**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCAPAI TUJUAN LEMBAGA DALAM MENINGKATKAN**

**JUMLAH SISWA**

**(Studi Kasus pada MAN Teomokole)**

**TESIS**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Pendidikan

**OLEH:**

**AMNIA DAUD**

**NPM: 118232002**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2013**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENCAPAI TUJUAN LEMBAGA DALAM MENINGKATKAN**

**JUMLAH SISWA**

**(Studi Kasus Pada MAN Teomokole)**

**TESIS**

**OLEH:**

**AMNIA DAUD**

**NPM: 118232002**

 Tesis Ini Telah Memenuhi Persyaratan Karya Tulis Ilmiah Yang Disetujui Oleh Pembimbing Serta Telah Diujikan Dalam Sidang Tugas Akhir Guna Memperoleh Gelar Magister Manajemen Konsentrasi Pendidikan

Bandung, Oktober 2013

TIM PEMBIMBING



Dr.H. Undang Juju, MP



|  |  |
| --- | --- |
| Prof. Dr. H. M. Didi Turmudzi, M.SiDirektur Pascasarjana | TTD1.gifDr. H. Yusuf Arifin, S.Si, MMKetua Program Magister Manajemen |

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**Jl.Sumatra no …. Bandung 40116**

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya :

Nama : Amnia Daud

NPM : 118232002

Konsentrasi : Pendidikan

Menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya,tesis ini,adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (magister),baik di Universitas Pasundan maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan,rumusan dan penilaian saya sendiri,tanpa bantuan pihak lain,kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain,kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini,maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini,serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Bandung, Maret 2013



Amnia Daud

NPM.118232002

**ABSTRAK**

Amnia Daud, Penulis Tesis dengan Judul “Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Tujuan Lembaga (Studi Kasus pada MAN Teomokole)”. Program Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah peningkatan jumlah siswa di MAN Teomokole masih belum sesuai dengan target yang telah ditetapkan, sehingga perlu adanya langkah-langkah dalam menyusun strategi yang efektif dalam pemasaran lembaga pendidikan ini. Fokus penelitian ini adalah pemenuhan kebutuhan pasar, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran MAN Teomokole, mengidentifikasi strategi pemasaran yang diterapkan di MAN Teomokole, dan mengidentifikasi program pemasaran yang tepat pada MAN Teomokole.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Data diperoleh dengan cara observasi, wawancara, dan studi dokumentasi yang relevan sesuai dengan kajian masalah.

Hasil penelitian memberikan informasi bahwa lingkungan eksternal MAN Teomokole memiliki pasar yang cukup potensial. Strategi pemasaran MAN Teomokole menggunakan pendekatan analisis SWOT, yaitu mencermati kekuatan yang dimiliki dan disandingkan dengan peluang yang ada sehingga memberikan nilai-nilai positif bagi lembaga ini. Menyiasati kelemahan yang dimiliki dan disandingkan dengan ancaman yang dihadapi, sehingga mempunyai strategi yang tepat untuk memecahkan masalah ini. Program pemasaran MAN Teomokole adalah melakukan hubungan dengan masyarakat secara intensif agar memperoleh dukungan positif dari masyarakat baik moril maupun finansial.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Tujuan Lembaga

**ABSTRACT**

Amnia David, author of a thesis entitled "Analysis of Marketing Strategies For Achieving Goals Organization (A Case Study on MAN Teomokole)". Graduate School Of University Of Pasundan Bandung.

Background in this study was an increase in the number of students in MAN Teomokole is still not in accordance with the targets that have been set, so the need for steps in crafting effective strategies in the marketing of this institution. The focus of this research is the fulfillment of market needs, identify factors internal and external marketing MAN Teomokole, identify marketing strategies applied to the MAN Teomokole, and identifying the right marketing program on MAN Teomokole

This includes research into the types of qualitative research with SWOT analysis approach. The Data obtained by means of observation, interview, and study the relevant documentation in accordance with the study of the problem.

Research results provide information that the external environment MAN Teomokole have sufficient market potential. MAN Teomokole marketing strategy using a SWOT analysis approach, i.e. observing powers and juxtaposed with the opportunity to give positive values for these institutions. Get around the weakness owned and juxtaposed with the threat facing, so that it has the right strategy to solve this problem. MAN Teomokole Marketing Program is to conduct relations with the community in order to obtain an intensive support of the positive moral and financial society.

Keywords : Marketing Strategy, Institution Objective

**KATA PENGANTAR**

*Assalaamualaikum wr. wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas limpahan karunia-Nyalah sehingga karya tulis rencana penelitian ini dapat diselesaikan. Salam dan salawat juga tak lupa dilimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan kerabatnya yang telah merevolusi kehidupan dari kegelapan kepada kehidupan yang terang dan penuh dengan kebenaran. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Ibunda Halija (Almh) dan ayahanda KH. Daud Abdullah (alm) yang telah membesarkan dan memberikan bimbingan yang terarah mulai dari masa kanak-kanak sampai menginjak dewasa.

Penelitian ini berjudul, “Analisis Strategi Pemasaran untuk Mencapai Tujuan Lembaga Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa (Studi Kasus pada MAN Teomokole)”. Penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh manajemen MAN (Madrasah Aliyah Negeri) Teomokole dalam mendorong atau memotivasi para calon siswa untuk memilih sekolah tersebut sebagai tempat mengenyam pendidikan. Kemampuan yang mumpuni dan pola serta strategi yang dilakukan, dapat mendorong masyarakat atau para peminat untuk tertarik memilih sekolah di MAN Teomokole. Kemampuan ini, tidak saja dalam hal eksternal akan tetapi juga di dalam mendorong pihak sekolah secara internal khususnya di dalam menciptakan kualitas pendidikan yang baik agar menjadi pendorong utama bagi para calon siswa. Adapun yang menjadi fokus di dalam penelitian ini adalah teknik mempengaruhi para konsumen pendidikan dengan strategi pemasaran kepada masyarakat umum agar mereka tidak mengalihkan perhatiannya di sekolah lain.

Penulis sangat menyadari bahwa keberhasilan yang dicapai dalam pengajuan usulan penelitian ini semata-mata bukanlah daya upaya peneliti sendiri, tetapi banyak pihak telah memberikan bantuan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini sudah sewajarnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada dosen pembimbing **Dr. H. Undang Juju, MP** merangkap Sekretaris Program Studi Magister Manajemen yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan secara terus menerus kepada penulis.

Ucapan terima kasih juga tak lupa disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf, Sp. M.Si. M. Kom. Rektor Universitas Pasundan Bandung
2. Prof. Dr. H.M Didi Turmudzi, M.Si. Direktur Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung
3. Dr. H. Yusuf Arifin, SSi, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung
4. Prof. Dr. H. Tb. Hasanuddin., M.Sc. CPA, Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung
5. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu sehingga bisa diterapkan dalam kehidupan nyata
6. Seluruh staf administrasi Magister Manajemen Universitas Pasundan Bandung atas pelayanannya yang baik selama ini
7. Segenap pimpinan, guru dan staff MAN Teomokole yang telah memberikan bantuannya dalam rangka penyusunan tesis ini.
8. Saudara kandung; yaitu Zakiah Nurdin, Intina Daud, Abdul Manan, Mubarak, dan Abdul Haris Daud yang telah memberikan dorongan selama proses penyusunan tesis ini.
9. Rekan-rekan peserta studi Program Magister Manajemen Konsentrasi Pendidikan Universitas Pasundan Bandung atas bantuan dukungan dan kerja samanya.
10. Para pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materil yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu selama penyelesaian proposal ini.

Demikian pengantar proposal ini, sumbangan pemikiran dan kritikan yang konstruktif sangat diharapkan untuk menjadi bahan-bahan pembanding dalam penyusunan proposal penelitian yang akan datang.

Bandung, Oktober 2013

Penulis

Amnia Daud

NPM 118232002

**DAFTAR ISI**

 Hal

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN ii

SURAT PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

* 1. Latar Belakang Penelitian 1
	2. Fokus Penelitian 11
	3. Rumusan Masalah 11
	4. Tujuan Penelitian 12
	5. Kegunaan Penelitian 12

BABII KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

* 1. Kajian Pustaka 14
		1. Pengertian Manajemen 14
		2. Pengertian Pemasaran 16
		3. Pengertian Manajemen Pemasaran 17
		4. Pengertian Manajemen Strategi 19
		5. Perencanaan 26
		6. Kekuatan Lingkungan yang Mempengaruhi Suatu Organisasi 29
		7. Strategi Pemasaran 33
		8. Analisi SWOT 39
		9. Konsep Jasa 41
		10. Jasa di Bidang Pendidikan 42
		11. Bauran Pemasaran Jasa 48
		12. Penelitian Terdahulu 53
	2. Kerangka Pemikiran 56
		1. Hubungan antara Strategi Pemasaran dengan Lingkungan Eksternal 57
		2. Hubungan antara Strategi Pemasaran dengan Lingkungan Internal 58
		3. Rencana Strategi Pemasaran 58
		4. Penerapan Program Pemasaran 60
	3. Proposisi Penelitian 61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

* 1. Perspektif Pendekatan Penelitian 62
	2. Tempat Penelitian 64
	3. Parameter Penelitian 64
	4. Sumber Data Penelitian 66
	5. Teknik Pengumpulan Data 66
	6. Tehnik Analisis Data 69
	7. Pengujian Keabsahan Data 70

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

* 1. Gambaran Umum Madrasah Aliyah Negeri Teomokole 72
		1. Sejarah 72
		2. Visi, Indikator, Misi, dan Tujuan MAN Teomokole 73
		3. Susunan Pengurus dan Struktur Organisasi 75
		4. Kondisi Saat Ini 77
		5. Kondisi yang Diharapkan 78
	2. Penyajian Data 79
		1. Lingkungan Eksternal 79
		2. Lingkungan Internal 87
	3. Analisis Data 91
		1. Analisis Lingkungan Eksternal 92
		2. Analisis Lingkungan Internal 93
		3. Analisis Strategi Pemasaran 111
		4. Analisis Program Pemasaran 114
	4. Pembahasan Hasil Penelitian 115
		1. Lingkungan Eksternal MAN Teomokole 115
		2. Lingkungan Internal MAN Teomokole 117
		3. Strategi Pemasaran MAN Teomokole 120
		4. Program Pemasaran MAN Teomokole 124

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

* 1. Simpulan 127
	2. Rekomendasi 129

DAFTAR PUSTAKA 130

Lampiran 132

**DAFTAR TABEL**

No. Hal

1.1 Target dan Realisasi Jumlah Siswa Hasil PPDB 6

1.2 Data Jumlah Siswa Kelas X, XI, XII MAN Teomokole 7

2.1 Ringkasan Analisis SWOT 41

2.1 Penelitian Terdahulu 55

3.1 Operasional Parameter 65

3.2 Rancangan Pedoman Wawancara 68

3.3 Rancangan Observasi dan Studi Dokumentasi 68

3.4 Rancangan Jadwal Penelitian 71

4.1 Jumlah Tenaga Kerja di MAN Teomokole Tahun 2009-2012 77

4.2 Data Siswa MAN Teomokole 2009-2012 77

4.3 Data Sekolah, Siswa dan Guru SMU/MA/SMK Menurut Kecamatan Tahun 2010/2011 81

4.4 Data Penduduk Kecamatan Kabaena 2012 84

4.5 Data Penduduk Kecamatan Kabaena 2012 85

4.6 Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Selama Seminggu, Tahun 2009-2011 86

4.7 Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Menurut Lapangan Usaha dan Jenis Kelamin, Tahun 2011 87

4.8 Data Jumlah guru MAN Teomokole Tahun 2011/2012 90

4.9 Matriks SWOT MAN Teomokole 113

4.10 Cuplikan Hasil Analisis SWOT 121

**DAFTAR GAMBAR**

No. Hal

2.1 Model Manajemen Strategis Komprehensif 23

2.2 Model Perumusan Strategi Pemasaran 38

2.1 Skematis Kerangka Pemikiran 58

3.1 Desain Penelitian 71

4.1 Struktur Organigram MAN Teomokole 77

**DAFTAR LAMPIRAN**

No. Hal

1. Surat Izin Penelitian 130

2. Sarana Dan Prasarana MAN Teomokole 131

3. Data Guru/Pegawai MAN Teomokole Tahun 2011/2012 133

4.

5.

6.

7.

8. Riwayat Hidup