolah tingkat MI/SD untuk menawarkan jasa pendidikan kepada para siswa dan masyarakat luas.

Karena begitu pentingnya promosi, sehingga panitia penerimaan peserta didik baru, sehingga sumberdaya yang menanganinya juga perlu kecakapan dalam bidang promosi agar tujuan madrasah dapat tercapai.

Bukti fisik berupa sarana dan prasarana juga menjadi pertimbangan bagi calon pengguna jasa pendidikan dalam hal ini adalah masyarakat dan calon peserta didik. Seperti gedung, ruang belajar, laboratorium, serta sarana belajar lainnya yang dibuthkan oleh para siswa dan dapat menunjang proses pembelajaran secara maksimal.

Proses pelayanan madrasah juga begitu penting untuk diperhatikan. Program-program yang terdiri dari berbagai unsur guna kebutuhan madrasah

dan peserta didik perlu direncanakan sejak awal agar semua dapat berjalan lancar sesuai dengan harapan berbagai pihak yaitu dari masyarakat selaku pengguna jasa pendidikan dan guru selaku pelaku jasa pendidikan.

Kebijakan yang diambil oleh kepala madrasah untuk menarik minat dan meningkatkan pengguna jasa pendidikan yaitu pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi dan beasiswa bagi siswa tidak mampu.

Bila merujuk dari pembahasan diatas, terlihat jelas dari beberapa strategi *marketing* yang digunakan oleh kedua lembaga pendidikan islam tersebut sesuai dengan teori berikut : menurut Buchari Alma dan Hurriyati bahwa formulasi strategi pemasaran adalah menggunakan konsep 7P yang terdiri dari 4P tradisional, yaitu *product, place, place, promotion*, dan ditambah dengan 3P yang khusus diperuntukkan untuk dunia pendidikan yaitu *people, physical evidence, dan process* untuk manajemen layanan.<sup>1</sup>

## **B. Strategi Impelementasi *Marketing* Lembaga Pendidikan Islam**

### **1. Strategi Impelementasi *Marketing* MTsN Model Trenggalek**

Berkaitan dengan implementasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam pada kedua lembaga, maka akan dijelaskan secara terperinci diantara langkah yang digunakan oleh madrasah. Proses *marketing* merupakan bukti nyata dari formulasi yang telah dirumuskan secara rinci sejak awal. Semua itu dilakukan untuk tercapainya visi, misi dan tujuan lembaga pendidikan islam yang telah dibentuk dan disepakati bersama seluruh warga lembaga pendidikan islam.

---

<sup>1</sup> Buchri Alma, Ratih Hurriyati, *Manajemen Coorporate* ....., 303

Proses implementasi *marketing* lembaga pendidikan islam yang dilakukan oleh MTsN Model Trenggalek yaitu dengan menyelenggarakan program MIPA yang selalu menjadi salah satu tumpuan dalam menjangkau calon pengguna jasa pendidikan yang baik dan berstandar lembaga yang telah ditetapkan. Kegiatan tersebut dilakukan secara intensif dan begitu diminati oleh para peserta calon pengguna jasa pendidikan. Mereka juga dapat mengenal secara dekat lembaga yang kelak akan menjadi tepat menuntut ilmu dikemudian hari. Wali murid dari para peserta MIPA juga sangat mendukung dan menyambut baik kegiatan ini. Para dewan guru sebagai pendamping para siswa juga merasa senang apabila siswa-siswi mereka akhirnya setelah lulus dari jenjang MI/SD melanjutkan ke MTsN Model Trenggalek.

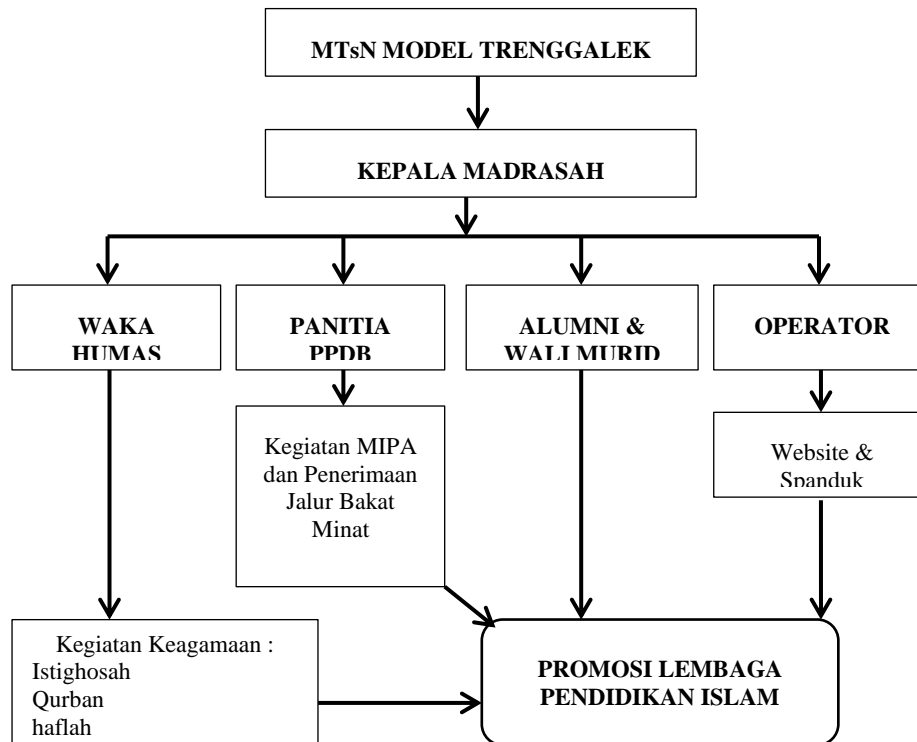
Lokasi lembaga juga menjadi salah satu daya pikat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya karena berada pada wilayah kota Trenggalek. Selain itu letak geografis lembaga yang sangat mudah dijangkau apabila para siswa menggunakan jasa kendaraan umum. Mereka dapat langsung turun didepan gerbang madrasah tanpa perlu jauh jauh berjalan kaki menuju lokasi lembaga berada.

Begitu pula dengan promosi yang lembaga lakukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan pengguna jasa pendidikan. Sebagai rutinitas setiap tahunnya lembaga selalu mengadakan istighosah bersama wali murid dan seluruh siswa kelas akhir saat akan menjelang ujian, kegiatan qurban guna melatih siswa menjadi insan yang tawadu'.

Seluruh program yang diimplementasikan oleh panitia PPDB dan tim promosi tidak terlepas dari pendanaan lembaga. Sehingga panitia PPDB dan tim promosi harus merinci kebutuhan yang dibutuhkan, kemudian dikoordinasikan dengan bendahara lembaga.

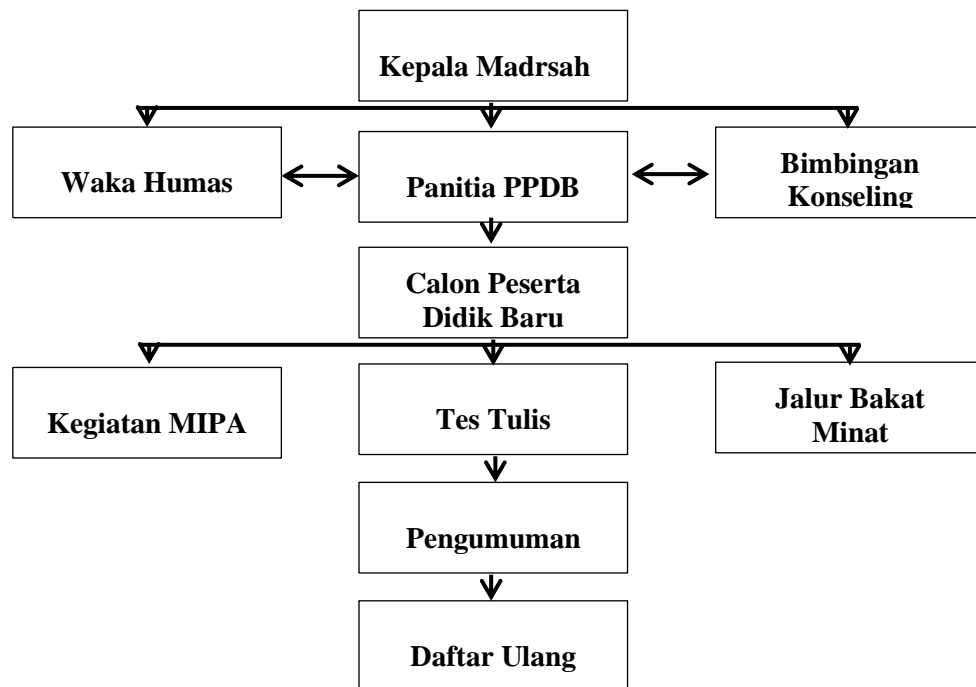
Bendahara lembaga sebagai penyanggah dana kegiatan memberikan sesuai dengan kebutuhan panitia PPDB dan tim promosi agar kegiatan yang telah dirancang secara baik dapat berjalan baik dan maksimal.

Pengadaan spanduk yang dipasang pada letak yang strategis dan pengelolaan website lembaga juga dilakukan agar jaringan *marketing* lembaga dapat lebih luas diketahui oleh masyarakat. Berikut gambaran jalur promosi yang dilakukan oleh MTsN Model Trenggalek :



Gambar 5.1. Alur Pelaksanaan Promosi MTsN Model Trenggalek

Untuk mempermudah calon peserta didik baru dan wali murid serta masyarakat memahami proses pendaftaran pada MTsN Model Trenggalek, maka lembaga membuat prosedur yang harus diikuti oleh calon peserta didik baru dan wali murid. Tujuannya agar proses pelayanan lembaga dapat berjalan dengan baik dan rapi serta lembaga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan bagi calon peserta didik dan wali murid. Berikut pola penerimaan peserta didik baru yang dilakukan oleh lembaga :



Gambar 5.2. Prosedur *marketing* MTsN Model Trenggalek

Tenaga pendidik selaku pembimbing dan pembina para siswa selalu memberikan teladan yang baik bagi peserta didik. Selain itu para siswa juga diharuskan mampu membaca al-Qur'an dengan baik serta mengamalkannya dalam peribdatan sehari-hari.

Keberadaan sarana dan prasarana seperti bangunan, ruang kelas, laboratorium dan segala fasilitas yang diperlukan oleh warga lembaga pendidikan sebagai penunjang proses pembelajaran pada lembaga madrasah yang sesuai dengan fungsinya merupakan suatu kewajiban yang harus dimiliki. Standarisasi sarana dan prasarana telah lembaga lakukan, sehingga peningkatan pengguna jasa pendidikan akan terealisasi dengan baik karena segala permintaan masyarakat dalam tiga tahun terakhir semakin banyak. Perihal itu merupakan salah satu indikator bahwa

peningkatan pengguna jasa pendidikan semakin tinggi serta didukung dengan fasilitas yang kelak akan menghasilkan lulusan yang berkualitas.

*Brand name* dari MTsN Model Trenggalek sudah terkenal sampai ke pelosok daerah, sehingga pendaftar calon pengguna jasa pendidikan sampai melebihi kapasitas kelas yang disediakan. Oleh karena itu pembangunan sarana dan prasarana terus dilakukan agar kebutuhan pengguna jasa pendidikan dapat tercukupi.

## **2. Strategi Implementasi *Marketing* MTsN Kampak Trenggalek**

Sedangkan Implementasi strategi *marketing* dari MTsN Kampak Trenggalek dilakukan dengan berbagai kegiatan yang menunjukkan adanya upaya peningkatan pengguna jasa pendidikan. Proses *marketing* dilakukan secara efektif dan efisien, konsisten dan penuh rasa tanggung jawab oleh seluruh panitia yang telah dibentuk. Hal tersebut dilakukan agar visi, misi dan tujuan dari lembaga pendidikan islam dapat terwujud.

MTsN Kampak Trenggalek dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan membuat program berupa kegiatan MIPA dan sosialisasi langsung kepada calon peserta didik tingkat MI/SD dan masyarakat. Agar mereka dapat mengenal lebih dekat tentang profil dari lembaga.

Setiap program dan kegiatan pasti membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit. Oleh karena itu panitia PPDB dan tim promosi MTsN Kampak Trenggalek membuat rincian kebutuhan kemudian dikoordinasikan kepada bendahara lembaga sebagai laporan kebutuhan PPDB dan promosi lembaga.

Namun kesadaran dari panitia PPDB dan tim promosi dalam memiliki lembaga begitu besar, sehingga tidak jarang dari mereka dengan suka rela menyumbangkan apa yang mereka miliki berupa materiil untuk proses promosi lembaga.

Setiap berkunjung pada MI/SD untuk memberikan sosialisasi dan pemberian brosur MIPA, tim promosi selalu membawakan buah tangan yang diberikan kepada lembaga yang mereka datangi. Seperti memberi kertas HVS dan spidol *board marker* sampai memberi makanan ringan berupa jajanan untuk dapat dinikmati oleh dewan guru MI/SD yang di datangi.

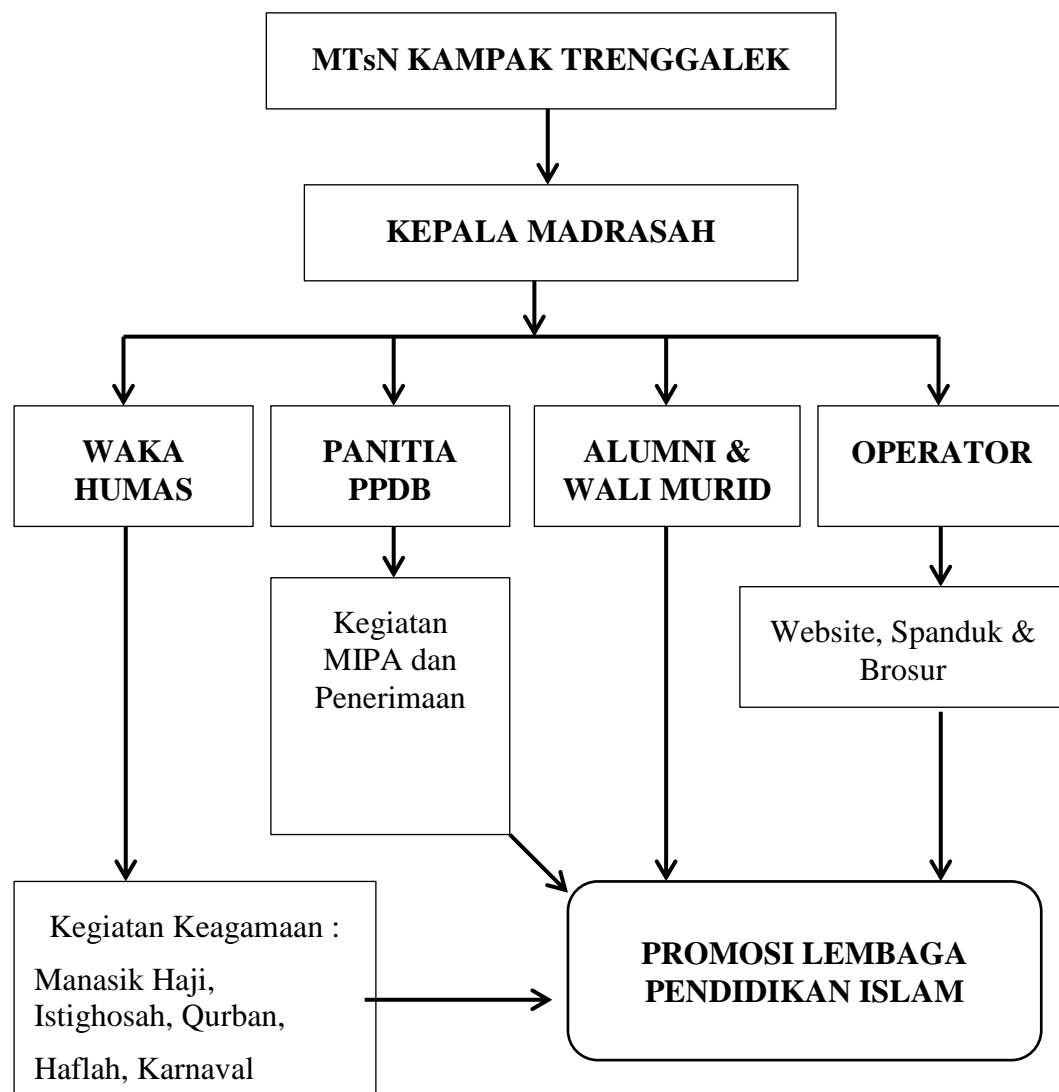
Lokasi madrasah yang berada pada jalur ramai, sehingga lembaga menyediakan layanan pengamanan dengan menyediakan Satpam dan bantuan Kepolisian pada waktu tertentu seperti pada saat lembaga mengadakan kegiatan besar, perlu melibatkan polisi demi keamanan dan kenyamanan berbagai pihak.

Begitu pula dengan layanan administrasi yang dilakukan secara transparan serta pemberian informasi yang cepat, mudah, tepat dan akurat yang menjadi tujuan kerja dari para tenaga kependidikan. Karena hal tersebut bermaksud untuk memberi kemudahan bagi orang tua, masyarakat dan siswa untuk mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa pendidikan.

Upaya yang dilakukan sebagai bagian dari promosi dan kegiatan rutin serta diketahui dan diikuti masyarakat yaitu melalui kegiatan istighosah atau



berdoa bersama, qurban yang dapat menimbulkan rasa memiliki lembaga pendidikan. Selain itu bentuk promosi berupa pengadaan spanduk, brosur dan pengelolaan website juga masih dipandang efektif dan terus dikembangkan guna kemudahan masyarakat dalam mengakses informasi dari lembaga. Berikut adalah pola promosi yang dilakukan oleh MTsN Kampak Trenggalek.



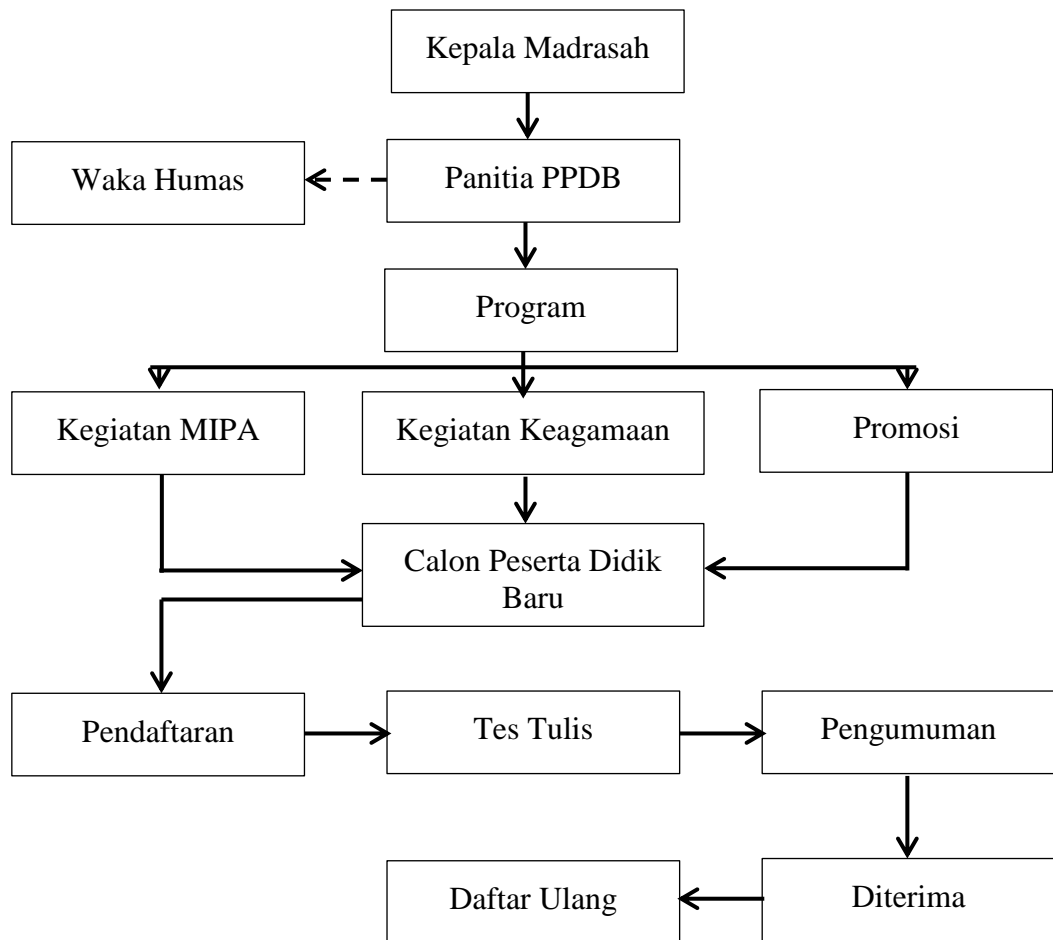
Gambar 5.3. Alur Pelaksanaan Promosi MTsN Kampak Trenggalek

Tenaga pendidik dan tenaga kependidikan memiliki peranan penting dalam proses implementasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam.

Karena mereka merupakan ujung tombak perjuangan dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan. Sehingga profesionalitas kerja sangat dibutuhkan demi terwujudnya tujuan lembaga pendidikan dalam meningkatkan pengguna jasa pendidikan.

Bangunan dan ruang yang terdiri dari kelas, laboratorium serta segala fasilitas yang dapat mendukung terlaksananya proses pembelajaran secara efektif dan efisien menjadi salah satu elemen penting dalam sarana dan prasarana pada MTsN Kampak. Kemampuan penyediaan sarana dan prasarana standar pemerintah telah dilakukan, ini dilakukan akibat permintaan masyarakat dalam tiga tahun terakhir begitu besar. Perihal tersebut merupakan salah satu indikator peningkatan pengguna jasa pendidikan pada MTsN Kampak Trenggalek.

Untuk memudahkan calon peserta didik dan wali murid dalam memahami proses pendaftaran, maka MTsN Kampak membuat prosedur pendaftaran yang harus diikuti. Ini bertujuan agar lembaga dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi calon peserta didik beserta wali murid. Berikut ini adalah prosedur pendaftaran MTsN Kampak Trenggalek :



Gambar 5.4. Prosedur *marketing* MTsN Kampak Trenggalek

Proses pembelajaran juga dilaksanakan dengan baik. Davies dan Ellison dalam Maisaroh mengemukakan terdapat 3 proses *marketing* yaitu : *strategic intent*, *strategic market analysis*, *strategic implementation*.<sup>2</sup> Implementasi strategi *marketing* merupakan aktualisasi yang sejak awal telah ditetapkan oleh lembaga untuk memikat pasar menggunakan jasa pendidikan.

<sup>2</sup> Maisyaroh, *Hubungan ....*, 34

### C. Evaluasi Strategi *Marketing* Lembaga Pendidikan Islam

Evaluasi merupakan sebuah proses pengukuran akan efektifitas strategi yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan pemasaran madrasah itu sendiri.<sup>3</sup> Evaluasi strategi *marketing* lembaga pendidikan islam di MTsN Model Trenggalek dilakukan melalui rapat pda setiap sektor kegiatan, kepanitiaan dan kedinasan. Semakin banyak kegiatan evaluasi yang dilakukan maka akan semakin banyak diketahui kekurangan dan adanya upaya dalam meningkatkan dan perkembangan. Dengan demikian strategi yang digunakan akan membawa hasil yang baik sebagai bentuk tercapainya peningkatan pengguna jasa pendidikan.

Begitu pula yang dilakukan oleh MTsN Kampak Trenggalek, evaluasi dilakukan dengan dilaksanakannya rapat kepanitiaan, rapat kegiatan sampai pada rapat kedinasan yang bertujuan untuk mengetahui kekurangan dari setiap sektor. Setelah ditemukan kekurangan maka akan dilakukan pembenahan berupa upaya peningkatan agar tercapai tujuan lembaga yaitu meningkatkan pengguna jasa pendidikan. Rapat yang dilakukan dimulai dari rapat awal tahun, tegah semester dan akhir semester. Ini dilakukan sebagai wujud bahwa kegiatan *marketing* dilakukan dan terus dievaluasi.

Evaluasi yang telah dilakukan oleh kedua lembaga pendidikan islam diatas, sesuai dengan pendapat Curtis yang mengemukakan bahwa evaluasi merupakan pengukuran akan efektifitas strategi yang digunakan dalam mencapai tujuan madrasah.

---

<sup>3</sup> B Curtis; James J. Floyd; Jerry L. Winsor, *Komunikasi .....*, 414

Melalui kegiatan evaluasi akan diketahui kelemahan dan kekurangan dari strategi yang digunakan, sehingga dapat dilakukan pembenahan dan perencanaan program lain untuk meningkatkan pengguna jasa pendidikan seperti yang diharapkan oleh lembaga pendidikan islam.

Setelah memperhatikan pembahasan dari paparan data diatas, maka dianalisa bahwa formulasi strategi *marketing* pada kedua lembaga pendidikan islam tersebut sesuai dengan pendapat Buchori Alma dengan konsep 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*. Sebagaimana strategi tersebut telah dibahas dan diuraikan pada bab empat.