

IMPLEMENTASI *MARKETING MIX 3P (PEOPLE, PROCESS, PHISYCAL EVIDENCE)* di MAN 2 KUNINGAN

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

**NURUL HIDAYATI
17086010015**

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATICIREBON
2021**

KATA PENGANTAR

Bismillâhirrahmânirrahîm

Alhamdulillah penulis panjatkan puja dan puji syukur ke hadirat Ilahi Rabbi, Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya yang tak pernah terputus sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Tak lupa shalawat dan salam selalu tercurahkan pada baginda Muhammad saw. beserta keluarganya.

Penulisan tesis ini tentunya tak lepas dari peran berbagai pihak. Tanpanya penulis tidak dapat menyelesaikan berbagai kesulitan dan hambatan yang penulis temui saat menyusun tesis ini. Pada kesempatan kali ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag, sebagai direktur Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati.
2. Bapak Dr. Muslihudin M.Ag, selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Anda Juanda, M.Pd, selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, dukungan, dan motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak H. Didin Nurul Rosidin, Ph.D, selaku Penguji utama yang telah memberikan bimbingan, arahan dalam menyempurnakan karya tulis ini.
5. Seluruh dosen, staf, dan karyawan di lingkungan Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
6. Bapak H. Iman Nuryaman, MA, selaku kepala madrasah MAN 2 Kuningan yang telah banyak membantu penulis.
7. Seluruh pendidik dan tenaga kependidikan di MAN 2 Kuningan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis yang disusun oleh penulis belumlah sempurna, baik dari segi sistematika maupun isi tesis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan tesis ini lebih baik lagi. Terlepas dari kekurangan yang ada, penulis berharap tesis ini dapat berguna kepada para pembaca dan dapat memberikan sumbangsih bagi almamater tercinta Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Februari 2021

Penulis

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang tak henti memberikan segala nikmatNya untuk peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis ini. Peneliti mempersembahkan karya tulis ini untuk orang-orang yang tak pernah lelah dalam mendoakan dan mendukung peneliti.

Alm Mimi dan Bapak yang tak henti mendoakan disetiap waktu. Tak henti mendukung dikala semua terasa tidak mungkin. Tak henti mencurahkan kasih sayang meskipun peneliti tak dapat menjadi yang terbaik. Thanks so much, my sunshine.

Suami dan Anak-anaku yang selalu mendoakan, menyemangati, dan membantu dalam menyelesaikan karya tulis ini. You're a rainbow in my days.

Dua saudara laki-laki dan sepupu perempuanku yang selalu memberikan semangat dan membantu peneliti dalam menyelesaikan karya tulis ini. Terima kasih.

Tidak ada yang bisa peneliti lakukan untuk membalas semua kebaikan

kalian. Peneliti hanya dapat berdo'a semoga Allah memberi balasan

kebaikan berkali-kali lipat. Aamiin.

LEMBAR PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI *MARKETING MIX 3P (PEOPLE, PROCESS, PHISYCAL EVIDENCE)* di MAN 2 KUNINGAN

Tesis

Program Studi: Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

NURUL HIDAYATI

NIM : 17086010015

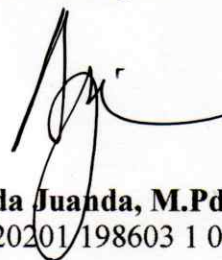
Telah disetujui pada tanggal 25 Februari 2021

Pembimbing I,



Dr. Muslihudin, M.Ag.
NIP. 19700116 200312 1 001

Pembimbing II,



Dr. Anda Juanda, M.Pd.
NIP. 19620201198603 1 020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURUL HIDAYATI

NIM : 17086010015

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati
Cirebon

Menyatakan bahwa tesis ini, secara keseluruhan adalah **ASLI** hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati, disertai kesiapan untuk bertanggung jawab atas segala resiko yang mungkin diberikan, sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 25 Februari 2021

Yang Menyatakan,



NURUL HIDAYATI
NIM. 17086010015

Dr. Muslihudin, M.Ag.
Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) Lembar
Perihal : **Penyerahan Tesis**

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudari Nurul Hidayati yang berjudul “*Implementasi Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence) di MAN 2 Kuningan*” telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Cirebon, 25 Februari 2021

Pembimbing I,



Dr. Muslihudin, M.Ag.
NIP. 19700116 200312 1 001

Dr. Anda Juanda, M.Pd.
Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran : 5 (lima) Lembar
Perihal : **Penyerahan Tesis**

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamualaikum. Wr. Wb.

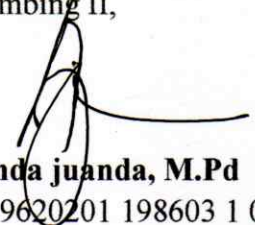
Setelah membaca, meneliti, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis Saudari Nurul Hidayati yang berjudul "*Implementasi Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence) di MAN 2 Kuningan*" telah dapat untuk diujikan. Bersama ini, kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian Saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Cirebon, 25 Februari 2021

Pembimbing II,


Dr. Anda juanda, M.Pd
NIP. 19620201 198603 1 020

LEMBAR PENGESAHAN
IMPLEMENTASI MARKETING MIX 3P (PEOPLE, PROCESS, PHISYCAL EVIDENCE) di MAN 2 KUNINGAN

Disusun oleh:

NURUL HIDAYATI
NIM: 17086010015

Telah diujikan pada tanggal 26 Januari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd.)

Cirebon, 25 Februari 2021

Dewan Penguji

Ketua/Anggota,


Sekretaris/Anggota,


Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag
NIP.19590320 198403 1 002


H. Didin Nurul Rosidin, Ph.D
NIP. 19730404 199803 1 005

Pembimbing/Penguji,

Pembimbing/Penguji,


Dr. Muslihudin, M.Ag
NIP. 19700116 200312 1 001

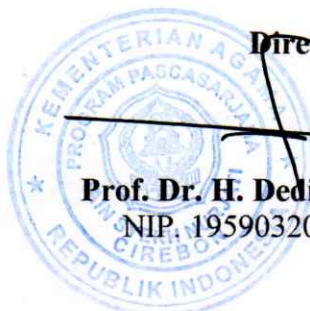

Dr. Anda Juanda, M.Pd
NIP. 19620201 198603 1 020

Penguji Utama,


H. Didin Nurul Rosidin, Ph.D
NIP. 19730404 199803 1 005

Direktur,


Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag
NIP. 19590320 198403 1 002



ABSTRAK

NURUL HIDAYATI : Implementasi *Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence)* di MAN 2 Kuningan. **Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di MAN 2 Kuningan, (2) Menjelaskan faktor pendukung dan faktor penghambat implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidende)* di MAN 2 Kuningan, dan (3) Membuktikan upaya MAN 2 Kuningan mengatasi faktor penghambat dalam implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini yaitu kepala madrasah, pendidik dan tenaga kependidikan di MAN 2 Kuningan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian didapatkan bahwa secara umum implemetasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di MAN 2 Kuningan berjalan dengan baik. Namun ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di MAN 2 Kuningan berjalan baik. Namun pada pelaksanaannya, seleksi siswa baru yang merupakan bagian dari proses belum maksimal, KBM kurang kondusif dengan jam belajar yang terlalu padat, website madrasah yang merupakan media publikasi tidak up to date, (2) faktor pendukung dalam implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di MAN 2 Kuningan adalah loyalitas dan kekompakan pendidik dan tenaga kependidikan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah jam belajar terlalu padat, belum maksimalnya kegiatan PPDB, dan website madrasah tidak up to date, dan (3) upaya dari kepala madrasah dalam mengatasi jam belajar yang terlalu padat adalah memotivasi tenaga pendidik untuk lebih kreatif dan inovatif, upaya kepala madrasah dalam menangani PPDB yang belum maksimal adalah mengevaluasi kesiapan sekolah dalam memfasilitasi semua kegiatan yang berhubungan dengan PPDB dimasa darurat, dan upaya kepala madrasah dalam menangani website madrasah yang belum maksimal penggunaannya adalah menunjuk penanggung jawab khusus terkait dengan pengelolaan media sosial madrasah termasuk laman website.

Kata kunci: Implementasi, *Marketing, Marketing Mix 3P (people, process, phisycal evidence)*.

ABSTRACT

NURUL HIDAYATI : *Implementation of the 3P Marketing Mix (People, Process, Physical Evidence) in MAN 2 Kuningan.* **Thesis. Concentration Islamic Educational Management. Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.**

This study aims to: (1) Describe the implementation of the 3P marketing mix (people, process, physical evidence) in MAN 2 Kuningan, (2) Describe the supporting factors and the inhibiting factors for the implementation of the 3P marketing mix (people, process, physical evidence) in MAN 2 Kuningan, and (3) Prove the efforts of MAN 2 Kuningan to overcome the inhibiting factors in the implementation of the 3P marketing mix (people, process, physical evidence).

This research is a qualitative research. Data collection was carried out through interviews, observation, and documentation. The subjects of this study were the head of madrasah, educators, and education personnel at MAN 2 Kuningan. The data analysis technique used is the Miles and Huberman model which consists of data reduction, data presentation, and conclusion.

The results showed that in general the implementation of the 3P marketing mix (people, process, physical evidence) at MAN 2 Kuningan run well. However, there are some things that need to be improved. The results of the study concluded that: (1) the implementation of the 3P marketing mix (people, process, physical evidence) in MAN 2 Kuningan was running well. But in practice, the selection of new students which is part of the process has not been maximal, the teaching and learning activities are not conducive to learning hours that are too dense, the madrasah website which is a publication media is not up to date, (2) supporting factors in the implementation of the 3P marketing mix (people, process, physical evidence) in MAN 2 Kuningan is the loyalty and cohesiveness of educators and education personnel. While the inhibiting factors are too dense study hours, PPDB is not maximal, and the madrasah website is not up to date, and (3) the effort of the madrasah principal in overcoming overcrowded study hours is motivating educators to be more creative and innovative, the effort of the head of madrasah in dealing PPDB that has not been maximized is evaluating the readiness of schools in facilitating all activities related to PPDB in the emergency period, and the effort of the head of madrasah in handling madrasah websites that has not been maximally used is to appoint a special person in charge related to the management of madrasah social media including website pages.

Keywords: Implementation, Marketing, 3P Marketing Mix (people, process, physical evidence).

الملخص

نور الهداية : تنفيذ المزيج التسويقي 3P (الأشخاص ، العملية ، الأدلة المادية) في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان . الأطروحة. برنامج دراسة إدارة التربية الإسلامية .للدراسات العليا في جامعة شيخ نورجاني الإسلامية الحكومية شيربون.

تهدف هذه الدراسة إلى: (1) وصف تنفيذ المزيج التسويقي 3P (الأشخاص ، العملية ، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان ، (2) وصف العوامل الداعمة والعوامل المثبطة لتنفيذ مزيج التسويق 3P (الأشخاص ، العملية ، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان ، و (3) إثبات جهود في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان للتغلب على العوامل المثبطة في تنفيذ مزيج التسويق 3P (الأشخاص ، العملية ، الأدلة المادية).

هذا البحث هو بحث نوعي. تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق. كان موضوع هذه الدراسة هو رئيس المدرسة والمعلمين وموظفي التعليم في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي نموذج Miles and Huberman الذي يتكون من تقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج.

أظهرت النتائج بشكل عام أن تنفيذ المزيج التسويقي 3P (الأشخاص ، العملية ، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان سار بشكل جيد. ومع ذلك ، هناك بعض الأشياء التي تحتاج إلى تحسين. خلصت نتائج الدراسة إلى أن: (1) تنفيذ المزيج التسويقي 3P (الأشخاص ، العملية ، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان كان يعمل بشكل جيد. ومع ذلك ، من الناحية العملية ، لم يكن اختيار الطلاب الجدد الذين يشكلون جزءاً من العملية إلى حد الأقصى ، وأنشطة التعليم والتعلم ليست مواتية لساعات التعلم التي تكون مشغولة للغاية ، وموقع المدرسة الذي يعد وسيلة نشر غير محدث، (2) العوامل الداعمة في تنفيذ المزيج التسويقي 3P (الأشخاص ، العملية ، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية كونيנגجان هي ولاء وتماسك المعلمين والموظفين التربويين. في حين أن العوامل المثبطة هي أن حصص التعليم كثيفة للغاية ، فإن أنشطة لجنة قبول الطلاب الجدد لم يتم تعظيمها ، وموقع المدرسة غير محدث ، و (3) بدل جهود مدير المدرسة في التغلب على ساعات التعلم المكتظة إلى تحفيز أعضاء هيئة التدريس ليكونوا أكثر إبداعاً وابتكاراً ، كما أن جهود مدير المدرسة في التعامل مع لجنة قبول الطلاب الجدد التي لم يتم تعظيمها وهي تقييم استعداد المدارس في التسهيل. جميع الأنشطة المتعلقة بـ لجنة قبول الطلاب الجدد في فترة الطوارئ إن مبدأ المدرسة في التعامل مع مواقع المدارس الإسلامية التي لم يتم استخدامها إلى أقصى حد هو تعيين شخص خاص المسؤول عن إدارة وسائل التواصل الاجتماعي للمدرسة بما في ذلك صفحة الموقع الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: التنفيذ ، التسويق ، المزيج التسويقي 3P (الأشخاص ، العملية ، الدليل المادي).

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Tertanggal 22 Januari 1998

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	-
ت	Ta	t	-
ث	Sa	s	s dengan titik di atasnya
ج	Jim	j	
ح	Ha	h	h dengan titik di bawahnya
خ	Kha	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Zal	z	z dengan titik di atasnya
ر	Ra	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sin	s	-
ش	Syin	sy	-
ص	Sad	s	s dengan titik di bawahnya
ض	Dad	d	d dengan titik di bawahnya
ط	Ta'	t	t dengan titik di bawahnya
ظ	Za	z	z dengan titik di bawahnya
ع	Ain		(koma) terbalik
غ	Gain	g	-
ف	Fa	f	-
ق	Qaf	q	-
ك	Kaf	k	-
ل	Lam	l	-
م	Mim	m	-
ن	Nun	n	-

و	Wawu	w	-
ه	Ha	h	-
ء	Hamzah		(apostrof), tetapi lambang ini tidak digunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Ya	y	-

Catatan:

Bila secara teknis ada kesulitan dalam mengikuti pedoman tersebut, dapat dipilih alternatif lain, dengan catatan digunakan secara konsisten. salah satu alternatifnya adalah seperti pedoman di bawah ini.

ARAB	LATIN	ARAB	LATIN
ا	a	ط	th
ب	b	ظ	zh
ت	t	ع	'
ث	ts	غ	gh
ج	j	ف	f
ح	<u>h</u>	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	L
ذ	dz	م	M
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	H
ش	sy	ء	'
ص	sh	ي	y
ض	dl	-	-

Catatan:

1. â = a panjang
2. î = i panjang

3. û = u panjang
4. Kata sandang *alif+lam* (ال) baik diikuti oleh huruf *qamariyah* maupun *syamsiyah* ditulis *al*. Contoh: الإسلام ditulis *al-Islâm*. Bila diikuti huruf *syamsiyah* huruf *al* diganti dengan huruf *syamsiyah* yang bersangkutan, seperti الرسالة ditulis *al-Risâlah*.
5. Nama orang, istilah hukum, dan nama-nama lain yang sudah dikenal di Indonesia, tidak terikat oleh pedoman ini. Contoh: Abdullah, Syariah, shalat, dan zakat.
6. Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap, contoh: ردة ditulis *riddah*.
7. *Ta marbûthah* di akhir kata: Bila dimatikan ditulis *h*, seperti بدعة ditulis *bidah*; kecuali sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat dan zakat. Bila dihidupkan karena dirangkaikan dengan kata lain ditulis *t*, contoh كرامة الأولياء ditulis *Karâmat al-awliyâ'*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
ملخص	viii
KATA PENGANTAR	ix
PERSEMBAHAN	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Perumusan dan Fokus Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Penelitian terdahulu	9
G. Kerangka Pemikiran	11
H. Sistematika Penulisan	20

BAB II <i>MARKETING MIX 3P</i>	22
A. Definisi <i>Marketing Mix</i>	22
B. Konsep <i>Marketing</i> Jasa Pendidikan	24
C. Unsur-unsur <i>Marketing Mix 3P</i>	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
A. Lokasi Penelitian	46
B. Tahapan dan Prosedur Penelitian	46
C. Sumber Data	47
D. Metode dan teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian	53
1. Gambaran Umum MAN 2 Kuningan	53
2. Implementasi <i>Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence)</i> di MAN 2 Kuningan	76
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi <i>Marketing Mix 3P</i> (<i>People, Process, Phisycal Evidence</i>) di MAN 2 Kuningan	121
4. Upaya MAN 2 Kuningan Mengatasi Faktor Penghambat dalam Implementasi <i>Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal</i> <i>Evidence)</i>	123
B. Pembahasan	124
1. Implementasi <i>Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence)</i> di MAN 2 Kuningan	124
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi <i>Marketing Mix 3P</i> (<i>People, Process, Phisycal Evidence</i>) di MAN 2 Kuningan	152

3. Upaya MAN 2 Kuningan Mengatasi Faktor Penghambat dalam Implementasi <i>Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence)</i>	156
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	159
A. Kesimpulan	159
B. Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN-LAMPIRAN	169

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2.1	Komponen Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
4.2	Data Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan di MAN 2 Kuningan Tahun Pelajaran 2019/2020	61
4.3	Keadaan Siswa MAN 2 Kuningan Tahun Pelajaran 2019/2020	65
4.4	Jenis Ekstrakurikuler di MAN 2 Kuningan T.A 2019/2020	67
4.5	Luas Tanah MAN 2 Kuningan	69
4.6	Penggunaan Tanah MAN 2 Kuningan	70
4.7	Jumlah dan Kondisi Bangunan MAN 2 Kuningan	70
4.8	Saran Prasarana Pendukung Pembelajaran di MAN 2 Kuningan	72
4.9	Saran Prasarana Pendukung Lainnya di MAN 2 Kuningan	73
4.10	Rincian Data Ruang Kelas di MAN 2 Kuningan	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian	19
4.1 Bagan Struktur Organisasi MAN 2 Kuningan Tahun Pelajaran 2019/2020	59

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Wawancara Penelitian
2. Dokumentasi Kegiatan Penelitian
3. Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Tesis
4. Surat Permohonan Penelitian
5. Surat Keterangan Melaksanakan Penelitian
6. Fotokopi Buku Bimbingan Tesis