

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Konsep Manajemen Pelayanan

Menurut Manulang sebagaimana dikutip oleh Ratminto & Atik Septi Winarsih mengemukakan bahwa manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan daripada sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu.¹Tujuan dari perusahaan atau lembaga pendidikan akan tercapai dengan baik apabila manajemennya dikelola dengan baik pula. Kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atau lembaga pendidikan ditentukan salah satunya oleh manajemen pelayanan yang bagus atau servis yang baik terhadap pelanggan.

¹ Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 1.

Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos yang dikutip oleh Ratmiko & Atik Septi Winarsih bahwa pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.² Dari dua definisi di atas dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan.

Ciri-ciri lain yang lebih lengkap yang dapat dipakai untuk memahami pengertian pelayanan telah diberikan Zemke dalam Collins dan McLaughlin yang dikutip oleh Ratmiko & Atik Septi dapat dilihat dalam table 1 di bawah ini :³

Gambar Tabel 1

Karakteristik produk (barang) dan pelayanan

Produk (Barang)	Jasa Pelayanan
Konsumen memiliki objeknya	Konsumen memiliki kenangan. Pengalaman atau memori tersebut tidak bisa dijual atau diberikan kepada orang lain.
Tujuan pembuatan barang adalah keseragaman, semua barang adalah sama.	Tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah keunikan. Setiap konsumen dan setiap kontak adalah 'spesial'.

²*Ibid, ...*

³*Ibid,...*

Suatu produk atau barang dapat disimpan di gudang, sampelnya dapat dikirim ke konsumen.	Suatu pelayanan terjadi saat tertentu, ini tidak dapat disimpan di gudang atau dikirim contohnya.
Konsumen adalah pengguna akhir yang tidak terlibat dalam proses produksi.	Konsumen adalah rekanan yang terlibat dalam proses produksi.
Kontrol kualitas dilakukan dengan cara membandingkan output dengan spesifikasinya.	Konsumen melakukan kontrol kualitas dengan cara membandingkan harapannya dengan pengalamannya.
Jika terjadi kesalahan produksi, produk (barang) dapat ditarik kembali dari pasar.	Jika terjadi kesalahan, satu-satunya cara yang bisa dilakukan untuk memperbaiki adalah meminta maaf.
Moral karyawan sangat penting	Moral karyawan berperan sangat menentukan.

Manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai suatu proses penerapan ilmu dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktifitas-aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan.⁴

2. Perencanaan Pelayanan Pendidikan

⁴Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan...*, 4.

Pelayanan dasar atau pelayanan minimum menurut jenisnya adalah pelayanan kewargaan, pelayanan kesehatan, pelayanan pendidikan, dan pelayanan ekonomi. Layanan pendidikan di sekolah sebagai pelayanan publik dinyatakan dalam pasal 5 ayat 2 UU No. 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik yang selengkapnya berbunyi: ruang lingkup sebagaimana dimaksud pada ayat 2 meliputi pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, perhubungan, sumberdaya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya.⁵

Berdasarkan UU No. 25 Tahun 2009 pasal 5 ayat 2 di atas tentang layanan pendidikan sebagai pelayanan publik penulis mengambil fokus pada pelayanan pendidikan pada pengajarannya. Pengajaran di sini adalah pengajaran akademis dan non akademis. Tuntutan masyarakat adalah layanan yang berkualitas atau layanan yang bermutu.

Usman, menyatakan bahwa mutu adalah produk dan atau jasa yang sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan dan memuaskan pelanggan. Mutu dibidang pendidikan meliputi mutu input, proses, output, dan outcome. Input pendidikan dinyatakan bermutu jika siap berproses. Proses pendidikan bermutu apabila mampu menciptakan suasana yang PAKEMB (Pembelajaran yang Aktif, Kreatif, Efektif, Menyenangkan, dan Bermakna). *Output* dinyatakan bermutu jika hasil

⁵Muhammad Bastri, *Budaya Mutu dalam Pelayanan Pendidikan*, Jurnal Otoritas Volume 1, Nomor 2, 2011, 112.

belajar akademik dan non akademik siswa yang tinggi. *Outcome* dinyatakan bermakna apabila lulusan cepat terserap di dunia kerja, gaji wajar, semua pihak mengakui kehebatan lulusan dan merasa puas.⁶

Joseph M. Juran sebagaimana yang dikutip oleh Arcaro menyebut mutu sebagai tepat untuk pakai, dan menurutnya bahwa tepat untuk dipakai, ditentukan oleh pemakai bukan oleh pemberi layanan. Dasar misi mutu sebuah sekolah adalah mengembangkan program dan layanan yang memenuhi kebutuhan pengguna, seperti siswa dan masyarakat. Pandangan Juran tentang mutu adalah:⁷

- (1) meraih mutu merupakan proses yang tidak mengenal akhir.
- (2) perbaikan mutu merupakan proses berkesinambungan, bukan program sekali jalan.
- (2) mutu memerlukan kepemimpinan dari anggota dewan sekolah dan administrator.
- (3) pelatihan massal merupakan prasyarat.

Jadi perencanaan pelayanan pendidikan berpedoman pada UU No. 25 Tahun 2009 pasal 5 ayat 2 tentang layanan pendidikan sebagai pelayanan publik mengambil fokus pada pelayanan pendidikan pada pengajarannya. Pengajaran di sini adalah pengajaran yang sesuai dengan tuntutan masyarakat yaitu pelayanan pendidikan yang fokus pada pengajaran yang bermutu, baik akademis dan non akademis.

⁶Usman, H, *Manajemen Teori Praktik & Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 479.

⁷ Arcaro, J.S, *Pendidikan Berbasis Mutu : Prinsip-prinsip dan Tata Langkah Penerapan*, *Terjemahan Yosol Iriantara*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 8-10.

3. Pengimplementasian Pelayanan Pendidikan

Pelayanan pendidikan merupakan persoalan yang serius bagi para manajer termasuk manajer pendidikan Islam, terutama ketika mereka menghendaki peningkatan di segala bidang sebagai modal dasar dalam memajukan lembaga pendidikan yang dikendalikannya. Terlebih lagi bagi manajer yang merencanakan lembaganya bisa mengungguli lembaga lain, tentu pelayanan menjadi salah satu komponen pengelolaan pendidikan yang harus mendapat perhatian khusus.⁸

Dalil dalam al Qur'an yang berkaitan dengan implementasi pelayanan adalah sebagaimana QS. Al Hasyr (59) : 9

وَالَّذِينَ تَبَوَّءُوا الدَّارَ وَالْإِيمَانَ مِنْ قَبْلِهِمْ يُحِبُّونَ مَنْ هَاجَرَ إِلَيْهِمْ وَلَا يَجِدُونَ فِي صُدُورِهِمْ حَاجَةً مِمَّا أُوتُوا وَيُؤْتُونَ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَمَنْ يُوقَ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya“Dan orang-orang yang Telah menempati kota Madinah dan Telah beriman (Anshor) sebelum (kedatangan) mereka (Muhajirin), mereka (Anshor) 'mencintai' orang yang berhijrah kepada mereka (Muhajirin).Dan mereka (Anshor) tiada menaruh keinginan dalam hati mereka terhadap apa-apa yang diberikan kepada mereka (Muhajirin); dan mereka mengutamakan (orang-orang Muhajirin), atas diri mereka

⁸ Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam: Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), 193.

*sendiri, sekalipun mereka dalam kesusahan. dan siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, mereka Itulah orang-orang yang beruntung”.*⁹

Ayat di atas nampak adanya usaha untuk menghormati dan melayani orang lain (dalam konteks ini kaum Muhajirin). Kaum Anshor rela dengan apa yang diberikan kepada kaum Muhajirin. Sehingga ayat ini bisa mengilhami bagaimana harusnya implementasi pelayanan dalam bidang pendidikan maupun dalam bidang lainnya. Keikhlasan pelayan dan kerelaan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Ada beberapa konsekuensi dari ayat tersebut yaitu:¹⁰

- a. Adanya usaha untuk menghormati atau melayani orang lain (dalam konteks ini kaum Muhajirin).
- b. Kaum Ansor rela dengan apa yang diberikan pada kaum Muhajirin
- c. Kaum Ansor mengutamakan penghormatan kepada kaum Muhajirin
- d. Kaum Ansor rela mengalahkannya sendiri.

Ayat tersebut dapat mengilhami sikap atau perilaku para manajer pendidikan Islam, mereka dapat meneladani sikap kaum Ansor dalam berinteraksi dengan kaum Muhajirin yang mencerminkan nilai-nilai pengorbanan.

⁹ Al Qur'an Terjemah, Surakarta: Penerbit Media Insani, 2007.

¹⁰ Prastyawan, *Implementasi Manajemen Layanan dalam Pendidikan Islam*, Jurnal studi Keislaman Volume 5, Nomor 1, 2015, 81.

Dalam konteks Manajemen pendidikan Islam, nilai-nilai pengorbanan itu bisa berupa hal-hal berikut ini:

- 1) Kesadaran untuk mengendalikan kepentingan diri sendiri
- 2) Kesadaran untuk mengutamakan kepentingan orang lain
- 3) Kesadaran untuk memuaskan orang lain
- 4) Kesadaran untuk menghindari kekecewaan orang lain sejauh mungkin.
- 5) Kesadaran untuk membangkitkan perasaan orang lain agar mencintai lembaga pendidikan Islam.¹¹

Oleh karena itu, paradigma yang perlu dijadikan pegangan bagi manajer lembaga pendidikan Islam, baik kapasitasnya sebagai kepala Madrasah, Kepala Sekolah, Pengasuh/Kyai Pesantren, Ketua jurusan, Dekan, maupun Rektor adalah sebagai *Khodim Al Ummat* (pelayan umat). Yang berarti mereka harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada orang lain baik jajaran pimpinan, para guru/ustadz/dosen, siswa/santri/mahasiswa, para karyawan, para wali siswa/santri/mahasiswa, para pengguna lulusan, para tamu lembaga, para duta atau utusan lembaga lain, dan masyarakat secara luas.

Untuk bisa memberikan pelayanan yang terbaik, seorang manajer pendidikan Islam harus mampu melakukan langkah-langkah dalam pengorganisasian sebagai berikut:¹²

¹¹ Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam*, 194.

- a) Tujuan, manajer harus mengetahui tujuan organisasi yang ingin dicapai; apa *profit motive* atau *service motive*.
- b) Penentuan kegiatan-kegiatan, artinya manajer harus mengetahui, merumuskan dan menspesifikasikan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi dan menyusun daftar kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.
- c) Pengelompokan kegiatan-kegiatan, artinya manajer harus mengelompokkan kegiatan-kegiatan ke dalam beberapa kelompok atas dasar tujuan yang sama; kegiatan-kegiatan yang bersamaan dan berkaitan erat disatukan ke dalam satu departemen atau satu bagian.
- d) Pendelegasian wewenang, artinya manajer harus menetapkan besarnya wewenang yang akan didelegasikan kepada setiap departemen.
- e) Rentang kendali, artinya manajer harus menetapkan jumlah karyawan pada setiap departemen atau bagian.
- f) Perincian peranan perorangan, artinya manajer harus menetapkan dengan jelas tugas-tugas setiap individu karyawan, supaya tumpang-tindih tugas terhindarkan.
- g) Tipe organisasi, artinya manajer harus menetapkan tipe organisasi apa yang akan dipakai, apakah "*line organization, line and staff organization* ataukah *function organization*".

¹²Prastyawan, *Implementasi Manajemen Layanan dalam Pendidikan Islam*, Jurnal studi Keislaman Volume 5, Nomor 1, 2015, 82.

h) Struktur organisasi (*organization chart* = bagan organisasi), artinya manajer harus menetapkan struktur organisasi yang bagaimana yang akan dipergunakan, apa struktur organisasi "segitiga vertikal, segitiga horizontal, berbentuk lingkaran, berbentuk setengah lingkaran, berbentuk kerucut vertikal/horizontal ataukah berbentuk oval".

Dengan pelaksanaan langkah-langkah pengorganisasian di atas, maka pengimplementasian pelayanan pendidikan pada lembaga pendidikan dapat berjalan dengan baik, sehingga lembaga pendidikan tersebut dapat memberikan pelayanan yang terbaik pada pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Para pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal akan merasa nyaman dan puas dengan pelaksanaan langkah-langkah tersebut yang nanti pada akhirnya kualitas pendidikan akan meningkat.

Falsafah yang harus diimplementasikan oleh manajer lembaga pendidikan Islam adalah falsafah penjual. Sebagai penjual yang baik, ada sikap-sikap tertentu yang ditampilkan kepada para pembeli, antara lain:

- 1) Berusaha memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat
- 2) Berusaha bersikap ramah
- 3) Berusaha mematok harga yang bersaing
- 4) Berusaha menghibur pembeli
- 5) Berusaha bersikap jujur (apa adanya)

- 6) Berusaha mampu menahan diri dari perasaan kecewa jika ada pembeli yang bersikap kurang menyenangkan.

Falsafah penjual ini jelas kontras dengan falsafah pembeli. Jika pembeli seringkali diibaratkan sebagai Raja, maka penjual diibaratkan sebagai Pelayan.¹³ Seorang manajer pendidikan Islam harus mampu menempatkan dirinya untuk bisa melayani setiap pelanggan baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Perilaku penjual ini harus dikondisikan kepada seluruh individu yang terlibat pengelolaan lembaga pendidikan Islam, mulai dari manajer puncak, manajer madya, manajer terendah, hingga staf-staf paling bawah sekalipun.

Mereka harus memiliki satu tekad yang sama untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada siapa saja, baik melalui sandi-sandi ucapan maupun tindakan. Aplikasi perilaku semacam ini akan mudah tersosialisasikan dengan kontrol yang ketat dan dimulai dari manajer puncak sebagai pemegang posisi tertinggi. Islam mengajarkan dengan ungkapan , *ibda' bi nafsik* (mulailah dengan dirimu sendiri), maka orang lain akan mengikutinya.

Jamal Madhi menegaskan, siapa yang menginginkan jerih payah dan kinerja yang serius dari bawahannya, maka dia harus menjadi contoh

¹³*Ibid, ...*

pertama dalam pekerjaannya.¹⁴Pelayanan dalam pendidikan Islam mencakup berbagai hal, seperti pelayanan pembelajaran, yang paling merasakan manfaat pelayanan ini adalah para siswa/santri/mahasiswa, pelayanan bimbingan dan konseling bagi siswa/santri/mahasiswa maupun guru/ustadz/dosen, pelayanan kepegawaian, pelayanan keuangan, dan pelayanan kesejahteraan.

Pelanggan pendidikan terdiri atas dua jenis. Ada pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Sementara itu, pelanggan eksternal terdiri atas pelanggan primer, sekunder, dan tersier. Dalam Panduan Manajemen Sekolah telah dirinci para pelaku masing-masing pelanggan itu sebagai berikut:¹⁵

- a) Pelanggan internal terdiri atas guru, pustakawan, laboran, teknisi, dan tenaga administrasi.
- b) Pelanggan eksternal yang merupakan pelanggan primer, yaitu siswa; pelanggan sekunder, yaitu orangtua, pemerintah, dan masyarakat; dan pelanggan tersier, yaitu pemakai atau penerima lulusan, baik lembaga pendidikan yang lebih tinggi maupun dunia usaha.

Salah satu pelanggan yang harus mendapat perhatian pula adalah pelanggan internal yaitu para guru dan karyawan, apabila dalam suatu instansi hubungan internal ini tidak atau kurang bermutu, maka pada

¹⁴Jamal Madhi, *Menjadi Pemimpin yang Efektif dan Berpengaruh Tinjauan Manajemen Kepemimpinan Islam*, terj. Amang Syafruddin dan Ahmad Fauzan, (Bandung: PT. Syaamil Cipta Media, 2002), 28.

¹⁵*Panduan Manajemen Sekolah*, (ttp: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Pendidikan Menengah Umum, 1998), 170-171.

akhirnya mungkin akan mempengaruhi kualitas pelayanan pada pelanggan eksternal primer yaitu para siswa. Dalam manajemen layanan, manajer harus berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada semua pelanggan dengan menggerakkan semua pimpinan dan staf untuk memberikan kepuasan kepada semua pihak melalui berbagai cara.

Menurut Mulyasa, ada sifat layanan yang harus diwujudkan oleh kepala sekolah agar pelanggan puas, yakni layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan (*reliability*), mampu menjamin kualitas pembelajaran (*assurance*), iklim sekolah yang kondusif (*tangible*), memberikan perhatian penuh kepada peserta didik (*emphaty*), dan cepat tanggap terhadap kebutuhan peserta didik (*responsibility*).¹⁶

Dari uraian di atas maka implementasi pelayanan pendidikan pada suatu lembaga pendidikan akan berjalan dengan baik apabila seorang manajer mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan internal maupun pelanggan eksternal dan manajer bisa memberikan ketauladanan dalam memberikan pelayanan dengan menerapkan falsafah perilaku penjual kepada seluruh individu yang terlibat pengelolaan lembaga pendidikan Islam, mulai dari manajer puncak, manajer madya, manajer terendah, hingga staf-staf paling bawah sekalipun. Mereka harus memiliki satu tekad yang sama untuk memberikan pelayanan yang

¹⁶ E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional dalam Konteks Menyukkseskan MBS dan KBK*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), 26.

terbaik kepada siapa saja, baik melalui sandi-sandi ucapan maupun tindakan.

4. Penyelesaian Aktifitas Pelayanan Pendidikan

Manajer pendidikan Islam dituntut mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan internal dan pelanggan eksternal. Kedua pelanggan tersebut memiliki hubungan timbal balik dan saling membutuhkan: pelanggan internal membutuhkan pelanggan eksternal, sedangkan pelanggan eksternal membutuhkan keberadaan pelanggan internal.

Apabila pelanggan internal dilayani dengan baik, kemudian mereka merasa puas, maka pelayanan yang diterimanya akan menjadi faktor terbentuknya sikap-sikap profesional dalam bekerja, seperti berusaha meningkatkan kinerja, meningkatkan loyalitas, meningkatkan kedisiplinan, dan sebagainya. Selanjutnya, apabila pelanggan eksternal dilayani dengan baik dan mereka merasakan kepuasan, maka akan menumbuhkan kepercayaan yang tinggi pada eksistensi lembaga, bahkan mereka akan memberikan dukungan riil.

Usaha manajer memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan internal maupun eksternal merupakan upaya membangun kekuatan lembaga dari dalam dan dari luar. Kekuatan dari dalam diperlukan untuk memberikan jaminan terhadap proses pembelajaran dan tentunya juga

kualitas pendidikan.¹⁷ Sementara itu, kekuatan dari luar dibutuhkan untuk memberikan pengakuan lalu dukungan terhadap pelaksanaan pendidikan.

Dua kekuatan besar itu harus senantiasa dikondisikan oleh manajer pendidikan Islam guna memperkuat posisi akademik dan posisi popularitas lembaga pendidikan Islam. Untuk meningkatkan pelayanan pendidikan, kepala sekolah harus bisa melaksanakan tanggung jawab dan wewenangnya dengan baik. Tanggung jawab dan wewenang kepala madrasah meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a) Edukator, bertugas melaksanakan proses belajar mengajar secara efektif dan efisien.
- b) Selaku Manajer, dalam hal ini bertugas untuk menyusun perencanaan, mengadakan rapat, mengorganisasikan kegiatan, mengatur proses belajar mengajar, mengarahkan kegiatan, melaksanakan pengawasan dan tugas lainnya.
- c) Selaku Administrator, bertugas menyelenggarakan administrasi yang meliputi: perencanaan, pengorganisasian, kesiswaan, ketatausahaan, pengarahan, kantor, pengkoordinasian, keuangan, kurikulum, dan lain-lain.
- d) Supervisor, bertugas menyelenggarakan supervisi bidang : Proses belajar mengajar, kegiatan ketatausahaan, kegiatan BP/BK, sarana dan prasarana, kegiatan ekstrakurikuler dan lain-lain.

¹⁷*Ibid*, 202.

- e) Sebagai Leader (pemimpin), sebagai seorang pemimpin kepala madrasah bertanggung jawab dan berwenang untuk mengarahkan dan mengatur seluruh sistem yang ada dalam rangka mencapai tujuan lembaga.
- f) Sebagai Inovator, dalam hal ini kepala madrasah dituntut memiliki pemikiran yang jauh ke depan untuk mengadakan berbagai inovasi dan memprediksikan permasalahan yang akan muncul.
- g) Sebagai Motivator, kepala madrasah adalah seseorang yang senantiasa memberikan semangat, bimbingan kepada staf dan karyawan untuk selalu meningkatkan prestasi kerja sebagai upaya pencapaian visi dan misi lembaga.¹⁸

Usaha untuk meningkatkan pelayanan yang baik, maka manager pendidikan Islam harus berusaha untuk meningkatkan profesionalisme para pendidik dengan menugaskan mereka untuk mengikuti berbagai macam kegiatan peningkatan kemampuan dan profesionalisme seorang guru. Setelah mengikuti kegiatan tersebut diharapkan nantinya guru tersebut bisa memberikan ilmu yang dia dapatkan dari pelatihan itu kepada guru yang lain. Dan bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya dengan ilmu dan kemampuan yang didapatnya.

¹⁸Prastyawan, *Implementasi Manajemen Layanan dalam Pendidikan Islam*, Jurnal studi Keislaman Volume 5, Nomor 1, 2015, 87.

Untuk bisa memberikan pelayanan yang baik kepada semua pihak, maka kepemimpinan manajer lembaga pendidikan Islam dituntut untuk:

- 1) Mampu memberdayakan guru-guru untuk melaksanakan proses pembelajaran dengan baik, lancar dan produktif.
- 2) Dapat menyelesaikan tugas dan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.
- 3) Mampu menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sehingga dapat melibatkan mereka secara aktif dalam rangka mewujudkan tujuan sekolah dan pendidikan
- 4) Berhasil menerapkan prinsip kepemimpinan yang sesuai dengan tingkat kedewasaan guru dan pegawai lain di sekolah
- 5) Bekerja dengan tim manajemen
- 6) Berhasil mewujudkan tujuan sekolah secara produktif sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.¹⁹

Semua usaha manajer tersebut untuk meraih keberhasilan lembaga pendidikan. Menurut Panduan Manajemen Sekolah , keberhasilan sekolah diukur dari tingkat kepuasan pelanggan baik internal maupun eksternal. Sekolah dikatakan berhasil jika mampu memberikan layanan sama atau melebihi harapan pelanggan. Dilihat dari jenis pelanggannya, sekolah dikatakan berhasil jika:

¹⁹ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah , Konsep , Strategi, dan Implementasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), 126.

- a) Siswa puas dengan layanan sekolah. Misalnya, puas dengan pelajaran yang diterima, puas dengan perlakuan guru maupun pimpinan dan puas dengan fasilitas yang disediakan sekolah. Intinya, siswa menikmati situasi sekolah.
- b) Orangtua puas dengan layanan terhadap anaknya maupun layanan terhadap orang tua. Misalnya, puas karena menerima laporan periodik tentang perkembangan siswa maupun program-program sekolah.
- c) Pihak pemakai/penerima lulusan (Perguruan Tinggi, Industri, dan masyarakat) puas karena menerima lulusan dengan kualitas yang sesuai dengan harapan.
- d) Guru dan karyawan puas dengan pelayanan sekolah. Misalnya, dalam pembagian kewajiban kerja, hubungan antar guru/karyawan/pimpinan, honorarium/gaji, dan sebagainya.

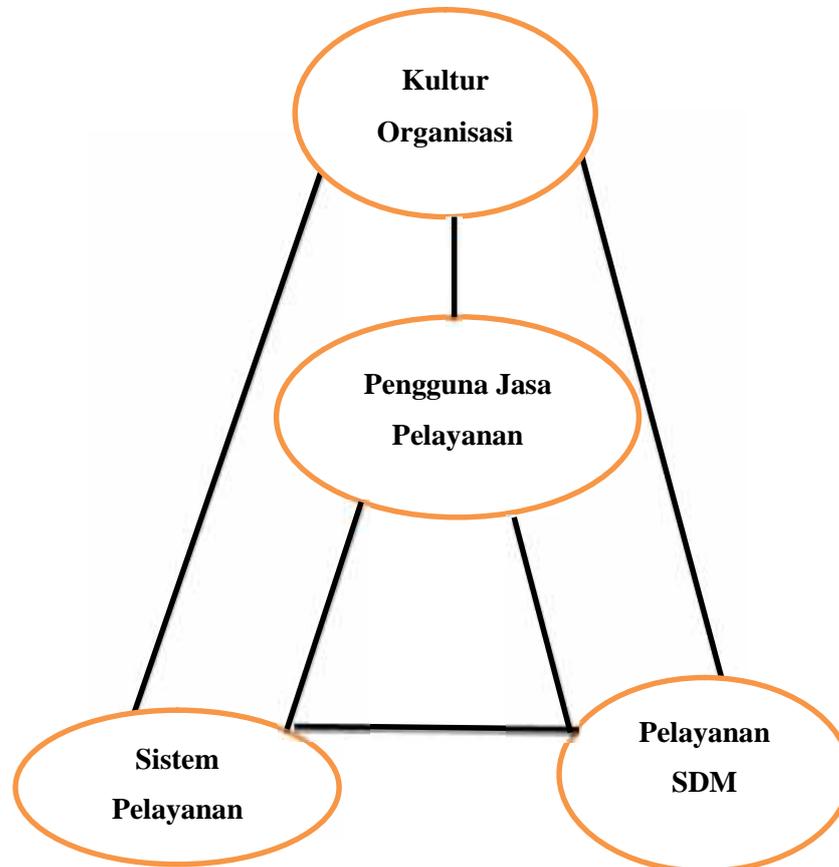
Untuk mewujudkan keberhasilan tersebut, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh manajer lembaga pendidikan Islam:²⁰

- 1) Berusaha memuaskan siswa/santri/mahasiswa dengan melengkapi fasilitas belajar, meningkatkan profesionalisme guru/ustadz/dosen, mengkondisikan lingkungan belajar yang kondusif, memberikan jaminan rasa aman, nyaman, dan tentram, serta menghadirkan situasi pembelajaran yang menghibur.

²⁰*Ibid*, ...

- 2) Berusaha memuaskan pegawai dengan cara meningkatkan kesejahteraan, perhatian, dan hubungan harmonis dengan mereka, memperlancar peningkatan karier mereka dan semakin memberdayakan potensi mereka melalui berbagai pelatihan, workshop, lokakarya, diskusi, seminar, kursus dan lain sebagainya.
- 3) Berusaha meyakinkan orangtua siswa/santri/mahasiswa bahwa putra putrinya terjamin keamanannya, kemampuan intelektualnya, kepribadiannya, keimanannya, dan akhlaknya melalui berbagai program bimbingan yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan Islam. Disamping itu, juga berusaha melibatkan orangtua untuk mendeteksi perkembangan anak dan jenis-jenis program bimbingan.
- 4) Berusaha membuktikan kemampuan siswa/santri/mahasiswa maupun para alumni yang andal kepada para pengguna lulusan baik lembaga yang lebih atas, perguruan tinggi, industri, maupun negara.
- 5) Berusaha mewujudkan lingkungan lembaga pendidikan Islam yang benar-benar Islami, cerdas, anggun, asri, dan mempesona kepada masyarakat luas.

Bagan 1
Model Manajemen Pelayanan



Sumber: Ratminto (2000)²¹

Gambar di atas menjelaskan bahwa manajemen pelayanan yang baik hanya akan dapat diwujudkan apabila penguatan posisi tawar pengguna jasa pelayanan mendapatkan prioritas utama. Dengan demikian, pengguna jasa diletakkan di pusat yang mendapatkan dukungan dari (a) sistem pelayanan yang mengutamakan kepentingan masyarakat, khususnya pengguna jasa, (b) kultur pelayanan dalam

²¹ Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 12.

organisasi penyelenggara pelayanan, dan (c) sumber daya manusia yang berorientasi pada kepentingan pengguna jasa.

Menurut Marzuki Mahmud, secara garis besar terdapat 5 pelayanan pendidikan, yaitu:²²

- 1) Pelayanan informasi. Layanan informasi diberikan dalam bentuk lisan maupun tertulis. Informasi lisan dapat diperoleh melalui kontak langsung secara tatap muka, sedangkan informasi tertulis dapat diberikan melalui berbagai buku pedoman seperti : brosur, spanduk, pamflet, papan pengumuman, situs website dan lain-lain.
- 2) Pelayanan sarana prasarana. Pelayanan sarana prasarana merupakan pemberian layanan dalam bentuk penyediaan sarana prasarana atau fasilitas fisik seperti: gedung sekolah, perpustakaan, laboratorium dan lain-lain.
- 3) Pelayanan administrasi. Layanan administrasi meliputi pembayaran SPP dan pembuatan surat keterangan dan sebagainya.
- 4) Pelayanan bimbingan. Layanan bimbingan diawali dengan program orientasi sekolah, bimbingan dalam mengatasi kesulitan-kesulitan khususnya kesulitan belajar dan juga masalah-masalah pribadi, bimbingan pendidikan dan pengajaran (KBM), dan bimbingan praktik keilmuan.
- 5) Pelayanan pengembangan bakat dan minat serta keterampilan.

Layanan pengembangan bakat dan minat serta keterampilan

²² Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 63-65.

dilakukan melalui kegiatan ekstrakurikuler bagi siswa. Layanan kesejahteraan. Di antara bentuk pelayanan kesejahteraan kepada siswa adalah pemberian beasiswa kepada siswa yang berprestasi khususnya kalangan kurang mampu serta pemberian keringanan SPP.

Upaya meningkatkan kualitas pengelolaan pelayanan pendidikan adalah sejalan dengan penerapan prinsip *good governance* yang mencakup transparansi, akuntabilitas, dan partisipatif, untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemanfaatan sumberdaya pendidikan termasuk penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara massal untuk pembelajaran elektronik (*e-learning*) dan e-administrasi.

Jadi penyelesaian aktifitas pelayanan pendidikan dapat terwujud apabila pelanggan eksternal dan internal yang menggunakan jasa pendidikan ditempatkan pada prioritas yang utama dan mendapat dukungan dari sistem pelayanan dalam hal ini manajer pendidikan yang mampu mengorganisasikan dan mengelola lembaganya dengan baik dan kultur pelayanan organisasi (budaya melayani dalam organisasi) yang mengutamakan pengguna jasa serta didukung oleh SDM (guru, pegawai administrasi, pustakawan, laboran, teknisi, petugas kebersihan dsb) yang berorientasi dengan kepentingan pengguna jasa atau pelanggan.

5. Teori Minat Masyarakat

Minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu.²³ Minat merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang untuk bersedia memiliki atau menguasai sesuatu. Arti minat dari segi bahasa dapat dikatakan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, tanpa ada yang menyuruh. Sementara menurut istilah dapat juga dijabarkan sebagai suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk ikut serta ataupun memiliki semua yang ada pada apa yang diminati.²⁴

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Sardiman berpendapat bahwa minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan seseorang terhadap obyek atau sesuatu kegiatan yang digemari yang disertai dengan perasaan senang, adanya perhatian, dan keaktifan berbuat. Minat mengandung unsur *kognisi* (mengetahui), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Oleh sebab itu, minat dianggap

²³ Tim Penyusunan Kamus Pusat Bahasa, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), 1027.

²⁴ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), 180.

sebagai respon yang sadar, sebab jika tidak demikian, minat tidak mempunyai arti apa-apa.

Berdasarkan definisi minat tersebut dapat dikemukakan bahwa minat mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a) Minat adalah suatu gejala psikologis
- b) Adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari subyek karena tertarik.
- c) Adanya perasaan senang terhadap obyek yang menjadi sasaran.
- d) Adanya kemauan atau kecenderungan pada diri subyek untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan.

Menurut *Krapp, et. Al* yang dikutip oleh Dewi Suhartini mencoba mengkatagorikan minat menjadi tiga yaitu:²⁵

- 1) Minat Personal

Minat personal merupakan minat yang bersifat permanen dan relative stabil yang mengarah pada minat khusus tertentu.

- 2) Minat Situasional

Minat situasional merupakan minat yang bersifat tidak permanen dan relative berganti-ganti, tergantung rangsangan dari eksternal.

- 3) Minat Psikologikal

²⁵ Dewi, Suhartini, “*Minat Siswa Terhadap Topik-Topik Mata Pelajaran Sejarah dan Beberapa Faktor yang Melatarbelakanginya*”, Disertasi, PPS Universitas Pendidikan Indonesia, 2001, 23.

Minat psikologikal merupakan minat yang erat kaitannya dengan adanya interaksi antara minat personal dengan minat situasional yang terus menerus dan berkesinambungan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa semakin berkualitas dan bermutu pelayanan sekolah terhadap pelanggan dalam hal ini masyarakat maka masyarakat sebagai konsumen akan puas dan senang sehingga lembaga pendidikan itu mendapat kepercayaan dari masyarakat secara terus menerus. Dengan demikian minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut meningkat secara berkesinambungan.

B. Penelitian Terdahulu

1. Tesis karya Dedik Fatkul Anwar melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan” di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta.²⁶ Penelitian yang dilakukan pada tahun 2014 ini terfokus pada strategi pemasaran, implementasi dan faktor pendukung serta penghambat pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan pelayanan pendidikan. Hasilnya menunjukkan bahwa sekolah tersebut menggunakan dua cara dalam pemasaran, yaitu pemasaran langsung dan tidak langsung. Implementasinya dimulai dengan merumuskan strategi, membuat taktik, dan menunjukkan nilai lebih yang dimiliki

²⁶Dedik Fatkul Anwar, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta*, (Yogyakarta:Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2014), 1.

sekolah. Faktor pendukung pemasaran yang dimiliki oleh lembaga pendidikan ini adalah memiliki segmen yang jelas, kepercayaan masyarakat yang tinggi, dan lokasi yang strategis. Sedangkan factor penghambatnya adalah belum adanya tim promosi, belum memiliki konsep promosi yang sistemis, dan tidak ada evaluasi.

2. Tesis karya Diana Sufa Rahmawati melakukan penelitian dengan judul “Partisipasi Masyarakat dalam Pelayanan Pendidikan” di SDN Cibeusi dan SDN Jatinangor.²⁷ Penelitian yang dilakukan pada tahun 2011 ini terfokus pada bagaimana partisipasi dan usaha sekolah dalam memberikan pelayanan pendidikan di SDN Cibeusi dan SDN Jatinangor. Tesis ini membahas tentang gambaran partisipasi masyarakat dalam pelayanan pendidikan, upaya sekolah memberikan peluang kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam pelayanan pendidikan dan analisa pengukuran partisipasi masyarakat. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya partisipasi masyarakat dalam menyusun dan membuat keputusan, pelaksanaan dan pengawasan pelayanan pendidikan berupa dana dan tenaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan positivism dengan pengumpulan data kualitatif dan jenis penelitian deskriptif.
3. Tesis karya Kuni Fathonah dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1

²⁷ Diana Sufa Rahmawati, *Partisipasi Masyarakat dalam Pelayanan Pendidikan di SDN Cibeusi dan SDN Jatinangor*, (Jakarta: Pascasarjana UI, 2011), 1.

Sragen”.²⁸Dalam penelitian ini membahas tiga pokok bahasan yaitu strategi pemasaran jasa pendidikan, factor pendukung dan penghambat, solusi terhadap hambatan strategi pemasaran jasa pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan yang dilakukan Madrasah Aliyah Negeri I Sragen adalah: (a). Pemasaran secara langsung, yaitu dengan pemanfaatan IT, media cetak maupun elektronik. (b). Pemasaran tidak langsung yaitu dengan mengadakan sosialisasi ke Sekolah Menengah Pertama maupun Madrasah Tsanawiyah dan kepada masyarakat. Faktor pendukung antara lain; guru yang mengajar sesuai bidang, letaknya yang geografis, harga murah, kepercayaan yang tinggi dari masyarakat. Sedang, faktor penghambat meliputi sarana-prasarana yang masih kurang sehingga terpaksa banyak membuang calon siswa baru, banyaknya pesaing antar lembaga dan masih adanya siswa yang terpaksa karena orangtua. Solusi yang dilakukan madrasah terhadap penghambat antara lain; dari segi pelayanan fisik madrasah berusaha untuk mengumpulkan dana guna menambah ruangan, sedangkan dari pelayanan non fisik madrasah selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumen.

4. Tesis karya Gloria Joice M. Sianipar dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pada

²⁸ Kuni Fathonah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen*, (Surakarta: Pascasarjana IAIN Surakarta, 2016), 1.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan”.²⁹ Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dan bagaimana pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi UHN. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan Fakultas Ekonomi UHN terhadap kepuasan mahasiswa dan untuk menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi UHN. Peneliti menggunakan teknik penarikan sampel dengan metode proportionate stratified random sampling, Data yang dikumpulkan menggunakan kuisioner dengan satuan pengukuran Skala Likert, di mana data diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan mengambil sampel sebanyak 30 orang yang ada di Fakultas Ekonomi UHN. Hasil penelitian menunjukkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi UHN. Secara parsial variabel jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi UHN. Hasil hipotesis kedua melalui uji t menunjukkan kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa.

5. Tesis karya Azhar dengan judul “Peranan Total Quality Manajemen dalam Meningkatkan Pelayanan Akademik di Madrasah Aliyah

²⁹ Gloria Joice M. Sianipar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan*, (Medan:Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2011), 1.

Negeri Kuala Enok Kabupaten Indragiri Hilir”.³⁰ Penelitian ini beris tentang mutu dan kualitas pelayanan akademik yang diberikan madrasah kepada pelanggan, manajemen mutu dan kualitas di Madrasah Aliyah di Kabupaten Indragiri Hilir, Persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam di Kuala Enok di Kabupaten Indragiri Hilir dan Image madrasah sebagai satuan pendidikan alternatif (kedua), sehingga mempengaruhi minat masyarakat untuk memilih madrasah sebagai sarana pendidikan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*). Hasil penelitian menghasilkan bahwa Pelayanan akademik dan Manajemen Akademik di MAN Kuala Enok Kabupaten Indragiri Hilir dalam perspektif Total Quality Management (TQM) adalah baik. Dimana, dari analisis persentase 81,32%.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang fokus pada strategi pemasaran jasa pendidikan dan fokus pada partisipasi masyarakat dalam pelayanan pendidikan peneliti belum menemukan penelitian mengenai manajemen pelayanan pendidikan untuk meningkatkan minat masyarakat di tingkat MTsN/SMP. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti tentang “Manajemen Pelayanan Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MTsN Tulungagung dan SMPN 1 Tulungagung”.

³⁰ Azhar, *Peranan Total Quality Manajemen dalam Meningkatkan Pelayanan Akademik di Madrasah Aliyah Negeri Kuala Enok Kabupaten Indragiri Hilir*, (Pekanbaru: Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau), 2011. 1.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Level Penelitian	Tahun	Jenis dan Pendekatan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dedik Fatkul Anwar	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan” di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta	Tesis	2014	Penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, studi kasus dengan lokasi penelitian di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta	Hasilnya menunjukkan bahwa sekolah tersebut menggunakan dua cara dalam pemasaran, yaitu pemasaran langsung dan tidak langsung. Implementasinya dimulai dengan merumuskan strategi, membuat taktik, dan	Sama-sama membahas tentang pelayanan pendidikan	Fokus pada strategi pemasaran jasa pendidikan

						menunjukkan nilai lebih yang dimiliki sekolah.		
2.	Diana Sufa Rahmawati	Partisipasi Masyarakat dalam Pelayanan Pendidikan di SDN Cibeusi dan SDN Jatinangor.	Tesis	2011	Penelitian ini menggunakan pendekatan positivism dengan pengumpulan data kualitatif dan jenis penelitian deskriptif.	. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa adanya partisipasi masyarakat dalam menyusun dan membuat keputusan, pelaksanaan dan pengawasan pelayanan pendidikan berupa dana dan tenaga.	Sama-sama membahas tentang pelayanan pendidikan	Fokus pada partisipasi masyarakat dalam pelayanan pendidikan
3.	Kuni Fathonah	Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam	Tesis	2016	Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	Sama-sama membahas tentang	Fokus tentang pemasaran

		Meningkatkan Pelayanan Pendidikan di MAN 1 Sragen			kualitatif	yang dilakukan Madrasah Aliyah Negeri I Sragen adalah: (a). Pemasaran secara langsung, yaitu dengan pemanfaatan IT, media cetak maupun elektronik. (b). Pemasaran tidak langsung yaitu dengan mengadakan sosialisasi ke Sekolah Menengah Pertama maupun Madrasah Tsanawiyah dan kepada masyarakat.	pelayanan pendidikan	jasa pendidikan
--	--	---	--	--	------------	--	----------------------	-----------------

4.	Gloria Joice M. Sianipar	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan	Tesis	2011	Peneliti menggunakan teknik penarikan sampel dengan metode proportionate stratified random sampling	Hasil penelitian menunjukkan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi UHN.	Fokus pada kualitas pelayanan pendidikan	Tujuan penelitian untuk mengetahui kepuasan dan loyalitas mahasiswa
5.	Azhar	Peranan Total Quality Manajemen dalam Meningkatkan	Tesis	2011	Penelitian ini merupakan penelitian lapangan(field reseach).	Hasil penelitian menghasilkan bahwa Pelayanan akademik dan Manajemen	Sama-sama ada unsurnya	Focus pada perspektif Total

		Pelayanan Akademik di Madrasah Aliyah Negeri Kuala Enok Kabupaten Indragiri Hilir				Akademikdi MAN Kuala Enok Kabupaten Indragiri Hilir dalam perspektif Total Quality Management (TQM) adalah baik. Dimana, dari analisis persentase81,32%.	pelayanan akademik	Quality Manajemen (TQM)
--	--	---	--	--	--	--	--------------------	-------------------------

C. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini berisi skema tentang konsep dan teori yang digunakan peneliti sebagai pijakan dalam menggali data di lapangan. Adapun konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Manajemen pelayanan adalah sebagai proses penerapan ilmu untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktifitas-aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan pelayanan.³¹ Pelayanan pendidikan adalah memberikan layanan terbaik yang berorientasi pada kepentingan pelanggan jasa pendidikan sehingga memungkinkan pemasar jasa pendidikan untuk memberikan kepuasan pelanggan jasa pendidikan yang optimal.³² Dari pengertian tersebut, maka manajemen pelayanan pendidikan dapat dikatakan sebagai rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengimplementasian, dan solusi atau penyelesaian manajemen pelayanan pendidikan dalam mencapai tujuan pelayanan pendidikan atau organisasi.
- b. Minat masyarakat terhadap sekolah adalah kecenderungan orang tua wali murid dalam memilih pendidikan untuk anaknya yang

³¹Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 4.

³² Dedik Fatkul Anwar, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta*, (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2014), 38.

diwujudkan dengan menyekolahkan anaknya ke sekolah sebagai pilihan untuk pendidikan anaknya.³³

Dari konsep di atas, maka yang dimaksud dengan manajemen pelayanan pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat adalah sebagai proses penerapan ilmu untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengkoordinasikan dan menyelesaikan aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan pelayanan pendidikan yang maksimal di masyarakat, sehingga masyarakat mempunyai kecenderungan untuk menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan tersebut.

³³ Aji Sofa, *Model Peningkatan Minat Masyarakat Terhadap Madrasah Ibtidaiyah di Jawa Tengah*, Jurnal Nadwa Volume 6, Nomor 1, 2012, 97.

Bagan 2
Paradigma Penelitian

