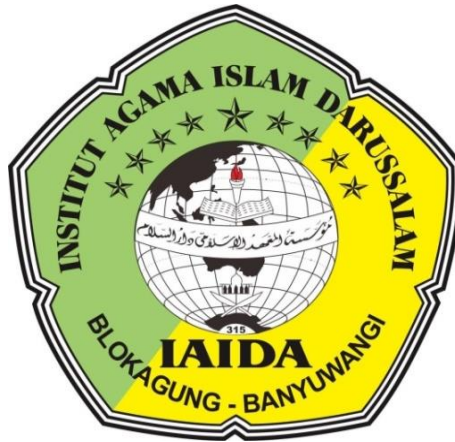


SKRIPSI

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
SMK NU MANBAUL FALAH KEDUNG LIWUNG
BANYUWANGI**



Oleh :

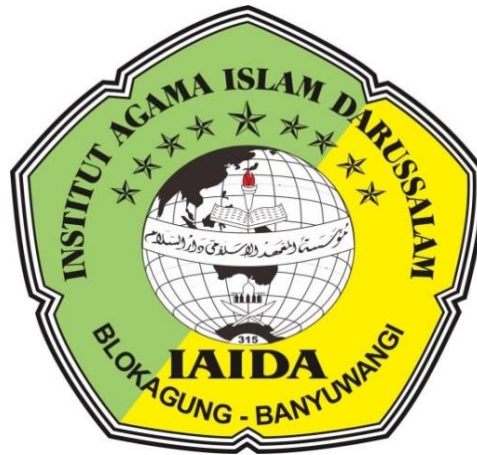
DIANA LU'LUATUL LAMAHA

NIM : 17111110027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
SMK NU MANBAUL FALAH KEDUNG LIWUNG
BANYUWANGI**



Oleh :

DIANA LU'LUATUL LAMAHA

NIM : 17111110027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN SMK NU MANBAUL FALAH KEDUNG LIWUNG BANYUWANGI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Karangdoro
Tegalsari Banyuwangi Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh :

DIANA LU'LUATUL LAMAHA

NIM : 17111110027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM

(IAIDA)

2021

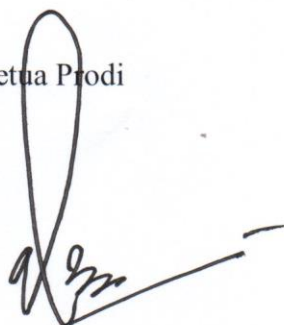
Skripsi dengan judul

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
SMK NU MANBAUL FALAH KEDUNG LIWUNG BANYUWANGI**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal : **28 Juli 2021**

Mengetahui,

Ketua Prodi



MOH. HARUN AL ROSID, M.Pd.I
NIPY. 3150929038601

Pembimbing



KOMARUDIN A, M. Pd.
NIPY. 3151726078801

PENGESAHAN

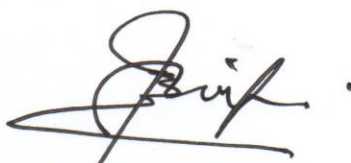
Skripsi Saudara Diana Lu'luatul Lamaha telah dimunaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada :

Rabu, 28 Juli 2021

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

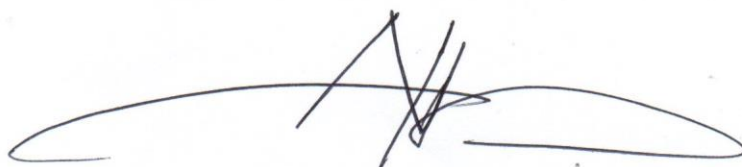
Tim Penguji:

Ketua



Drs. Eko Budiwono, M.H.
NIPY. 3150131076601

Penguji 1



Ali Manshur, M.Pd.
NIPY. 3151402098401

Penguji 2



Moh. Nur Fa'zi, S.H.I., M.H.
NIPY. 3151719077801



Dr. SITI MAH, S.Pd.I, M.Si.
NIPY. 3150801058001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Faidzafaragtafansab”

(QS. Al-Insyirah : 7)

Artinya:

Maka, apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Persembahan:

Segala bentuk syukur kepada Tuhan seluruh alam, baik dengan lisan maupun dengan tindakan. Terimakasih sebanyak-banyaknya kami haturkan pada Allah Swt yang selalu sudi membersamai kami walaupun kami penuh dengan kebodohan, kesalahan, kehinaan, kelalaian, dan segala kekurangan.

Kepada junjungan kami Nabiyullah Muhammad SAW yang selalu kami butuhkan pertolongannya di dunia maupun akhirat kelak.

Skripsi ini saya persembahkan terkhusus kepada:

1. Kedua orang tuaku, ibuk abah. Yang selalu dengan hati yang entah bagaimana selalu bersemangat tatkala ditanyai orang “*anaknya semester berapa sekarang?*” Beliau menjawab “*skripsi saiki meh lulus*”. Berbicara tentang kedua orang tua selalu membuat mataku berkaca, entahlah. Terimakasih banyak ibuk, abah. Dan maaf sebesar-besarnya dari anakmu.
2. Para Masyayikh Ponpes Darussalam, terimakasih atas segala doa-doa dan tirakat kepada kami para santri. Ridlo darimu yang selalu kami harapkan.
3. Segenap guru kami tercinta, khususnya Ibu Ny. Hj. Mahmudah Hisyam yang banyak saya rindukan.

4. Segenap dosen IAIDA yang memberikan warna pada jam-jam kuliah kami.
5. Saudara peremuanku Mba Dina. Terimakasih banyak pinjaman laptopnya selama penggarapan skripsi ini. Alhamdulillah aku lulus.
6. Teman-temanku yang rela hati dalam membantu menyelesaikan skripsiku, selalu mau diruweti olehku, meski mempunyai tugas dan kewajiban sendiri-sendiri. Evi Wijayanti, Ahmad Hassinur Rohman, anggota kantor asrama AD. Bantuan kalian sangat berarti bagiku, terimakasih.
7. Kepada teman-teman di kelasku MPI C 2017, terimakasih telah ada.
8. Dan kepada diri sendiri, terimakasih telah mau berjuang. Semoga Allah meridloi.

PERNYATAAN

KEASLIAN TULISAN SKRIPSI

Alhamdulillah, bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : DIANA LU'LUATUL LAMAHA

NIM : 17111110027

NIMKO : 2017.4.071.0120.1.001169

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat Lengkap : Kedungliwung, Kemiri, Singojuruh, Banyuwangi.

Menyatakan bahwa:

- Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga perguruan tinggi manapun untuk mendapat gelar akademik apapun.
- Skripsi ini benar-benar hasil karya pribadi kecuali di beberapa bagian.
- Apabila kemudian ditemukan skripsi ini hasil tindak kecurangan, maka saya siap menanggung resiko.



Banyuwangi, 23 Juli 2021

Yang menyatakan,



DIANA LU'LUATUL LAMAHA
NIM : 17111110027

ABSTRACT

Lamaha, Diana Lu'luatul, 2021. Implementation of Educational Marketing Management of SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung Banyuwangi. Thesis. Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Darussalam Islamic Institute, With Advisory Lecturer: Bpk. Komarudin A, M.Pd.

Keywords : Marketing Management, Educational Marketing

Marketing management is a process of planning, executing, thinking and pricing the promotion and distribution of ideas for goods or services, to create an exchange that will meet the goals of individuals within the organization. Marketing management is an activity of analyzing, planning, implementing and supervising all program activities to achieve the goals of an organization.

The problems of this research are first, how is the planning of education marketing management at SMK NU Manbaul Falah? second, how is the implementation of education marketing management at SMK NU Manbaul Falah? third, How is the evaluation of education marketing at SMK NU Manbaul Falah?. First, to find out the marketing management of education at NU Manbaul Falah Vocational School, second, to find out the implementation of education marketing at NU Manbaul Falah Vocational School, and third, to evaluate marketing management at NU Manbaul Falah Vocational School.

This study uses a qualitative descriptive research conducted at NU Manbaul Falah Vocational School, namely in the collection of data sourced from the principal of the NU Manbaul Falah Vocational School and teachers at the school. To obtain data, interviews, observations, documentation, validity of data analysis were carried out by focusing on the subject matter, then described, presented and then conclusions could be drawn. Data checking is done by conducting data triangulation.

After conducting interviews and observations, it was found that the marketing management of education at SMK NU Manbaul Falah uses a management concept that starts from the planning stage, namely by arranging a new student admissions committee, then carrying out the TUPOKSI of each of the implementing committees. aimed. The implementation of marketing management carried out is by distributing brochures, installing banners, promotions on various social media, as well as conducting socialization in several junior high schools and offering special strategies by providing scholarships according to school terms and conditions. Educational marketing evaluations are carried out frequently, directly from the principal and anyone who provides criticism and suggestions about how it is realized and if there are obstacles, they will be solved and solutions are sought so that the quality of education is always maintained.

ABSTRAK

Lamaha, Diana Lu'luatul. 2021. Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung Banyuwangi. Skripsi. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam, Dengan Dosen Pembimbing: Bpk. Komarudin A, M.Pd.

Kata kunci : Manajemen Pemasaran, Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran yaitu suatu proses perencanaan, pelaksanaan, pemikiran dan penetapan harga promosi serta penyaluran gagasan barang atau jasa, untuk menciptakan suatu pertukaran yang akan memenuhi sasaran individu dalam organisasi. Manajemen pemasaran merupakan suatu kegiatan menganalisa, merencanakan, menerapkan serta mengawasi di segala kegiatan program untuk mencapai tujuan suatu organisasi.

Masalah penelitian ini adalah *pertama*, Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah? *kedua*, Bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah? *ketiga*, Bagaimana evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?. *Pertama*, Untuk mengetahui manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah. *Kedua*, Untuk mengetahui pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah. *Ketiga*, Untuk bagaimana evaluasi manajemen pemasaran di SMK NU Manbaul Falah.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilaksanakan di SMK NU Manbaul Falah yakni dalam pengumpulan datanya bersumber dari kepala sekolah SMK NU Manbaul Falah dan guru di sekolah tersebut. Untuk memperoleh data dilakukan wawancara, observasi, dokumentasi, keabsahan data analisis dilakukan dengan memfokuskan pada hal yang menjadi pokok bahasan, kemudian dideskripsikan, disajikan selanjutnya dapat ditarik kesimpulan. Pemeriksaan data dilakukan dengan mengadakan triangulasi data.

Setelah melaksanakan wawancara dan observasi, ditemukan bahwa manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah menggunakan konsep manajemen yang dimulai dari tahap : perencanaan, yakni dengan menyusun panitia penerimaan peserta didik baru, kemudian melakukan TUPOKSI dari masing-masing panitia pelaksana, menyusun target dan pasar yang dituju. Pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan adalah dengan menyebar brosur, memasang banner, promosi di berbagai media sosial, serta melakukan sosialisasi di beberapa SLTP dan menawarkan strategi khusus dengan memberikan beasiswa sesuai syarat dan ketentuan sekolah. Evaluasi pemasaran pendidikan dilaksanakan sesering, langung dari kepala sekolah dan siapapun yang memberikan kritik dan saran tentang bagaimana realisasinya dan bila terjadi kendala maka akan dipecahkan dan dicari solusi agar kualitas pendidikan selalu terjaga.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, dan tak lupa mengucapkan syukur atas semua limpah rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul **“Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung Banyuwangi”** yang telah menyelesaikan tepat waktu.

Sholawat serta salam kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad saw. yang telah menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. Kedua Orang Tua.
2. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
3. Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
4. Moh. Harun Al Rosid, M.Pd.I. Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam.
5. Komarudin A, M.Pd, Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
7. Dan semua pihak yang ikut serta baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberi tenaga pikirannya demi menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan penulis kecuali do'a kepada Allah Swt. Semoga segala kebaikan dari beliau semua mendapatkan balasan dari-Nya. Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas

segala kekhilafan dalam penulisan proposal skripsi ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya sebagai manusia yang lemah.

Akhirnya kepada Allah Swt. penulis kembalikan segala sesuatu dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan *ridho*-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Yarobbal 'Alamin*.

Penulis

DAFTAR ISI

Cover	
Cover Dalam	i
Halaman Prasyarat Gelar	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto dan Persembahan	v
Pernyataan Keaslian Penulis	vii
Abstrak (Bahasa Inggris)	viii
Abstrak (Bahasa Indonesia)	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Batasan Masalah	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Teori	13
C. Alur Pikir Penelitian	33
D. Preposisi	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	36

B. Lokasi Penelitian	36
C. Kehadiran Peneliti	37
D. Subjek Penelitian	37
E. Jenis dan Sumber Data	37
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39
H. Teknik Analisis Data	39

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian	42
B. Pembahasan	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran	67

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

- a) Surat Pengantar Penelitian
- b) Surat Keterangan Telah melaksanakan Penelitian
- c) Kartu Bimbingan
- d) Draft Interview
- e) Plagiasi
- f) Dokumentasi
- g) Biodata Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Daftar Nama Guru dan Karyawan SMK NU Manbaul Falah.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Gambar Skema Alur Penelitian	34
Gambar 3.2 Sertifikat NPSN SMK NU Manbaul falah	45
Gambar 3.3 Surat Izin Operasional SMK NU Manbaul Falah	46
Gambar 3.4 Brosur SMK NU Manbaul Falah	54
Gambar 3.5 Akun Media Sosial SMK NU Manbaul Falah	55
Gambar 3.6 Program Keahlian SMK NU Manbaul Falah	55

DAFTAR LAMPIRAN

- 1) Surat Pengantar Penelitian
- 2) Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- 3) Kartu Bimbingan
- 4) Draft Interview
- 5) Plagiasi
- 6) Dokumentasi
- 7) Biodata Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada era globalisasi sekarang ini, persaingan lembaga pendidikan semakin ketat. Persaingan tersebut muncul karena lembaga pendidikan semakin banyak, yang membuat lembaga pendidikan negeri maupun swasta tidak mendapatkan peserta didik baru sesuai dengan target. Hal ini memicu adanya suatu persaingan yang semakin kuat untuk mendapatkan peserta didik. Persaingan tersebut akan mengakibatkan pada jumlah lembaga pendidikan di Banyuwangi dalam perkembangan selanjutnya dapat bertambah atau justru berkurang jumlahnya. Kualitas sebuah lembaga pendidikan tentu memengaruhi eksistensi lembaga pendidikan tersebut, sebab semakin berkualitas lembaga pendidikan, maka semakin banyak siswa yang ingin masuk ke lembaga pendidikan tersebut. Terpenuhinya jumlah siswa yang bersekolah dapat menjaga eksistensi suatu lembaga pendidikan. (Terry, 2006)

Semakin tingginya kehidupan sosial masyarakat sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka berdampak pada tuntutan kebutuhan kehidupan sosial masyarakat turut meningkat. Pada akhirnya tuntutan tersebut berdampak pada pendidikan, karena masyarakat meyakini bahwa pendidikan mampu menjawab dan mengantisipasi berbagai tantangan tersebut. Pendidikan merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh sekolah sebagai institusi tempat masyarakat berharap tentang kehidupan yang lebih baik di

masa yang akan datang. Pendidikan perlu perubahan yang dapat dilakukan melalui perubahan dan peningkatan dalam pengelolaan atau manajemen pendidikan di sekolah.

Lembaga pendidikan merupakan salah satu lembaga penyedia jasa, yang bergerak di bidang pendidikan. Persaingan lembaga pendidikan pada era globalisasi saat ini semakin meningkat. Dikarenakan semakin banyaknya jumlah lembaga pendidikan baik negeri maupun swasta di suatu daerah tertentu, terutama di Banyuwangi dan khususnya di kecamatan Singojuruh. Dari data KEMENDIKBUD pertahun 2021 ini, bahwa daftar satuan pendidikan (sekolah) per Kec. Singojuruh itu ada sekitar 42 lembaga pendidikan formal. Hal ini menjadi penyebab persaingan yang semakin kuat untuk mendapatkan peserta didik. Adapun kualitas pendidikan juga sangat memengaruhi eksistensi lembaga pendidikan tersebut, semakin tinggi kualitas lembaga pendidikan, maka semakin banyak pula siswa yang ingin masuk ke lembaga pendidikan tersebut. Banyak sekali teknik yang digunakan dalam memajukan lembaga pendidikan untuk menarik peserta didik baru. Salah satunya yakni dengan cara menggunakan strategi pemasaran yang baik dan menarik. Sehingga lembaga tersebut siap dan mampu bersaing dengan lembaga yang lainnya.

Dalam usaha memajukan lembaga pendidikan tersebut, suatu lembaga pendidikan harus memiliki manajemen pemasaran. Karena manajemen telah menempati kedudukan sentral di lembaga pendidikan dalam upaya pembinaan dan pengembangan kegiatan kerja sama kelompok manusia dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu. Sekolah merupakan lembaga pendidikan formal sebagai salah satu bentuk pengelompokan manusia yang tidak dapat melepaskan diri dari

kegiatan manajemen. Sebab, pendidikan merupakan proses di dalamnya memfokuskan pada tujuan tertentu sebagai akhir dari proses tersebut.

Pada dasarnya pemasaran di sekolah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus-menerus dan berkesinambungan. Dengan demikian jelas, bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, jika lembaga tersebut menginginkan untuk mampu bersaing. Pemberian kepuasan secara terus-menerus dan berkesinambungan mengindikasikan adanya proses layanan yang harus selalu melakukan inovasi dan pengembangan, karena kepuasan *stakeholder* merupakan proses yang selalu berubah.

Pondok Pesantren Manbaul Falah yang terletak di Dusun Kedungliwung, Desa Kemiri Merupakan salah satu lembaga pendidikan salaf berbasis keagamaan di Kecamatan Singojuruh dan berdiri sejak tahun 1947. Seiring dengan era yang semakin maju dan modern, pesantren salaf tidak lagi banyak diminati oleh generasi milenial karena dianggap kuno, tradisional dan masih klasik. Padahal tanpa disadari, banyak nilai-nilai spiritual yang didapatkan didalam kehidupan pesantren. Hal tersebut menjadikan pesantren salaf khususnya di Pondok Pesantren Manba'ul Falah Kedungliwung yang jumlah santrinya semakin berkurang.

Kurang lengkapnya fasilitas di lingkungan Pondok Pesantren Manba'ul Falah terutama pada pendidikan formal, sedikitnya sarana dan prasarana menjadi

salah satu penyebab rendahnya minat masyarakat untuk memasukkan putra putrinya di Pesanten salaf. Oleh sebab itu, ide untuk mendirikan sekolah formal berbasis kepesantrenan didirikan. Dengan melihat SDM yang dinilai mampu dalam mengembangkan dan melahirkan output yang berkualitas.

Pada tahun 2005 mulai didirikan SMPN Manbaul Falah, tahun 2010 berdiri PAUD Manbaul Falah, dan tahun 2014 mulai berdiri SMK NU Manbaul Falah yang sampai saat ini masih terus berkembang. Melihat keadaan pondok pesantren pasca didirikannya SMPN Manbaul Falah jumlah santri bertambah sekitar 100 santri. Akan tetapi permasalahan tidak berhenti disini, ternyata banyak santri yang mutasi setelah menyelesaikan jenjang SLTP.

Hal tersebut yang menjadi latar belakang berdirinya SMK NU Manbaul Falah. Pada masa itu jumlah santri yang mulanya 50-an meningkat menjadi 200-an, dan terus berkembang hingga saat ini, informasi terakhir pada tgl 14 Januari 2020 oleh Bu Ufia Ardina Zahiroh guru SMK NU sekaligus dewan pengasuh jumlah keseluruhan santri saat ini kurang lebih 250 santri putra dan putri. Dari data yang diperoleh peneliti, menunjukkan bahwa sebagian besar siswa yang masuk di SMK NU Manbaul Falah adalah lulusan SMPN Manbaul Falah dikarenakan ingin lebih mempelajari ilmu agama di Pondok Pesantren dan dikarenakan jarak rumah yang lebih dekat (Hasil wawancara dengan kepala SMK NU Manba'ul Falah pada tanggal 12 Maret 2021. Melihat realita ini dapat dikatakan bahwa peminat terhadap lembaga tersebut masih sangat kurang dan masih belum dikenal oleh masyarakat di luar Pondok Pesantren.

Manajemen pemasaran erat kaitannya dengan peningkatan jumlah peserta (peserta didik) dan diperlukan dalam pelbagai bidang aspek kelembagaan. Upaya

untuk memasarkan suatu barang atau jasa. Sebagai institusi pendidikan, perlu terus meningkatkan jumlah pelajar. Manajemen pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan untuk menganalisa, merencanakan, menerapkan, dan mengawasi segala kegiatan program dalam suatu lembaga untuk mendapatkan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli, sasaran dalam mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu lembaga/organisasi (Ummi Kulsumawati 2019).

Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Dengan membuat manajemen pemasaran yang baik diharapkan lembaga pendidikan mendapatkan peserta didik baru. Hal ini dikarenakan peserta didik merupakan unsur inti dari suatu kegiatan pendidikan. (Alama Buchari 2014)

Pada era sekarang ini persaingan antar lembaga pendidikan yang begitu ketat, menuntut sekolah untuk bersungguh-sungguh mendapatkan peserta didik. Lembaga pendidikan yang diibaratkan sebuah produk, tentunya akan terjual apabila dipasarkan secara baik. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan pelayanan pendidikan sangat diperlukan pemasaran jasa pendidikan untuk menarik peserta didik baru dan memberikan mutu pendidikan yang bagus dari *output* hasil suatu lembaga pendidikan tersebut. Pemasaran dilakukan agar masyarakat mengetahui keunggulan dan program- program yang dimiliki oleh lembaga pendidikan islam tersebut. Pemasaran harus dilakukan dengan faktor manajemen yang baik.

Persaingan memperoleh peserta didik di era sekarang diibaratkan seperti

sebuah bisnis yang bersaing mendapatkan pelanggan. SMK NU Manbaul Falah juga bersaing dengan sekolah negeri dan swasta lain untuk mendapatkan siswa. Sehingga perlu melakukan usaha pengenalan lembaga terhadap masyarakat. Salah satu caranya dengan melakukan manajemen pemasaran, menyampaikan keunggulan yang dimiliki oleh SMK NU Manbaul Falah serta program-program didalamnya. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk menarik minat masyarakat terhadap SMK NU Manbaul Falah yang sekaligus untuk menambah jumlah santri di Pondok Pesantren.

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Perencanaan Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
2. Bagaimana Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
3. Bagaimana Evaluasi Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Perencanaan Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
2. Untuk mengetahui bagaimana Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?

3. Untuk mengetahui bagaimana Evaluasi Pemasaran Pendidikan di di SMK NU Manbaul Falah?

D. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini supaya tidak melebar dan meluas pembahasannya, maka peneliti harus melakukan pembatasan. Adapun runag lingkup penelitian ini adalah manajemen pemasaran dan untuk objek penelitian ini dibatasi pada SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung Banyuwangi.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini sangat diharapkan akan menjadi salah satu karya ilmiah yang dapat menambah keilmuan pada dunia pendidikan khususnya manajemen pemasaran.

2. Secara Praktis

- a. Bagi lembaga sekolah, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manba'ul Falah dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan ke arah yang lebih baik.
- b. Bagi Masyarakat, diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi yang lengkap mengenai manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manba'ul Falah yang diharapkan masyarakat dapat tertarik untuk memilih sekolah tersebut sebagai sekolah yang diminati banyak orang.

F. Sistematika Penulisan

Penyajian penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Agar pembahasan ini dapat dibaca secara mudah dan dapat dipahami, maka kajian ini perlu disusun secara sistematis sehingga tidak terjadi kekacauan di dalamnya. Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, penulis menyusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan yang berisi konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Dalam bab ini diungkap gambaran umum tentang seluruh rangkaian penelitian sebagai dasar pijakan bagi pembahasan dalam bab-bab selanjutnya.

BAB II membahas mengenai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pendidikan, teori tentang manajemen pemasaran pendidikan, alur pikir penelitian, dan preposisi. Pembahasan dalam bab ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh mengenai manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan di SMK NU Manbaul Falah.

BAB III berisi mengenai metodologi penelitian meliputi jenis dan langkah-langkah penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pemeriksaan keabsahan data dan teknik analisis data. Dengan tujuan mempermudah peneliti dalam proses penelitian.

BAB IV membahas temuan penelitian dan pembahasan, yaitu bab yang berisikan penguraian tentang hasil penelitian dan pembahasan dari data yang telah

diperoleh.

BAB V Pada bagian akhir disajikan daftar pustaka yang dijadikan rujukan pada penelitian dan penulisan laporan ini. Disamping itu, juga dilampirkan dokumen-dokumen pendukung yang ditemukan oleh peneliti berupa foto, pada bagian paling akhir disajikan riwayat hidup peneliti.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini penulis menggali informasi dan melakukan penelusuran tulisan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini untuk dijadikan sebagai sumber, acuan dalam penelitian ini. Acuan ini meliputi:

1. Penelitian Galisa Ayu Famelia (2019) dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung”. Penelitian ini terfokus pada aplikasi (*product, price, place, promotion, people, physical evidence*) proses dalam manajemen pemasaran di MTs Negeri 2 Bandar Lampung menunjukkan hasil yang sangat baik. Persamaan dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak di bagian fokus masalah dan lokasi penelitian.
2. Penelitian Koirun Ni'am (2018) dengan judul “Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTs Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati”. Hasil dari penelitian skripsi oleh saudara Khoirun Ni'am menunjukkan terdapat empat elemen dalam manajemen pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi. Persamaan skripsi ini dengan penulis adalah terletak di metode penelitiannya yang mana menggunakan metode kualitatif, sedangkan persamaannya terletak pada lokasi penelitian, fokus masalah yang akan di bahas.
3. Adapun kajian terdahulu dari penelitian skripsi Naimatul Marfuah (2019) dengan judul “Pengaruh Manajemen Pemasaran Terhadap Output Siswa

SMK Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2018/2019". Menunjukkan bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable manajemen pemasaran (X) tergolong sangat baik yakni 83,4%, pada variable *output* siswa diperoleh persentase 56,9%. Berarti *output* siswa SMK Darussalam 2018/2019 tergolong cukup kuat. Setelah melakukan uji korelasi dan koefisien determinasi diperoleh pengaruh manajemen pemasaran terhadap *output* siswa. Persamaan dari skripsi ini dengan peneliti terletak pada ruang lingkupnya, yakni manajemen pemasaran pendidikan. Sedangkan, perbedaan dengan skripsi ini terletak pada fokus masalah yang dibahas, lokasi yang dipilih peneliti, metode penelitian, dan hasil dari penelitian.

Berikut adalah table persamaan dan perbedaan kajian terdahulu skripsi dengan tema yang sama.

Tabel, 2.1

NO	JUDUL	NAMA PENELITI	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan (studi kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung)	Galisa ayu Famelia (2019)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan mengaplikasikan <i>product, price, Place, Promotion, People, Physical evidence, Process</i> dalam manajemen	Persamaan skripsi ini dengan penulis terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada fokus masalah dan lokasi penelitian.

			pemasaran di MTS Negeri 2 menunjukkan hasil yang sangat baik.		
2.	Implementasi Pemasaran Pendidikan di MTs Salafiyyah Lahar Tlogowungu pati	Khoirun Ni'am (2018)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat 4 elemen dalam manajemen pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi.	Persamaan skripsi ini dengan penulis terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif.	Perbedaan pada skripsi ini terletak pada lokasi penelitian dan fokus masalah yang akan di bahas.
3.	Pengaruh Manajemen Pemasaran Terhadap Output Siswa SMK Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2018/2019	Naimatul Marfuah (2019)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variable manajemen pemasaran (X) tergolong sangat baik yakni 83,4%, pada variable <i>output</i> siswa diperoleh persentase 56,9%. Berarti output siswa SMK Darussalam 2018/2019 tergolong cukup kuat. Setealah melakukan uji	Persamaan skripsi ini dengan peneliti terletak pada ruang lingkupnya, yakni manajemen pemasaran pendidikan.	Perbedaan skripsi ini dengan milik peneliti terletak pada fokus masalah yang dibahas dan lokasi yang dipilih peneliti, dan hasil dari penelitian.

			korelasi dan koefisien determinasi diperoleh pengaruh manajemen pemasaran terhadap <i>output</i> siswa.		
--	--	--	---	--	--

B. Teori

1. Manajemen Pemasaran

a. Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli:

Menurut Stoner (2011 : 86) dalam bukunya Engkoswara dan Aan Komariah manajemen adalah suatu proses mengorganisir, merencanakan, mengarahkan serta mengawasi usaha-usaha para anggota organisasi serta pada proses penggunaan sumber daya organisasi supaya tujuan organisasi dapat tercapai sesuai yang telah ditetapkan. Malayu menjelaskan: manajemen yaitu sebuah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Setiap ahli memberi pandangan yang berbeda akan tetapi manajemen sering diartikan sebagai ilmu, kiat, dan profesi. Dikatakan sebagai *Ilmu* menurut Luther Gulick manajemen dipandang sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan yang secara sistematis berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja sama. Dikatakan sebagai *kiat* oleh Follet karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain menjalankan dalam tugas. Dipandang sebagai *profesi* karena manajemen

dilandasi oleh keahlian khusus untuk mencapai suatu prestasi manajer dan para professional dituntun oleh suatu kodeetik.

Manajemen berasal dari kata kerja bahasa Inggris “*to manage*” yang sinonim dengan *to hand*, *to control*, dan *to guide* (mengurus, memeriksa, dan memimpin).

Berikut ini adalah pengertian manajemen menurut para ahli:

- a. Stoner yang dikutip dalam bukunya Engkoswara dan Aan Komariah, manajeme adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya agar mencapai tujuan organisasi yang telah direncanakan.
- b. Malayu, manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
- c. G. R. Terry yang dikutip dalam bukunya Malayu, *management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources*. (Manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya).
- d. Harold Koontz dan Cyril O’Donnel yang dikutip dalam bukunya

Malayu, *management is getting things done through people. In bringing about this coordinating of group activity, the manager, as a manager plans, organizes, staffs, direct and control the activities other people.* (Manajemen adalah suatu mencapai suatu tujuan tertentu melalui kegiatan orang lain. Dengan demikian manajer mengadakan koordinasi atas sejumlah aktivitas orang lain yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penempatan, pengarahan, dan pengendalian.

- e. Terry yang dikutip dalam bukunya Syafaruddin menjelaskan *“Management is performance of conceiving and achieving desired results by means of group efforts consisting of utilizing human talent and resources.”* Pendapat ini dipahami bahwa manajemen adalah kemampuan mengarahkan dan mencapai hasil yang diinginkan dengan tujuan dari usaha- usaha manusia dan sumber daya lainnya.
- f. Dilakukan manajemen agar pelaksanaan suatu usaha terencana secara sistematis dan dapat dievaluasi secara benar, akurat dan lengkap sehingga mencapai tujuan secara produktif, berkualitas, efektif dan efisien. Untuk mencapai semua itu perlu adanya tanggung jawab dan pembagian tugas sesuai keahlian masing-masing. Hal-hal tersebut juga diatur dalam Islam yang salah satunya terkandung dalam surat al-Mudatsir ayat 38, yang berbunyi:

كُلُّ نَفْسٍ كَسَبَتْ بِمَا رَهَيْتَهُ

Artinya: “Setiap diri bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukannya”.

b. Fungsi Manajemen

Dalam penerapannya manajemen mempunyai tugas-tugas khusus yang wajib dilaksanakan, tugas tersebut yang dinamakan fungsi- fungsi manajemen. Berikut beberapa fungsi manajemen menurut para ahli:

1. Geogre R. Terry (Disingkat POAC) yang dikutip dalam bukunya Mulyono, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), dan *Controlling* (Pengendalian).
2. Koont O'Donnell and Niclender yang dikutip dalam bukunya Mulyono, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Staffing* (Penyusunan pegawai), *Directing* (Pemberian bimbingan), *Controlling* (Pengendalian).
3. Newman yang dikutip dalam bukunya Mulyono, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Assembling* (Perwakilan), *Resources* (Penggalian Sumber), *Directing* (Pemberian Bimbingan), *Controlling* (Pengendalian).
4. Henri Fayol yang dikutip dalam bukunya Mulyono, *Forecasting and Planning* (Forkasting dan Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Commanding* (Perintah), *Coordinating* (Koordinasi), *Controlling* (Pengawas).
5. Herbert G. Hicks yang dikutip dalam bukunya Mulyono, *Creating* (Kreasi), *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Motivating* (Motivasi), *Communicating* (Komunikasi), *Controlling* (Pengawas).
6. Luther Gulick (Disingkat POSDCORB) yang dikutip dalam bukunya

Mulyono, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Staffing* (Penyusunan pegawai), *Directing* (Pemberian bimbingan), *Coordinating* (Pengkoordinasian), *Reporting* (Pelaporan), *Budgeting* (Penggangan).

Demikian adalah pemaparan manajemen menurut para ahli. Namun, fungsi-fungsi manajemen yang paling masyhur atau yang sering digunakan yaitu menurut George R. Terry yang biasa disebut POAC.

1. *Planning* (Perencanaan)

Menurut Engkoswarso yang dikutip oleh Engkosworo dan Aan Komariah, perencanaan adalah suatu kegiatan untuk menetapkan aktivitas yang berhubungan dengan jawaban pertanyaan 5W 1H. Hal ini, 5W 1H dapat diartikan: *What* (apa), jenis kegiatannya apa?, *When* (kapan), waktu pelaksanaannya kapan, *Where* (di mana), tempat pelaksanaannya di mana, *Who* (siapa) pelaksana dan sasaran kegiatannya siapa, *Why* (mengapa), alasan atau analisis semua unsur kegiatan dan, *How* (bagaimana), cara pelaksanaan kegiatannya bagaimana, agar sesuai dengan rencana.

2. *Organizing* (Perencanaan)

Agar sekolah dapat melaksanakan pemasaran dengan berhasil, sekolah hendaknya mengetahui kecenderungan “kondisi pasar” terlebih dahulu. Sekolah harus dapat mengembangkan pendidikannya bagi berbagai macam segmen pasar, oleh karena itu kurikulum yang dihasilkan oleh sekolah harus benar-benar berorientasi pada keinginan dan kebutuhan “pelanggan”. Untuk memperluas segmentasi pasar

tersebut sekolah hendaknya menawarkan berbagai jenis layanan kepada pasar. Proses manajemen tidak akan berjalan berhasil tanpa perencanaan yang tepat, cermat, dan berkelanjutan. Tetapi proses perencanaan yang baik akan berhasil tergantung pada pelaksanaan proses manajemen yang lainnya.

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Menurut George R. Terry yang di kutip oleh Muhaimin, bahwa *actuating* merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran organisasi dan sasaran anggota-anggota organisasi tersebut, karena para anggota itu juga ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut. Dari pengertian di atas, pelaksanaan (*actuating*) tidak lain merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan berbagai pengarahan dan pemotivasian agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan perencanaan, tugas, dan tanggung jawabnya. Dalam pelaksanaan *actuating* ini, manajer berperan penting dalam menggerakkan seluruh civitas akademik di sekolah agar mampu melaksanakan tugas, peran, dan tanggung jawabnya dengan baik dan disertai dengan motivasi yang tinggi. Kepala sekolah sebagai pemimpin pendidikan harus mampu membangkitkan semangat kerja para guru dan staf untuk meningkatkan mutu pendidikan di sekolah.

Dalam pelaksanaan pemasaran di sekolah hendaknya memerhatikan variabel-variabel yang dapat menarik minat siswa.

Variabel-variabel tersebut ada yang dapat dikontrol oleh sekolah, ada pula yang tidak dapat di kontrol, antara lain yaitu: budaya, kondisi ekonomi, dan kecenderungan sosial. Sedangkan variabel-variabel yang dapat dikontrol meliputi kurikulum atau pelayanan lembaga pendidikan yang cocok dengan lembaga *user*, lokasi pelayanan, komunikasi dengan siswa, alumni, donator, atau komunitas lain yang terkait dengan praktik promosi, besarnya uang sekolah yang memungkinkan sekolah untuk melayani siswa dengan baik dan efisien.

Tempat/lokasi juga merupakan sesuatu yang penting, demikian halnya promosi dan reputasi personal merupakan sesuatu yang penting untuk menjaga citra calon siswa terhadap reputasi sekolah. Citra terhadap reputasi sekolah ini perlu untuk selalu dijaga agar sekolah tersebut selalu dikenal baik oleh masyarakat. Promosi dan pendaftaran siswa baru (*recruitment*) juga merupakan sesuatu yang harus diperhatikan, salah satu kegiatan promosi adalah publikasi. Publikasi pada dasarnya adalah bertujuan untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat. Untuk itu publikasi hendaknya meliputi:

1. Kalender penerimaan yang disusun secara tepat.
2. Informasi yang tepat beserta syarat-syarat yang berkaitan dengan keuangan.
3. Menggambarkan dengan detail program, misal proram muatan lokal, kecakapan hidup, atau bahkan pengembangan diri.

Oleh karena itu, variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh

sekolah tersebut harus dipentingkan dan diarahkan untuk kebutuhan dan kepuasan “pelanggan”. Kepuasan pelanggan tersebut tentu tidak hanya bergantung pada faktor-faktor yang berhubungan dengan bidang-bidang akademik saja, tetapi juga berhubungan dengan faktor-faktor lain, semisal ketersediaan asrama, kehidupan social sekolah, dukungan psikologis, tim olahraga & kesenian, dan sebagainya. Kesemua itu harus diperhatikan oleh sekolah, jika ia hendak memenangkan persaingan antar sekolah yang lain dalam menarik minat “pelanggan”. Dengan melaksanakan kegiatan pemasaran akan dapat membantu sekolah menghadapi masa depan yang lebih baik.

4. *Controlling* (Evaluasi)

Pada dasarnya rencana dan pelaksanaan merupakan satu keasatuan tindakan. Begitu juga dengan pengawasan sangat diperlukan untuk melihat sejauh mana hasil tercapai dalam sebuah konsep pembelajaran. menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, Pengendalian menurut *Mockler* yang dikutip Engkoswara dan Aan Komariah adalah suatu usaha sistematis untuk merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam tujuan-tujuan organisasi. Terdapat tiga jenis kontrol pemasaran yang dapat digunakan oleh organisasi nirlaba. Sekolah

merupakan salah satu jenis organisasi nirlaba, maka kontrol dan evaluasi tersebut dapat disesuaikan dengan kondisi sekolah. Ketiga jenis tersebut adalah:

- a. Rencana kontrol tahunan, yang meliputi *monitoring* pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan dan keuntungan yang ditargetkan tercapai. Alat utamanya adalah analisis penjualan, analisis pasar, analisis anggaran pemasaran dan penelusuran sikap pasar.
- b. Kontrol Profitabilitas, terdiri dari determinasi profitabilitas yang aktual dari pemasaran yang dilakukan, misalnya kesesuaian layanan-layanan yang telah ada dengan kebutuhan yang ada di masyarakat, segmen pasar, saluran promosi. Dengan melaksanakan kontrol ini akan dapat diidentifikasi titik-titik kelemahan dalam pelaksanaan pemasaran.
- c. Audit pemasaran, yang bertujuan untuk menganalisis tujuan pemasaran, strategi, dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan tujuan pemasaran yang telah diramalkan.

Adanya pelaksanaan sistem kontrol ini merupakan tindakan koreksi yang dapat digunakan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Meskipun begitu kontrol dan evaluasi secara rutin harus dilaksanakan agar kesalahan yang telah dilakukan oleh sekolah dapat cepat diperbaiki dan antisipasi selanjutnya dapat dilakukan dengan cepat untuk perkembangan sekolah.

Fungsi evaluasi :

1. Mengevaluasi keberhasilan dalam pencapaian tujuan dan target bisnis sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan.
2. Mengambil langkah klarifikasi dan koreksi atas penyimpangan yang mungkin ditemukan.
3. Melakukan berbagai alternatif solusi atas berbagai masalah yang terkait dengan pencapaian tujuan dan target.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa evaluasi merupakan proses untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dalam pelaksanaan rencana agar segera dilakukan upaya perbaikan sehingga dapat memastikan bahwa aktivitas yang dilaksanakan secara *riil* merupakan aktivitas yang sesuai dengan apa yang direncanakan.

2. Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: permintaan, produk dan kepuasan pelanggan. Bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2012 : 14) memberikan penjelasan bahwa: Pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial di

mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: permintaan, produk dan kepuasan pelanggan. Bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan pada stakeholder dan masyarakat.

Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan pemasaran dari segi definisi sosial, pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Imam Mahalli dan Ara Hidayat (2012 : 225) menjelaskan bahwa: pemasaran yaitu proses sosial dan managerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui menawarkan, menukarkan dan menciptakan produk yang nilainya sama dengan pihak lain dalam ranah pendidikan. Kesimpulannya, pemasaran jasa pendidikan yaitu proses penawaran mutu lembaga pendidikan yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Jasa merupakan suatu fenomena yang sangat rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari pengertian yang paling sederhana, yaitu hanya berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain, bisa juga diartikan sebagai mulai dari pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang dapat dilihat (*explicit service*), yang bisa dirasakan (*implicit service*) sampai pada fasilitas-fasilitas pendukung yang harus

tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda lainnya. Sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa adalah *intangible* (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan).

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

Pada dasarnya jasa pendidikan adalah sesuatu yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak memiliki dampak perpindahan hak milik. Hal ini sangat erat kaitannya dengan karakteristik jasa yang perlu dipertimbangkan dalam merancang program pemasarannya. Jasa pendidikan secara umum memiliki karakteristik utama sebagai berikut:

- a. Tidak Berwujud (*intangibility*), jasa tidak berwujud seperti produk fisik, yang menyebabkan pengguna jasa pendidikan tidak dapat melihat, mencium, mendengar, dan merasakan hasilnya sebelum mereka mengkonsumsinya (menjadi subsistem lembaga pendidikan).

Untuk menekan ketidakpastian, pengguna jasa pendidikan akan mencari tanda atau informasi tentang kualitas jasa tersebut. Tanda maupun informasi dapat diperoleh atas dasar letak lokasi lembaga pendidikan, lembaga pendidikan penyelenggara, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan, serta besarnya biaya yang ditetapkan. Beberapa hal yang akan dilakukan lembaga pendidikan untuk meningkatkan calon pengguna jasa pendidikan:

- 1) Meningkatkan visualisasi jasa yang tidak berwujud menjadi berwujud. Menekankan pada manfaat yang akan diperoleh (lulusan lembaga pendidikan).
 - 2) Menciptakan atau membangun suatu nama merek lembaga pendidikan (*education brand name*).
 - 3) Memakai nama seseorang yang sudah dikenal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.
- b. Tidak Terpisah (*inseparability*), jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu lembaga pendidikan yang menyediakan jasa tersebut. Artinya, jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak (simultan) pada waktu yang sama. Jika peserta didik membeli jasa maka akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan. Dengan demikian, jasa lebih diutamakan penjualannya secara langsung dengan skala operasi yang terbatas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dapat menggunakan strategi bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, atau melatih para penyaji jasa agar mereka mampu membina kepercayaan pelanggannya

(peserta didik).

- c. Bervariasi (*Variability*), jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized out-put*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

Ada tiga (3) faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu:

- 1) Partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa
- 2) Moral atau motivasi karyawan dalam melayanipelanggan
- 3) Beban kerja perusahaan

- d. *Perishability*, jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Apabila diperhatikan batasan dan karakteristik yang diutarakan di atas, ternyata dunia pendidikan merupakan bagian dari batasan tersebut. Dengan demikian, lembaga pendidikan termasuk dalam kategori sebagai lembaga pemberi jasa para konsumen, dalam hal ini siswa dan orangtua siswa. Mereka inilah yang berhak memberikan penilaian bermutu tidaknya keluaran (*output*) suatu lembaga Pendidikan.

Pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan organisasi pendidikan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran pendidikan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan

terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap lembaga pendidikan.

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang Pendidikan.

Dengan demikian pemasaran jasa pendidikan adalah suatu proses menawarkan mutu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

b. Unsur Pemasaran

Unsur utama pemasaran, yaitu:

1) Unsur strategi persaingan

- a. *Segmentasi pasar*, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri.
- b. *Targeting*, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.
- c. *Positioning*, penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk

yang ada di pasar ke dalam benak konsumen.

2) Unsur taktik pemasaran

- a. Differensiasi, berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan.
- b. Bauran pemasaran (*marketing mix*), berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat.

3) Unsur nilai pemasaran

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

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

c. Fungsi Pemasaran dalam Pendidikan

Fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada “pelanggan” yang dalam konteks sekolah/madrasah disebut dengan siswa. Di sinilah perlunya sekolah/madrasah untuk mengetahui bagaimanakah calon siswa melihat sekolah/madrasah yang akan dipilihnya.

Untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan dalam menarik minat sejumlah calon siswa, maka lembaga pendidikan telah menggunakan/mengembangkan berbagai upaya strategi yang dikenal dengan strategi bauran pemasaran (*strategimarketing mix*).

Elemen bauran pemasaran yang terdiri atas 4P (*Promotion, Place, Price, Product*) tradisional ditambah 3 elemen P lagi yaitu *Physical evidence, People* dan *Process* mempengaruhi calon siswa, sehingga mereka mau mendaftar masuk ke lembaga pendidikan tersebut. Bauran pemasaran 7 P tersebut akan diperoleh calon siswa dari berbagai sumber seperti dari media massa, orang tua, famili, alumni, guru sekolah, siswa yang masih aktif dan sebagainya. Di samping itu ada empat faktor lain yang turut memengaruhi pilihan siswa yaitu lingkungan sosio cultural, dari mana calon siswa berasal, apakah dia cocok bergaul di lingkungan lembaga pendidikan yang akan ia masuki. Lingkungan politik dan hukum, lingkungan ekonomi dan teknologi, lingkungan kompetitif

dan lingkungan sumber daya semuanya menjadi bahan pertimbangan calon siswa untuk memasuki sebuah lembaga pendidikan.

d. Citra Terhadap Lembaga

Para konsumen membeli sesuatu, bukan hanya sekedar membutuhkan barang itu, tetapi ada sesuatu yang lain yang diharapkannya. Sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk dalam dirinya. Oleh sebab itu, penting sekali organisasi memberi informasi kepada publik agar dapat membentuk citra yang baik.

Citra ini tidak dapat dicetak seperti membuat barang dipabrik, akan tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang sesuatu. Citra terbentuk dari bagaimana perusahaan melaksanakan kegiatan sekolahnya, yang mempunyai landasan utama padasegi layanan.

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

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

Current Image, bagaimana citra terhadap lembaga pendidikan pada

umumnya. *Current Image* ini perlu diketahui oleh seluruh karyawan lembaga pendidikan, sehingga di mana ada kemungkinan image umum ini dapat diperbaiki.

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

3. Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran pendidikan berasal dari istilah manajemen dan pemasaran pendidikan, ini merupakan ilmu yang kemudian dipadukan dalam satu kegiatan. Artinya, fungsi-fungsi yang ada dalam kedua ilmu tersebut digabung dalam satu bentuk kerja sama.

Sebagaimana dijelaskan di awal, manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengerakan dan pengawasan secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Menurut George R. Terry sebagaimana yang dikutip Mulyono, terdapat 4 fungsi manajemen yang dikenal sebagai POAC, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating*

(penggerakan/pengarahan) dan *controlling* (pengendalian). Sedangkan pemasaran pendidikan ialah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Jadi, manajemen pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai proses perencanaan, penggerakan/pengarahan dan pengendalian pendayagunaan sumberdaya yang dilakukan secara efektif dan efisien guna menawarkan jasa pendidikan.

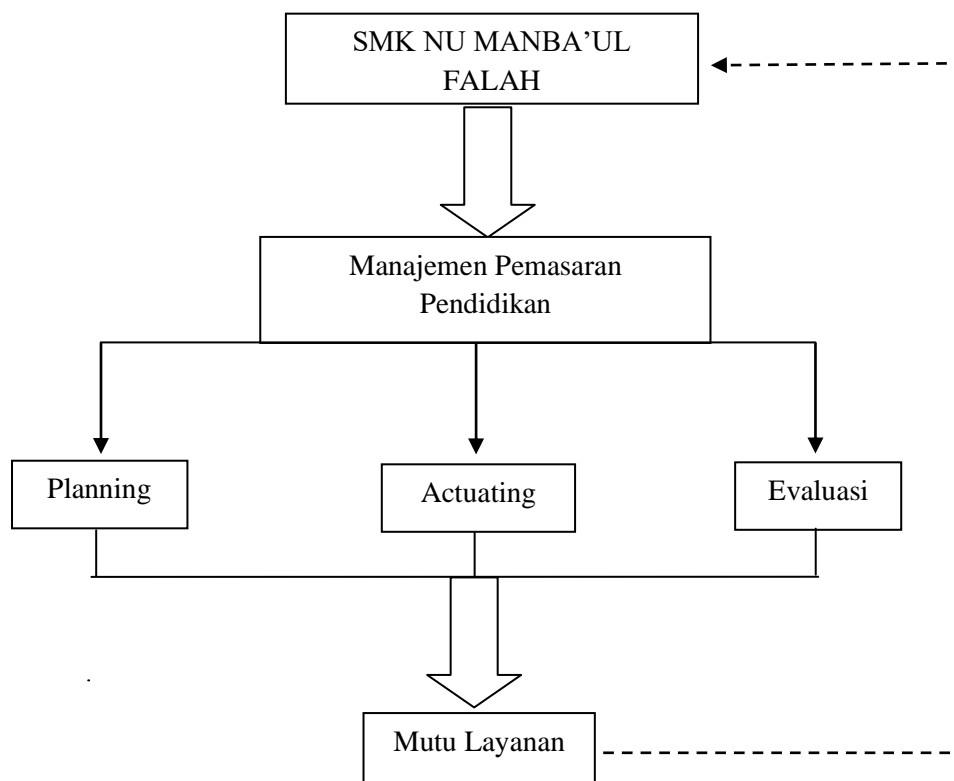
Jadi manajemen pemasaran pendidikan harus difahami oleh segenap komponen lembaga pendidikan, agar penerapan pemasaran pendidikan berada pada posisi yang tepat sesuai dengan nilai dan sifat dari pendidikan itu sendiri. Dengan pemasaran yang bagus maka lembaga pendidikan akan menjadi sasaran bagi konsumen yaitu calon siswa, sehingga tujuan lembaga dapat tercapai secara efektif dan efisien.

C. Alur Pikir Penelitian

Kerangka berfikir pada penelitian ini didasari karena munculnya fenomena penurunan jumlah peminat di pesantren salaf (Pesantren Manba'ul Falah). Dengan melihat realita ini tentunya dapat dikatakan bahwa peminat terhadap lembaga tersebut masih kurang. Dengan begitu diperlukan untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran di lembaga tersebut. karena pendidikan merupakan proses inkluler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan, maka manajemen pemasaran merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan guna memperoleh hasil yang maksimal dalam proses manajemen pemasaran pendidikan. Berikut

adalah alur penelitian di SMK NU Manbual Falah yang dimulai dari bagaimana manajemen pemasaran pendidikan, atau biasa disebut *planning*, bagaimana proses pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbual Falah setelah membuat *planning* atau perencanaan. Setelah *planning* dan *actuating* dapat dilihat apa saja problematika yang terjadi di dalam manajemen pemasaran yang dilakukan, sehingga dilakukan evaluasi guna selalu memperbaiki kualitas atau mutu sekolah.

Gambar 3.1 Skema Alur Pikir Penelitian



D. Preposisi

Preposisi adalah dugaan sementara dari sebuah penelitian terhadap fenomena yang terjadi. Berdasarkan kerangka berfikir tersebut, maka preposisi penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah telah sesuai prosedur atau berjalan dengan baik.
2. Pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah terlaksana sesuai dengan perencanaan yang telah disusun.
3. Evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah selalu dilaksanakan pada saat setelah terjadinya probelatika di dalam manajemen pemasaran.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Lexy J. Moleong (2014 : 6) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena apa yang dialami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data serta mendapatkan kesimpulan yang ada di lapangan sehubungan dengan Manajemen Pemasaran Pendidikan SMK NU Manba'ul Falah Kedungliwung Singojuruh. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan mengetahui Manajemen Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manba'ul Falah Kedungliwung Singojuruh.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di SMK NU Manba'ul Falah Kedungliwung Banyuwangi, yang beralamat di jalan pemuda RT 003/ RW 003 Dusun Kedungliwung, Desa Kemiri, Kecamatan Singojuruh, Kabupaten Banyuwangi. Alasan memilih objek penelitian di SMK NU Manba'ul Falah Kedungliwung Singojuruh karena jarak yang dekat dengan kediaman peneliti, sehingga akan memudahkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, selain itu untuk mengevaluasi manajemen pemasaran yang telah di laksanakan di

SMK NU Manba'ul Falah Kedungliwung Singojuruh.

C. Kehadiran Peneliti

Pada metode kualitatif, kehadiran peneliti yang dilaksanakan di SMK NU Manba'ul Falah ini menjadi hal pokok yang harus dilakukan. Karena sumber data yang di gunakan pada metode kualitatif adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, maka dengan kehadiran peneliti ketempat akan menghasilkan data yang valid dan tidak di buat-buat.

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini terfokus pada kepala sekolah, dewan guru SMK NU Manbaul Falah, dan bagian tata usaha terkait manajemen pemasaran di SMK NU Manba'ul Falah.

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi dua macam yaitu sumber data primer dan sekunder.

1. Sumber data primer diperoleh oleh peneliti dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi secara langsung terkait informasi Manajemen Pemasaran Pendidikan. Data ini harus dicari melalui narasumber (responden) yaitu orang yang peneliti jadikan sebagai objek penelitian atau orang yang peneliti jadikan sarana mendapat informasi atau data. Data tersebut dapat diperoleh dari kepala sekolah, dewan guru SMK NU Manbaul Falah, dan bagian tata usaha terkait profil SMK NU Manba'ul Falah.
2. Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung

memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

F. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa metode untuk memperoleh data, antara lain:

1. Metode Observasi

Pemerhatian adalah teknik mengumpulkan data, menurut Sugiyono (2008: 145) dalam buku "kaedah penyelidikan" dengan jalan bermaksud pemahaman tentang aktiviti yang sedang berlangsung. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi tentang letak geografis, gambaran fisik sekolah, dan kegiatan manajemen pemasaran. Fungsi dari kegiatan observasi dalam penelitian ini yaitu untuk mengamati secara langsung bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan yang diterapkan di SMK NU Manba'ul Falah

2. Metode Interview (wawancara)

Di dalam penelitian ini yang akan diwawancarai atau yang menjadi sumber data adalah kepala sekolah, dewan guru, dan TU di SMK NU Manba'ul Falah. Cara ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana kondisi sekolah dan untuk memperoleh kejelasan dari proses observasi yang bersifat mendukung data penelitian.

3. Metode Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan beberapa dokumen sebagai sumber data penelitian, meliputi: profil sekolah, struktur organisasi,

visi dan misi, tujuan sekolah, keadaan guru, dan data yang terkait dengan manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data menggunakan model triangulasi, yaitu teknik yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data itu untuk melakukan pengecekan atau untuk pembanding dengan data itu (Lexy J. Moleong : 2014). Dalam pelaksanaannya peneliti melakukan pengecekan data yang berasal dari hasil wawancara dengan kepala sekolah dan dewan guru dalam hal proses manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manba'ul Falah. Hasil wawancara tersebut kemudian dicek dengan hasil pengamatan yang peneliti lakukan selama masa penelitian untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manba'ul Falah.

H. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan cara mendeskripsikan semua data yang telah didapat kemudian dianalisis sedemikian rupa secara sistematis, dan akurat dengan membandingkan dengan teori. Untuk memperoleh data yang sesuai dengan kerangka kerja maupun fokus masalah, maka akan ditempuh tiga langkah utama sebagai berikut:

1. Data Reduction (Reduksi Data)

Mengurangkan data dengan meringkaskan, memilih perkara utama, memberi tumpuan kepada perkara penting, menentukan topik dan membuat

perkara yang tidak perlu. Oleh sebab itu, pengurangan data memberikan pertumbuhan yang lebih jelas, dan membolehkan para penyelidik menjalankan cara selanjutnya untuk data jika perlu. Sugiyono (2008 : 246-247) menjelaskan bahwa Metode Penelitian Kualitatif Yaitu penelitian yang melihat proses manajerial kemudian dikumpulkan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi lalu dijadikan ringkasan.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, selanjutnya adalah menyajikan data, melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut Sugiyono (2008 : 249). Sajian data dimaksudkan untuk memilih data yang sesuai dengan kebutuhan peneliti tentang manajemen pemasaran pendidikan, baik berupa uraian singkat, bagan maupun grafik, supaya teratur dan mudah dipahami.

3. *Conclusion Drawing/ verification*

Menurut kesimpulan dan pengesahan Miles dan Huberman adalah Sugiyono (2008: 252). Kesimpulan kajian untuk meringkaskan apa yang dimaksudkan oleh penyelidikan. Pengesahan data dimaksudkan untuk menentukan di akhir keseluruhan proses tahapan analisis sehingga keseluruhan permasalahan mengenai manajemen pemasaran di SMK NU Manba'ul Falah dapat terjawab sesuai dengan data dan permasalahannya.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

Dalam hal ini akan di sajikan data gambaran umum mengenai beberapa hal yang berkaitan dengan obyek penelitian di SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung Banyuwangi.

1. Sejarah Singkat Berdirinya SMK NU Manbaul Falah

SMK NU Manbaul Falah merupakan salah satu Lembaga Pendidikan Menengah Kejuruan di Banyuwangi, Jawa Timur yang menerapkan sistem *Boarding School* yaitu sistem sekolah berasrama, dimana sebagian besar peserta didik tinggal di asrama yang berada dalam lingkungan pondok pesantren, SMK NU Manbaul Falah merupakan sekolah swasta dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Manbaul Falah berlokasi di Jl. KH. Rofi'I Makshum Kedungliwung, Kemiri, Singojuruh, Banyuwangi.

SMK NU Manbaul Falah telah berdiri dan diresmikan pada tanggal 30 Mei 2014 dengan berdasarkan SK Dinas Pendidikan Kabupaten Banyuwangi No. 421.5/1539/429.101/2014. Pada awal pendirian SMK NU Manbaul Falah hanya mempunyai dua Program Kompetensi Keahlian yaitu Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) dan Akuntansi dan Keuangan Lembaga. Seiringan perkembangan dan kemajuan sekolah Pada Tahun 2019, SMK NU Manbaul Falah Telah mendirikan Kompetensi Keahlian baru yaitu, Desain Komunikasi Visual (DKV) dan Agribisnis Ternak Unggas (ATU). Sehingga sampai saat ini

SMK NU Manbaul Falah memiliki Empat Program Kompetensi Keahlian diantaranya:

1. Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ)
2. Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AK)
3. Desain Komunikasi Visual (DKV)
4. Agribisnis Ternak Unggas (ATU)

2. Profil SMK NU Manbaul Falah

Nama Sekolah	: SMK NU MANBAUL FALAH
NPSN / NSS	: 69896523
Jenjang Pendidikan	: SMK
Status Sekolah	: Swasta
Alamat	: Jl. KH. Rofi'I Ma'shum No. 35 Kedungliwung RT.003/003 Desa Kemiri Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi
Kompetensi Keahlian	: -Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) -Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AK) - Desain Komunikasi Visual (DKV) - Agribisnis Ternak Unggas (ATU)
Kode pos	: 68464
SK Pendirian Sekolah	: 421.5/1539/429.101/2014
Tgl SK Pendirian	: 30-05-2014

Status Kepemilikan : Yayasan

Nama Yayasan : Yayasan Manbaul Falah

SK Izin Operasional : 421.5/3926/101.3/2019

Tgl SK Izin Operasional : 05-07-207

No Rekening Sekolah : 0027056211 Bank Jatim Banyuwangi

Rekening Atas Nama : SMK NU MANBAUL FALAH

Luas Tanah Milik : 3.250 m2 (AKTA IKRAR WAKAF NO.
W.2/12/09/03/2019,tanggal 19 Maret 2019)

Luas Tanah Bukan Milik : 3.250 m2

NPWP : 700055577627000

Nama Kepala Sekolah : A. Azmi Khoirul Umam, S.Pt, M.Pt, M.Sc.

No. Telp Kasek : 082244334899

No. Telp. Sekolah : (0333) 6370117


3. Admistrasi Perizinan

Surat keterangan izin dari pemerintah provinsi jawa timur untuk pengoperasian sekolah seperti pada gambar.

Gambar 3.2 Sertifikat NPSN SMK NU Manbaul Falah



Gambar 3.3 Surat Izin Operasional SMK Nu Manbaul Falah


PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Jl. Pahlawan No.116 Telp. (031) 3577691 - 3577692 Fax. (031) 3577693
 Website : <http://p2t.jatimprov.go.id> Email : p2t@jatimprov.go.id
SURABAYA 60174

PERPANJANGAN IZIN OPERASIONAL SEKOLAH SWASTA


Nomor : 19.08/1462/02/III/2020

Memberikan Perpanjangan Izin Operasional Sekolah Swasta kepada :

1. Nama Sekolah	: SMK NU MANBAUL FALAH
2. Alamat Sekolah	: Jl. KH. Rofii Maksum No. 35 Singojuruh Banyuwangi
3. NPSN	: 6 9 8 9 6 5 2 3
4. Nama Yayasan	: Yayasan Manba'ul Kedungliwung
5. Alamat Yayasan	: Dsn. Kedungliwung Ds. Kemiri Kec. Singojuruh Kab. Banyuwangi
6. Akta Pendirian	:
Nomor dan Tanggal Akta	: No. 40 Tgl. 13 Maret 2014
Notaris	: Agus Salim, SH, M.Kn
SK Pengesahan Akta Yayasan	: AHU-05273.50.10.2014
Tanggal Pengesahan	: 02 September 2014
7. Akta Perubahan	:
Nomor dan Tanggal Akta	: -
Notaris	: -
SK Pengesahan Akta Yayasan	: -
Tanggal Pengesahan	: -
8. Tanggal Pendirian Sekolah	: 30 Mei 2014
9. Bidang Keahlian/Program Keahlian/Kompetensi Keahlian/Akreditasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Bisnis dan Manajemen/Akuntansi dan Keuangan/Akuntansi dan Keuangan Lembaga/ Tercatat b. Teknologi Informasi dan Komunikasi/Teknik Komputer dan Informatika/Teknik Komputer dan Jaringan/ Tercatat c. Agribisnis dan Agroteknologi/Agribisnis Ternak/Agribisnis Ternak Unggas/ - d. Seni dan Industri Kreatif/Seni Rupa/Desain Komunikasi Visual/ -
10. Masa Berlaku	Mulai tanggal 30 Mei 2020 s.d 29 Mei 2023
11. Dasar Pertimbangan	<ul style="list-style-type: none"> 1. Surat Permohonan Nomor :421.5/012/SMK-MF/II/2020, Tanggal 27 Februari 2020 2. Izin Operasional Sekolah Swasta Nomor : 421.5/3926/101.3/2017, Tanggal 05 Juli 2017 3. Surat Rekomendasi Kepala Bidang Pembinaan Pendidikan SMK Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur Nomor : 421.5/1837.16/101.3/2020, Tanggal 19 Maret 2020

Diterbitkan di : SURABAYA
 Pada Tanggal : 23 Maret 2020

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI JAWA TIMUR


Dr. Ir. ARIS MUKIYONO, MT, MM
 Pembina Tingkat I
 NIP. 19660625 199903 1 005

4. Daftar Nama Guru dan Karyawan SMK NU Manbaul Falah Tahun 2021

Tabel 2.2

NO	NAMA	JABATAN	PENDIDIKAN TERAKHIR	MATA DIKLAT YANG DIAJARKAN
1.	Ahmad Azmi Khoirul Umam, S.Pt., M.Pt., M.Sc.	Kepala Sekolah	S2	-
2.	Soleh Afandi, S.Pd	Waka Kurikulum/ Guru	S1	Bahasa Indonesia
3.	Eko Supriyono, S. Sos	Waka Humas/ Guru	S2	Kewarganegaraan
4.	Miftahul Huda, S. Pd	Waka Kesiswaan/ Guru	S1	Pendidikan Agama Dan Budi Pekerti
5.	Nikmatul Rohmah, S. E	Waka Sarpras/ Guru	S1	Matematika
6.	Nurhidayah, S.E	Ketua Kompetensi Keahlian: AKL	S1	Produktif Komli AKL
7.	Anggun Ahmad Shodiqin, S. Sos	Ketua Kompetensi Keahlian: DKV	S1	Produktif Komli DKV
8.	Rita Deviana, S. Kom	Ketua Kompetensi Keahlian: TKJ	S1	Produktif Komli TKJ
9.	Wahyu Fitriyani, S. Tr. Pt	Ketua Kompetensi Keahlian: ATU	S1	Produktif Komli ATU
10.	Dra. Nuroniyah	Guru	S1	Pendidikan Agama Dan Budi Pekerti
11.	Anis Muyasyaroh, S. Pd	Guru	S1	Matematia
12.	Saroni, S.Pd	Guru	S1	Pendidikan Jasmani
13.	Drs. Mustain	Guru	S1	Pendidikan Agama Dan Budi Pekerti
14.	Bagus Prasetyo, SA	Guru	S1	Produktif Komli AKL
15.	Ainun Najib, S. Pd	Guru	S1	Bahasa Inggris
16.	Munawar, S. Pd	Guru	S1	Bahasa Indonesia
17.	Winda Syafitri	Guru	S1	Bahasa Inggris
18.	Ufia Ardina Zahiroh, S. Psi	Guru	S1	Bk
19.	Rima Fauziyatus Soleha, S. Pd	Guru	S1	Kewirausahaan
20.	Mohammad Asrofi, S.E	Guru	S1	Produktif Komli AKL
21.	Moh. Rismi Haitami Azizi, S. Si	Guru	S1	Kimia, Fisika
22.	Imam Mashud, S. Kom	Guru	S1	Produktif Komli TKJ
23.	Aji Laksono, S. Kom	Guru	S1	Produktif Komli Tkj
24.	Akhmad Faruq, S. Pd., M. Pd	Guru	S2	Bahasa Inggris
25.	Bagus Ramadhan,	Guru	S1	Produktif Komli ATU

	S. Tr. Pt			
26.	Abdul Wahid, S.T	Tenaga Administrasi Sekolah	S1	
27.	M Khoirul Anam, S. Kom	Tenaga Administrasi Sekolah	S1	
28.	Novita Mirayanti	Tenaga Administrasi Sekolah	SLTA	
29.	Rahmat Hidayat	Tenaga Administrasi Sekolah	SLTA	
30.	Mutmainnah	Tenaga Administrasi Sekolah	SLTA	

5. Visi dan Misi SMK NU Manbaul Falah

A. Visi Sekolah

Menjadikan sekolah unggul, bermutu serta terwujudnya sumber daya manusia yang bertakwa, berkarakter, kompeten dan berdaya Saing di era global.

B. Misi Sekolah

1. Mengembangkan kurikulum yang berkualitas dengan metodologi pembelajaran dan sistem penilaian yang berbasis kompetensi dan produksi yang berkarakter.
2. Meningkatkan kualitas pendidikan dalam pengelolaan sekolah melalui sistem penjaminan mutu internal.
3. Menanamkan pendidikan karakter, agamis dan nilai luhur.
4. Mengembangkan potensi peserta didik melalui kegiatan ekstrakurikuler agar peserta didik memiliki multi skill
5. Menumbuhkan semangat kemandirian, kreatif, profesional, optimis serta mempunyai etos kerja yang optimal.

B. Paparan Data

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen Pemasaran di SMK NU Manbaul Falah dalam meningkatkan jumlah siswa, dan metode penelitian yang digunakan peneliti dengan wawancara, observasi serta dokumentasi.

Berikut beberapa hasil wawancara dengan kepala sekolah SMK NU Manbaul Falah bapak Ahmad Azmi Khoirul Umam mengenai beberapa fokus penelitian skripsi peneliti yang berjudul Manajemen Pemasaran SMK NU Manbaul Falah.

1. Perencanaan Pemasaran Pendidikan

Yang dimaksud dengan perencanaan adalah proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai dengan sumber yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan. Untuk menjalankan kegiatan pendidikan sangatlah dibutuhkan langkah dalam usaha guna mendapatkan tujuan yang telah ditetapkan.

Langkah awal perencanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah sebagaimana yang di jelaskan oleh kepala sekolah SMK NU Manbaul Falah bapak Azmi yaitu:

“dengan menentukan panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB) guna mengatur dan mempersiapkan penataan seluruh kegiatan, mengatur dan mempersiapkan sarana-sarana yang berkaitan dengan kegiatan tersebut. Panitia penerimaan peserta didik baru mempunyai tugas menerima pendaftaran calon siswa baru dan memperkenalkan SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung kepada para konsumen pendidikan serta masyarakat umum dengan memberikan penjelasan program yang jelas dan komplit”.

Adapun strategi pemasaran yang digunakan menurut penjelasan dari kepala sekolah salah satunya dengan mendelegasikan anggota OSIS sekolah

untuk menjadi perwakilan sekolah dalam memperkenalkan dan mempromosikan SMK NU Manbaul Falah dengan cara sosialisasi kepada calon siswa baru yang masih berada di bangku SLTP. Selain itu tenaga dari para wali santri pondok pesantren Manbaul Falah, para simpatisan, dan para tokoh yang berada di sekitar juga ikut dalam memasarkan jasa pendidikan dan mempromosikan SMK NU Manbaul Falah beserta visi misi dari sekolah untuk mencapai sebuah tujuan dari pemasaran pendidikan tersebut.

Setelah terbentuk panitia pelaksana pemasaran pendidikan, kepala sekolah membentuk tugas pokok dan fungsi (TUPOKSI) dari masing-masing panitia, dan dijelaskan secara gamblang di awal setelah terbentuknya panitia pelaksanaan pemasaran pendidikan SMK NU Manbaul Falah agar berjalan teratur dan supaya tidak terjadi berbenturan tugas pokok antar panitia pelaksana pemasaran pendidikan.

Selain pembentukan panitian beserta TUPOKSI dari masing-masing anggota pelaksana Bapak Azmi menuturkan bahwa

“Anggaran dana yang juga harus dibahas pada awal perencanaan pemasaran pendidikan guna mengetahui posisi keuangan yang perlu disiapkan, membantu dalam menyesuaikan pengeluaran, belajar tentang kapasitas pengeluaran tabungan serta untuk menentukan tujuan yang realistis”.

Selanjutnya, sebelum pemasaran pendidikan dilaksanakan SMK NU Manbaul Falah terlebih dahulu mementingkan kualitas pendidikan yang harus terus ditingkatkan, selalu berinovasi, dengan kegiatan yang ada di sekolah, baik lomba-lomba akhir semester, memperingati hari-hari besar nasional atau

keagamaan, mengadakan kegiatan sosial masyarakat, pentas seni, memberikan informasi yang komplit kepada publik tentang pelayanan pendidikan, prestasi sekolah maupun program unggulan yang dimiliki SMK NU Manbaul Falah agar dapat membangun citra positif, sehingga kegiatan SMK NU Manbaul Falah mempunyai nilai yang baik dimata orang yang memerhatikan dan bila saatnya tahun ajaran baru atau pada saat dimulainya agenda tahunan yakni pemasaran pendidikan akan lebih mudah mendeskripsikan baik secara verbal maupun non verbal pada masyarakat sekitar tentang kegiatan dan program unggulan yang dimiliki SMK NU Manbaul Falah, dengan begitu menjadikan pemasaran lebih intens dan efektif.

Selain dari hasil wawancara di atas, peneliti juga melakukan observasi dalam pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah, hasil observasi bahwasanya perencanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah meliputi pasar dan segmentasi pasar. Menentukan daerah pasar dan siapa saja sasaran yang akan di tuju dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan ini. SMK NU Manbaul Falah mempunyai konsumen pasar seperti SMP yang berada di sekitar, MTs sekitar, para wali santri yang berada di pondok pesantren Manbaul Falah dan para tokoh yang berada di sekitar daerah.

Dapat disimpulkan bahwa, SMK NU Manbaul Falah melaksanakan perencanaan pemasaran pendidikan dengan Menyusun perangkat pemasaran seperti panitia pelaksana, TUPOKSI dari masing-masing pelaksana, anggaran dana pemasaran pendidikan, jadwal tersendiri, sebagai bentuk penyampaian, tanggal pelaksanaan, target yang dituju dan cara pelaksanaan pemasaran pendidikan, melakukan identifikasi pasar selanjutnya adalah pengemasan

semua bersifat taktis dan mengutamakan kepentingan atau kepuasan masyarakat sebagai pengguna atau pelanggan pendidikan. Hal ini berujung agar perencanaan pemasaran pendidikan yang akan dilaksanakan dapat tertata, tersusun dan lebih efektif.

2. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan

Kepala SMK NU Manbaul Falah selalu melakukan pelaksanaan/penggerakan kepada para stafnya baik secara langsung maupun tidak langsung agar para anggota organisasi yang diberi tugas dan tanggung jawab dalam berhubungan dengan publik dapat bekerja dengan baik dan benar demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Pergerakan dilakukan tidak lain merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan.

Bapak Ahmad Azmi Khoirul Umam selaku kepala sekolah SMK NU Manbaul Falah selalu melakukan pelaksanaan dan penggerakan kepada anggota dan staffnya, secara langsung maupun tidak langsung supaya para anggota yang diberi tanggung jawab dalam berhubungan dengan publik dapat bekerja dengan profesional dan benar, demi tercapainya sebuah tujuan dari pemasaran.

Pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbau Falah dilakukan dengan beberapa cara dan taktik yang di sesuaikan dengan situasi dan kondisi.

Bapak Azmi menyampaikan terkait pelaksanaan pemasaran yang dilakukan yakni dengan :

“Melakukan promosi dengan menyampaikan prestasi-prestasi akademik maupun non akademik yang pernah di raih, memberikan informasi terkait program-program unggulan yang dimiliki SMK NU Manbaul Falah yang tidak banyak dimiliki oleh sekolah lain seperti ujian kompetensi ketrampilan yang dilaksanakan sesuai jurusan pada tiap

bulannya, meningkatkan kejasama dengan Industri dan Dunia Kerja (IDUKA), memiliki e-absensi, e-payment, e-learning, e-PBDB yang semua itu terpadu pada sebuah aplikasi, selain itu juga sekolah yang efisien dalam biaya salah satunya yakni dengan menggratiskan uang Gedung”.

Selain strategi yang dipaparkan di atas, dengan menyebar brosur penerimaan peserta didik baru, memasang banner di beberapa jalan guna memperkenalkan fasilitas, jurusan, kegiatan dan juga prestasi yang dimiliki SMK NU Manbaul Falah kepada konsumen. Contoh brosur yang di publikasikan:

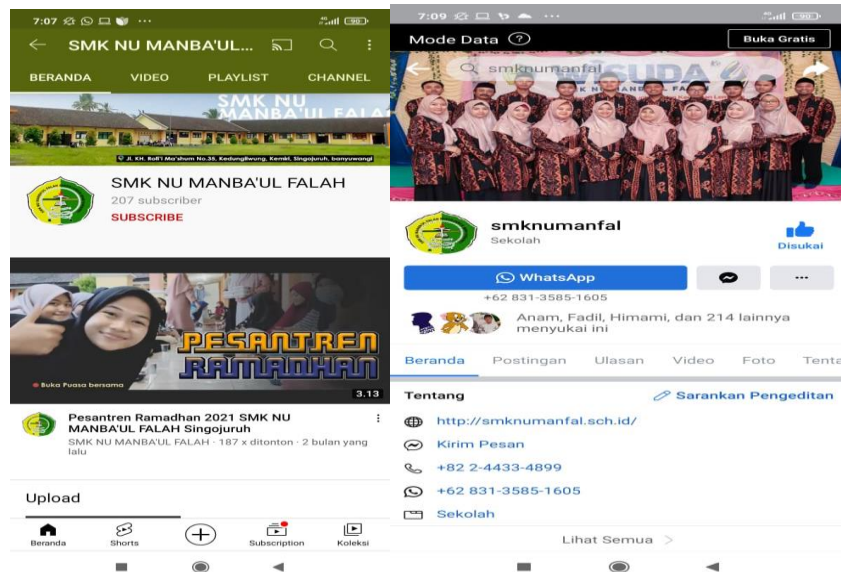
Gambar 3.4 Brosur Pemasaran SMK NU Manbaul Falah



Sumber: dokumen sekolah

Selain wawancara peneliti juga melakukan observasi terkait pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah, beberapa strategi yang telah dilakukan SMK NU Manbaul Falah guna mendapatkan hasil pemasaran yang maksimal dengan melakukan promosi di media social seperti Instagram, youtube, status whatsapp, fanspage dan juga facebook.

Gambar 3.5 Akun Media Sosial Resmi SMK NU Manbaul Falah



Sumber: olahan peneliti

Disana tertulis beberapa informasi yang cukup lengkap serta disajikan dengan design yang menarik juga dengan diksi yang apik sehingga minimal pembaca akan tertarik untuk membaca. Dengan menyebutkan visi-misi dari berbagai program keahlian yang ada di SMK NU Manbaul Falah serta sederet prestasi yang diraih, baik akademik ataupun non akademik.

Gambar 3.6 Program Keahlian SMK NU Manbaul Falah





Sumber: dokumen sekolah

Selain dengan promosi menggunakan brosur, banner, phamflet, dsb. SMK NU Manbaul Falah juga menerapkan program sedekah mingguan pada hari Jumat, menurut penjelasan dari Ibu Dina

“yang mana beberapa uang yang terkumpul akan di berikan pada warga sekitar yang benar-benar membutuhkan”.

Selain dengan datang ke sekolah-sekolah untuk melakukan sosialisasi visi misi sekolah, salah satu bentuk pemasaran yang dilakukan di SMK NU Manbaul Falah dalam menawarkan programnya adalah adanya pembelajaran mengenai ilmu agama yang lebih banyak dari pada SLTA pada umumnya, seperti kajian aswaja, pembelajaran tauhid, fiqh dan aqidah akhlaq.

Selain dengan metode wawancara peneliti juga menggunakan metode observasi. Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah bukan semata-mata melakukan promosi lembaga, tetapi juga sangat memperhatikan pelayanan untuk kehidupan keberagaman dan sosial yang harus saling membantu bekerja sama demi terciptanya kerukunan dan kemajuan bangsa, sehingga praktik pendidikan yang ada benar-benar sangat bermanfaat dalam kehidupan bermasyarakat, bukan menjadi lembaga atau

institusi yang berdiri sendiri dan tidak berguna bagi masyarakat. Hal ini dibuktikan lagi dengan adanya kegiatan pemberian santunan pada waktu-waktu tertentu, misalnya santunan kepada anak yatim setiap bulan Muharram, kepada siswa dan warga sekitar yang membutuhkan.

Zakat fitrah juga menjadi kegiatan rutin pada tiap-tiap tahunnya, sehingga dengan melakukan kegiatan sosial pada masyarakat akan mendapat perhatian lebih, serta nilai baik tersendiri yang kembali ke lembaga, dengan begitu pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah tidak hanya melulu melalui selebaran kata-kata melainkan juga dengan perbuatan atau *action*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SMK NU Manbaul Falah dan diperkuat dengan observasi serta dokumentasi menyatakan bahwasanya SMK NU Manbaul Falah melakukan pelaksanaan pemasaran pendidikan sejak awal semester genap sampai akhir semester genap, daerah pemasaran dan target yang dituju yaitu SMP dan MTS terutama yang berada dekat dengan sekolah, serta warga di sekitar sekolah. Pelaksanaan pemasaran pendidikan dengan melakukan pemasangan spanduk atau banner, penyebaran brosur, menyebarkan informasi melalui media social seperti youtube, Instagram, facebook, dan status whatsapp tiap guru guna mempermudah konsumen mendapatkan informasi mengenai SMK NU Manbaul Falah, serta berstrategi khusus yakni dengan memberikan bonus seperti gratis full bagi siswa yatim, beasiswa tertentu bagi siswa yang berprestasi, siswa yang kurang manpu dan bagi kepada setiap siswa yang mendaftarkan diri untuk bersekolah di SMK NU Manbaul Falah.

3. Evaluasi Pemasaran Pendidikan

Pada tahap evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah, menurut Bapak Ahmad Azmi berdasarkan wawancara peneliti menjelaskan bahwa:

“Pengawasan pemasaran pendidikan dilaksanakan langsung oleh kepala sekolah, sehingga kepala sekolah mengetahui minus selama pemasaran dilaksanakan bahkan sebelum pemasaran dimulai. Ada beberapa problematika yang membuat pemasaran di SMK NU Manbaul Falah kurang memenuhi target antara lain adalah sekolah negeri yang banyak diminati oleh konsumen, jarak antara SMK NU Manbaul Falah dan sekolah negeri yang berdekatan, SDM yang kurang, sarana prasarana yang relatif kurang lengkap dikarenakan sekolah yang relatif baru. Dalam wawancara kepala sekolah menuturkan bahwa alat utama dalam evaluasi yang sebenarnya adalah jumlah siswa. Semakin banyak jumlah siswa akan semakin mudah memperbaiki kekurangan yang dimiliki sekolah baik fasilitas maupun yang lainnya”

Dalam pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah ada faktor pendukung dan penghambat, misalnya jarak rumah yang jauh, berdekatnya lokasi sekolah dengan sekolah negeri, banyak sekolah yang baru berdiri membuat persaingan pasar semakin meningkat.

Pada kaitannya dengan evaluasi maka berbagai upaya untuk meningkatkan mutu pelayanan jasa pendidikan adalah hal pokok yang harus dilakukan. Sebagai lembaga pendidikan tentunya SMK NU Manbaul Falah juga selalu melakukan peningkatan mutu pendidikan agar dapat bersaing dalam persaingan mutu lulusannya. Evaluasi juga membahas tentang upaya meningkatkan mutu pendidikan.

Bapak Azmi selaku kepala sekolah menyadari bahwa untuk meningkatkan kualitas mutu sekolah terlebih dahulu

“seharusnya meningkatkan kualitas guru dengan mengadakan pelatihan-pelatihan guru harus upayakan”

Diantara yang harus dievaluasi dari diri guru adalah kompetensi pedagogik, yaitu kompetensi mengelola pembelajaran peserta didik, yang meliputi penilaian prestasi belajar peserta didik, kompetensi kepribadian yang mantap, berakhlak mulia, arif dan wibawa serta menjadi tauladan yang baik bagi siswa, kompetensi professional penguasaan materi pelajaran secara luas dan mendalam, kompetensi sosial untuk berkomunikasi dan interaksi secara efektif dan efisien dengan siswa juga sesama guru. Dengan demikian akan diketahui titik kelemahannya sehingga akan mudah mengembangkan kemampuannya.

Persaingan begitu ketat ketat antar lembaga pendidikan dalam menyediakan jasa pendidikan disikapi dengan tetap menjaga kualitas mutu pendidikan dan berupaya melengkapi sarana dan prasarana dengan cara menambah beberapa fasilitas untuk menunjang proses belajar mengajar, seperti internet, komputer, perlengkapan alat olah raga, alat kesenian/keterampilan.

Dari beberapa upaya di atas tentunya tujuan utama adalah peningkatan mutu pendidikan yang harus sesuai dengan tuntunan masyarakat luas dan menjadikan SMK NU Manbaul Falah bukan sebagai lembaga pendidikan yang tidak peka dengan kehidupan sosial keagamaan masyarakat dan perkembangannya. Sehingga selanjutnya akan tercipta citra positif dari masyarakat luas terhadap SMK NU Manbaul Falah.

Evaluasi ini berguna untuk membahas dan mencari solusi dalam pelayanan pendidikan serta mengupayakan peningkatan mutu lembaga pendidikan. Hal ini bisa dilihat dari tanggal pelaksanaan yang berjalan sesuai

dengan rencana, daerah dan target pemasaran telah dilakukan sesuai dengan rencana, strategi pemasaran pendidikan yang telah menjalankan pemasaran pendidikan dengan menggunakan media berupa brosur, spanduk dan phamplet serta menawarkan strategi khusus untuk memberikan bonus bagi siswa yang berprestasi baik akademik maupun non akademik, program peduli keluarga, anak yatim, koordinasi alumni dan tim pelaksana penerimaan peserta didik telah melakukan pemasaran sesuai dengan *job description*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah. Maka sebagai tindak lanjut dari penelitian ini adalah menganalisis data-data yang terkumpul dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sebagaimana yang tertera dalam bab I bahwa tujuan penelitian ini untuk membahas hasil penelitian berdasarkan terori bab II tentang bagaimana perencanaan pemasaran pendidikan, pelaksanaan pemasaran pendidikan serta evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah. Dalam hal ini manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah meliputi kegiatan perencanaan pemasaran pendidikan, pelaksanaan pemasaran pendidikan dan evaluasi pemasaran pendidikan.

C. Temuan Penelitian

1. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pemasaran di SMK NU Manbaul Falah telah dilakukan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari penyusunan perangkat pemasaran yang meliputi susunan kepanitiaan, rencana daerah pemasaran dengan mengidentifikasi pasar, segmentasi dan positioning.
2. Pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah telah

dilaksanakan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari praktik promosi melalui brosur, phamflet, banner, serta sosialisasi dengan calon peserta didik yang masih SLTP.

3. Berdasarkan hasil dari pengamatan peneliti bahwa evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah telah berjalan dengan baik, evaluasi pemasaran di SMK NU Manbaul Falah, dilakukan setiap saat oleh kepala sekolah, apabila terjadi kurang efektifan dalam pelaksanaan kegiatan maka dapat segera diluruskan.

D. Pembahasan

Pembahasan dari tiga focus masalah terkait penelitian Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah tersebut sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah sesuai pengertian perencanaan yang telah dijelaskan pada bab II, bahwa perencanaan adalah suatu kegiatan untuk menetapkan aktivitas yang berhubungan dengan jawaban pertanyaan 5W 1H. Hal ini 5W 1 H dapat diartikan: *What* (apa), jenis kegiatannya apa?, *When* (kapan), waktu pelaksanaannya kapan, *Where* (di mana), tempat pelaksanaannya di mana, *Who* (siapa) pelaksana dan sasaran kegiatannya siapa, *Why* (mengapa), alasan atau analisis semua unsur kegiatan dan, *How* (bagaimana), cara pelaksanaan kegiatannya bagaimana, agar sesuai dengan rencana.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dalam perencanaan pemasaran pendidikan yaitu dengan menyusun perangkat pemasaran meliputi rencana tanggal pelaksanaan, rencana daerah pemasaran, target yang dituju, cara

pelaksanaan pemasaran pendidikan dan tim pelaksana penerimaan peserta didik.

Berdasarkan temuan, teori dan kajian pustaka penulis analisis bahwa perencanaan pemasaran di SMK NU Manbaul Falah telah dilakukan dengan baik. Hal ini dapat dilihat mulai dari penyusunan perangkat pemasaran yang meliputi:

a. Kepanitiaan

Membentuk kepanitiaan penerimaan peserta didik sebagai tim pelaksana dan menentukan *job description*, pemberian tugas kepada masing-masing staf serta mengkoordinir kerja setiap staf dalam satu tim yang terorganisir. Kegiatan di mulai dengan membentuk kepanitiaan rencana waktu, tanggal pelaksanaan penerimaan peserta didik baru sesuai dengan kalender akademik.

b. Rencana daerah pemasaran dengan cara melakukan identifikasi pasar, yaitu riset dalam upaya mengetahui kondisi masyarakat sasaran pemasaran pendidikan dan menggali data tentang hal-hal yang diinginkan oleh para pelanggan. Sehingga dapat direncanakan tentang bagaimana cara strategi pemasaran pendidikan dan berapa besar biaya sekolah yang akan ditetapkan kepada pelanggan pendidikan.

c. Segmentasi dan positioning

SMK NU Manbaul Falah sebagai lembaga pendidikan harus siap menghadapi persaingan. SMK NU Manbaul Falah telah memiliki segmen pasar tersendiri yang perlu dipertahankan sehingga tidak akan lari ke lembaga lain. Sekolah menengah pertama di sekitar SMK NU Manbaul

Falah sebagai target yang dituju untuk penawaran melanjutkan di SMK NU Manbaul Falah. Meskipun tidak menutup kemungkinan dilaksanakan dengan model pemasaran pendidikan dan promosi tentang keunggulan SMK NU Manbaul Falah ke SLTP dan masyarakat umum.

Bentuk pengemasan pemasaran pendidikan yang dilakukan SMK NU Manbaul Falah juga dilakukan dengan rapi. Dapat dilihat dari cara promosi dan penawaran yang tepat melalui program sesuai dengan keinginan konsumen serta melakukan peningkatan pada aspek kehidupan sosial keagamaan masyarakat.

2. Pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah telah dijelaskan pada bab II bahwa pelaksanaan pemasaran di sekolah hendaknya memerhatikan variabel-variabel yang dapat menarik minat siswa. Variabel-variabel tersebut ada yang dapat dikontrol oleh sekolah ada pula yang tidak dapat dikontrol. Adapun variabel yang tidak dapat dikontrol tersebut antara lain: budaya, kondisi ekonomi, dan kecenderungan sosial. Sedangkan variabel-variabel yang dapat dikontrol meliputi: kurikulum atau pelayanan lembaga pendidikan yang cocok dengan lembaga *user*, lokasi pelayanan, komunikasi dengan siswa, alumni, donator, atau komunitas lain yang terkait dengan praktik promosi, besarnya uang sekolah yang memungkinkan sekolah/madrasah untuk melayani siswa dengan baik dan efisien.

Hal-hal di atas menunjukkan bahwa upaya pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah memang telah dilaksanakan dengan maksimal melalui berbagai cara sebagai inovasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam membangun citra baik lembaga di mata publik.

3. Evaluasi Pemasaran Pendidikan di SMK NU Manbaul Falah. Sesuai dengan pengertian bab II, bahwa evaluasi adalah suatu usaha sistematis untuk merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan- penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya lembaga dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam tujuan-tujuan organisasi.

Berdasarkan analisis peneliti bahwa evaluasi pemasaran di SMK NU Manbaul Falah, dilakukan setiap saat oleh kepala sekolah, apabila terjadi kekurangan efektifan dalam pelaksanaan kegiatan maka dapat segera diluruskan. Untuk mengatasi kesenjangan program yang telah dilaksanakan dalam waktu tertentu salah satunya dengan mengadakan pertemuan/rapat oleh kepala sekolah dengan segenap guru dan karyawan pada tiap dua mingguan, bulanan, tengah semester, akhir semester dan akhir tahun. Karena tujuan dari rapat evaluasi yaitu untuk mencari solusi bersama demi menjaga kualitas pelayanan pendidikan. Selain itu, dalam rapat evaluasi juga membahas tentang persiapan program kegiatan terdekat yang akan dilaksanakan berikutnya, agar lebih matang dalam pelaksanaan program.

Hasil dari penelitian ini bahwa evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah telah berjalan dengan baik, hal ini dibuktikan dengan ketiga fungsi manajemen meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi sehingga pemasaran pendidikan dapat berjalan dengan baik. Tujuan sebenarnya dari konsep pemasaran pendidikan SMK NU Manbaul Falah adalah mengenalkan

SMK NU Manbaul Falah sebagai bentuk lembaga pendidikan yang peduli kepada masyarakat, peka terhadap permintaan masyarakat dan berguna bagi masyarakat, yang siap membangun mutu lulusan yang berkualitas dan generasi *khaira ummah* dengan pelayanan pendidikan sebaik mungkin.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perencanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah Kedung Liwung antara lain dengan mengidentifikasi pasar dengan melihat kondisi daripada masyarakat sebagai sasaran pemasaran pendidikan, serta menggali data yang berkaitan dengan hal-hal yang diinginkan oleh pelanggan, selalu meningkatkan kualitas mutu dan berinovasi, selain sebagai daya tarik tersendiri juga sebagai bentuk keseriusan lembaga dalam mengemban suatu lembaga pendidikan guna suatu tujuan tertentu, penentuan panitia, pembagian TUPOKSI dari masing-masing tim pelaksana penerimaan peserta didik baru.
2. Pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah meliputi penyebaran brosur, pemasangan banner di daerah tertentu, mendatangi daerah pemasaran target yang dituju yaitu SLTP terdekat, dengan menyajikan penawaran antara lain dengan promosi beberapa prestasi yang diraih sekolah, lembaga pendidikan yang sangat efisien dalam hal biaya, kegiatan atau program unggulan yang dimiliki SMK NU Manbaul Falah yang jarang dimiliki oleh sekolah lain. Pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah ini dilaksanakan sejak awal semester genap sampai akhir semester genap.
3. Evaluasi pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah yang bertujuan untuk mengetahui sampai mana pelaksanaan rencana kerja yang telah di rumuskan. Evaluasi ini guna untuk memperbaiki atau introspeksi suatu lembaga dalam konteks pemasaran pendidikannya guna meningkatkan mutu

suatu lembaga pendidikan. Dalam hal ini dapat dilihat dari tanggal pelaksanaan yang telah berjalan sesuai jadwal, panitia penerimaan peserta didik baru, daerah tujuan pemasaran, strategi pemasaran yang menggunakan brosur dan banner.

B. Saran

Dengan tidak mengurangi rasa hormat kepada semua pihak serta agar suksesnya kegiatan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah Kedungliwung, maka penulis memberikan saran untuk lembaga, yakni dengan meningkatkan mutu guru akan memengaruhi mutu lembaga, sehingga pemasaran pendidikan akan lebih efektif dalam mencapai tujuan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ara Hidayat dan Imam Machali. 2012. *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*. Yogyakarta: Kaukaba.
- Buchari Alma. 2012 : *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Engkoswara dan Aan Komariah. 2009. *Administrasi pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Galisa, Ayu Famelia. 2019. *Implementasi strategi pemasaran Pendidikan studi kasus di MTs Negeri 8 Bandar Lampung*. Skripsi.
- Koirun, Ni'am.2018. *Implementasi Pemasaran Pendidikan Di MTs Salafiyah Lahar Tlogowungu Pati*. Skripsi.
- Lexy J. Moleong. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lexy J. Moleong. 2014. *Metode Penelitian Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Malayu S.P. Hasibuan. 2007. *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhaimin. 2011. *Manajemen Pendidikan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Nanang Fattah. 1997. *Landasan Menejemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. *Referensi.data.kemdikbud.go.id*

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: alfabeta.
- Syafaruddin. 2005. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: PT Ciputat Press.
- Thamrin Abdullah & Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada
- Terry. 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: bumi Aksara Thamrin Abdullah & Francis Tantri. 8228. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Naimatul, Marfuah. 2019. *Pengaruh Manajemen Pemasaran Terhadap Output Siswa SMK Darussalam Bkolagung Tegalsari Banyuwangi*. Skripsi
- Umni, kulsumawati. 2019. *Manajemen pemasaran Pendidikan di SMP Eka Sakti Semarang*. Skripsi.

LAMPIRAN



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM

IAIDA

**FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI**

Alamat : Pori. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegatsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 Telp. (0333) 847459, Fax. (0333) 846221, Hp: 085258405333, Website: www.iaida.ac.id-Email: iaidablokagung@gmail.com

Nomor : 31.5/212.38/FTK.IAIDA/C.3/VII/2021

Lamp. : -

Hal : **PENGANTAR PENELITIAN**

Kepada Yang Terhormat:
**Kepala SMK NU Manbaul Falah
Kedung Liwung Banyuwangi**

Di - Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : **DIANA LU'LUATUL LAMAHA**
TTL : **Banyuwangi, 21 Februari 1999**
NIM /NIMKO : **17111110027/ 2017.4.071.0120.1.001169**
Fakultas : **Tarbiyah dan Keguruan (FTK)**
Program Studi : **Manajemen Pendidikan Islam (MPI)**
Alamat : **Jl. Pemuda Dusun Kedung Liwung RT 003 RW 003 Desa Kemiri
Kec. Singojuruh Kab. Banyuwangi**
HP : **081515868145**
Dosen Pembimbing : **Komarudin A, M.Pd.**

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi.

Adapun judul penelitiannya adalah:

***"Implementasi Manajemen Pemasarana Pendidikan SMK NU Manbaul Falah
Kedung Liwung Banyuwangi Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa "***

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.

Blokagung, 06 Juli 2021

Dekan



Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.

NIPY. 3150801058001



YAYASAN PONDOK PESANTREN MANBA'UL FALAH
SMK NU MANBA'UL FALAH
TEKNIK KOMPUTER DAN JARINGAN - AKUNTANSI DAN KEUANGAN
LEMBAGA
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL - AGRIBISNIS TERNAK UNGGAS
TERAKREDITASI
NSS : 4020525140 NPSN : 69896523

Alamat : Jl. KH. Rofi'i Maksum No.35 Kedung Liwung, Desa Kemiri, Kec. Singojuruh, Kab. Banyuwangi Kode Pos 68464 Telp: (0333)6370117

SURAT KETERANGAN

Nomor : 105/B.1/SMK_MF/026/VII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala SMK NU Manba'ul Falah Dsn. Kedungliwung Ds. Kemiri Kec. Singojuruh Kab. Banyuwangi, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Diana Lu'luatul Lamaha
Tempat/Tgl. Lahir : Banyuwangi, 21 Februari 1999
NIM/NIMKO : 17111110027/2017.4.071.0120.001169
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Progam Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Benar telah mengadakan penelitian di SMK NU Manba'ul Falah pada tanggal 16 Juli 2021 s/d 21 Juli sebagai syarat penyusunan skripsi yang berjudul : *"Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan SMK NU Manba'ul Falah Kedunglieung Banyuwangi Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa"*

Demikian surat ini kami buat agar dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Singojuruh, 21 Juli 2021

Kepala SMK NU Manba'ul Falah



Ahmad Azmi Khoirul Umam .S.Pd.I M.Pt.M.Sc

NIM **17111110027**
 NAMA **DIANA LU'LUATUL LAMAHA**
 FAKULTAS **TARBIYAH DAN KEGURUAN**
 PROGRAM STUDI **S1 MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**
 PERIODE **20202**
 JUDUL **IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN SMK NU MANBAUL FALAH KEDUNG
LIWUNG BANYUWANGI**



NO	PERIODE	TANGGAL MULAI	TANGGAL SELESAI	URAIAN MASALAH	BIMBINGAN
1	20202	19 Juli 2021	19 Juli 2021	ACC SKRIPSI	ACC SKRIPSI
2	20202	18 Juli 2021	18 Juli 2021	BAB V FINISHING	BAB V FINISHING
3	20202	13 Juli 2021	13 Juli 2021	BAB IV ACC	BAB IV ACC
4	20202	12 Juli 2021	12 Juli 2021	BAB IV REVISI	BAB IV REVISI
5	20202	06 Juli 2021	06 Juli 2021	BAB IV	BAB IV
6	20202	24 April 2021	24 April 2021	FINISHING PROPOSAL SKRIPSI	FINISHING PROPOSAL SKRIPSI
7	20202	23 April 2021	23 April 2021	BAB III	BAB III
8	20202	22 April 2021	22 April 2021	BAB II	BAB II
9	20202	18 April 2021	18 April 2021	BAB I	BAB I
10	20202	07 April 2021	07 April 2021	PENYUSUNAN PROPOSAL	PENYUSUNAN PROPOSAL
11	20202	29 Maret 2021	29 Maret 2021	PERUMUSAN JUDUL	PERUMUSAN JUDUL

BANYUWANGI, 14 JULI 2021
 Mahasiswa

DIANA LU'LUATUL LAMAHA
NIM: 17111110027

DRAFT INTERVIEW

A. INDIKATOR

1. Perencanaan

Pertanyaan:

- a. Apa yang perlu di persiapkan dalam rangka perencanaan menejemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
- b. Apa saja perencanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?

2. Pelaksanaan

Pertanyaan:

- a. Bagaimana awal pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
- b. Apa saja yang di perlukan dalam rangka pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
- c. Siapa saja sasaran pelaksanaan pemasaran di SMK NU Manbaul Falah?
- d. Dimana saja sasaran pelaksanaan di SMK NU Manbaul Falah?
- e. Sejak kapan pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah dilaksanakan?

3. Evaluasi

Pertanyaan:

- a. Apa problem yang sering terjadi di lapangan saat proses pelaksanaan maupun saat perencanaan manajemen pemasaran pendidikan di SMK NU Manbaul Falah?
- b. Bagaimana bentuk evaluasi dari problem yang terjadi?

Detektor Plagiarisme v. 1872 - Laporan Orisinalitas 7/25/2021 10:52:53 AM

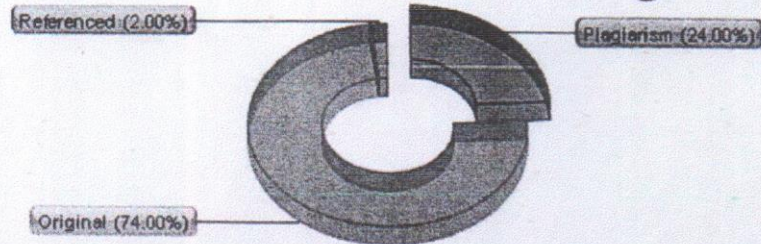
Dokumen yang dianalisis: DIANALU'LUATULLAMAHA (17111110027) MPIC.docx Dilisensikan ke:
Aster Putra

Prasetel Perbandingan: Menulis kembali . Bahasa yang terdeteksi:

Jenis cek: Pemeriksaan Internet

Analisis tubuh dokumen terperinci:

Bagan relasi:



Grafik distribusi:

Sumber utama plagiarisme: 71

Persentase	Jumlah	URL
8%	596	1. http://digilib.uinsby.ac.id/33230/3/Dyta%20Alvionita%20Indira%20Subagyo_D03215009.pdf
4%	285	2. https://manajemenkeuangan.net/manajemen-pemasaran-paud/
4%	263	3. https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/4195/3/T2_942011042_BAB%20II.pdf

Rincian sumber daya yang diproses: 130 - Baik / 19 - Gagal

Catatan penting:

Wikipedia:	Buku Google:	Layanan pengarang untuk orang lain:	Anti-kecurangan:
[tidak terdeteksi]	[tidak terdeteksi]	[tidak terdeteksi]	[tidak terdeteksi]

Referensi Aktif (Url yang Diekstrak dari Dokumen):

Tidak ada URL yang terdeteksi

Url yang Dikecualikan:

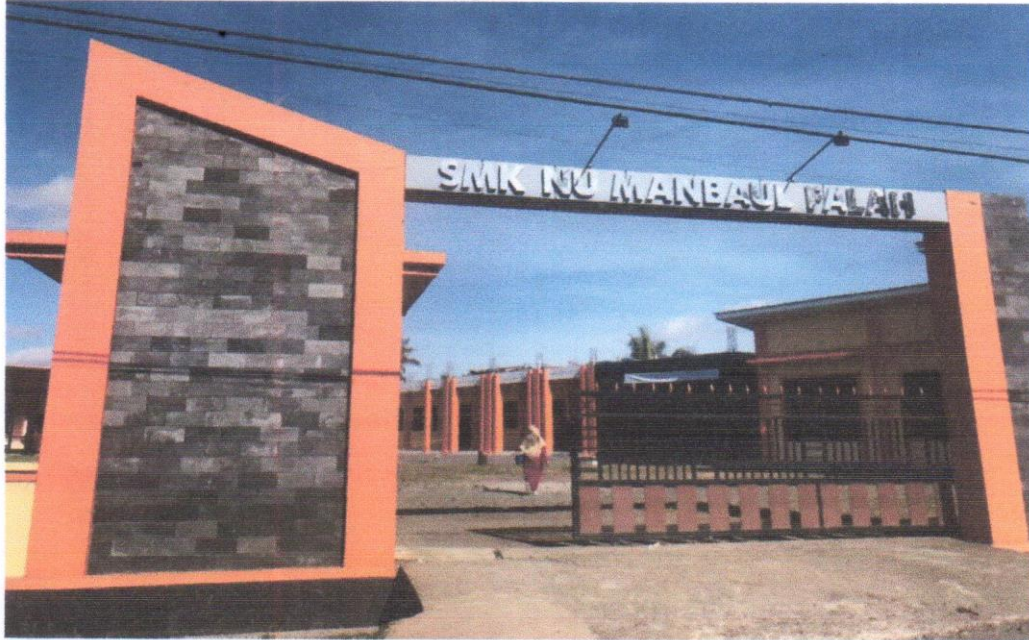
Tidak ada URL yang terdeteksi

URL yang disertakan:

Tidak ada URL yang terdeteksi

DOKUMENTASI

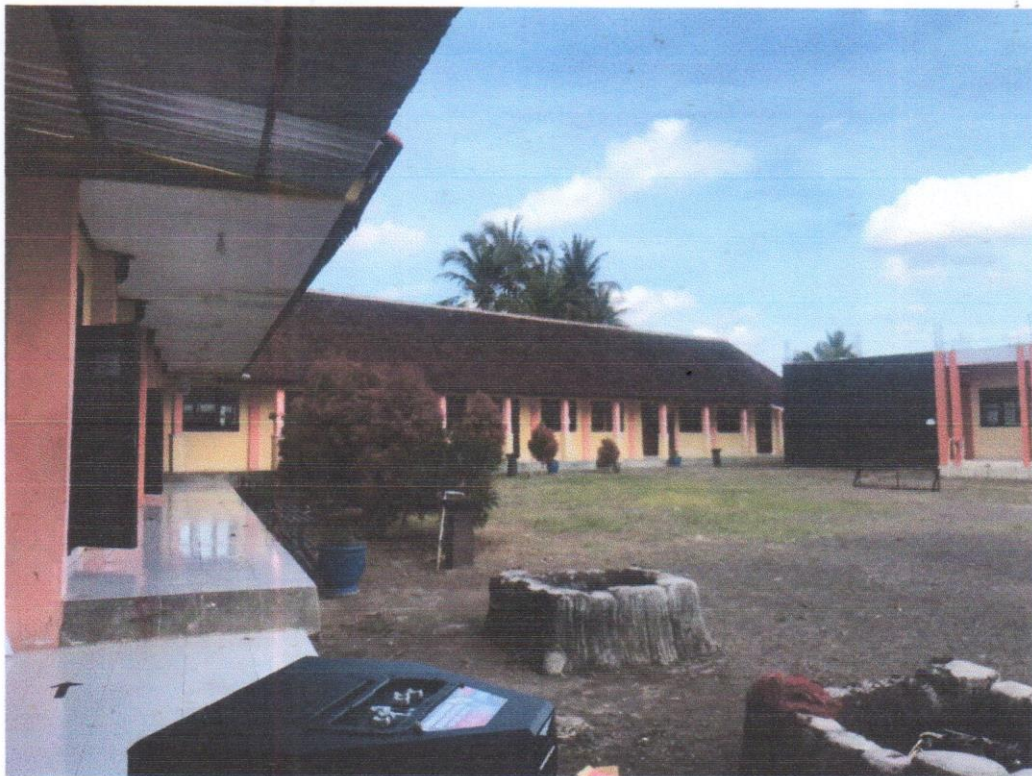
Gambar: gerbang utama SMK NU Mambaul Falah



Gambar: halaman SMK NU Manbaul Falah



Gambar: tampak depan ruang belajar SMK NU Manbaul Falah



Gb. Brosur Pemasaran Pendidikan SMK NU Manbaul Falah



YUK!
NUNGGU APA LAGI?
Segera Daftarkan Diri Anda!

 **SMK NU**
MANBA'UL FALAH

Office :
Jl. KH. RoBil Ma'Idum No.25
Keduglirung, Kemiri, Singojuruh, Banyuwangi

Unit Pendaftaran
ppdb.smknumanfal.sch.id

Kepala Sekolah : 0822-4433-4899
Ketua PPDB : 0823-3292-3840

Swipe ➤

1


smknumanfal.sch.id @smknumanfal



AKUNTANSI DAN KEUANGAN LEMBAGA (AK)

- Mengelola Keuangan Dasar
- Menyusun Laporan Keuangan Sederhana
- Mampu Mengoperasikan Aplikasi Komputer Akuntansi
- Mengelola Administrasi Perpajakan

4



AGRIBISNIS TERNAK UNGGAS (ATU)

- Mampu Memformulasikan Pakan
- Mampu Melakukan Penanganan Kesehatan Ternak Unggas
- Mampu Mengolah Produk Hasil Ternak Unggas
- Mampu Membuat Perencanaan Usaha Agribisnis Ternak Unggas

..... **Swipe** ➔ **6**

TEKNIK KOMPUTER DAN JARINGAN (TKJ)

- Mampu Melakukan Instal Sistem Operasi (Windows)
- Perakitan Komputer
- Penyambungan Kabel Fiber Optic 0,0 dbm (Splashing)
- Mampu Melakukan Konfigurasi Dasar Jaringan



3



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI
DINAS PENDIDIKAN
KABUPATEN BANYUWANGI

Jalan : KH. Agus Salim No.05 ☎ 0333-424680 Fax: 0333-429080
<http://pendidikan.banyuwangikab.go.id>
BANYUWANGI 68416

KEPUTUSAN
KEPALA DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN BANYUWANGI
Nomor : 421.5/1939 /429.101/2014
TENTANG
PENDIRIAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK)
NU MANBA'UL FALAH
DI DESA KEMIRI KECAMATAN SINGOJURUH
KABUPATEN BANYUWANGI

KEPALA DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN BANYUWANGI

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka menunjang peningkatan kualitas dan kuantitas pendidikan menengah dalam rangka Wajib Belajar Pendidikan Menengah terutama untuk daerah pedesaan ; perlu memberikan kesempatan dan layanan bagi masyarakat/swasta untuk ikut berpartisipasi dibidang penyelenggaraan pendidikan;
- b. bahwa sehubungan dengan maksud butir a diatas , yayasan LP, Maarif Kabupaten Banyuwangi yang beralamat di Jl. Kepundungan No. 9 Srono Kecamatan Srono Kabupaten Banyuwangi telah memenuhi syarat Standar Pelayanan Minimal sebagai penyelenggara Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) swasta di Lingkungan Pondok Pesantren Salafiyah Manba'ul Falah di Desa Kemiri Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi;
- c. bahwa agar pelaksanaan penyelenggaraan pendidikan oleh masyarakat/swasta sebagaimana dimaksud pada huruf b diatas dapat berjalan tertib , dipandang perlu menetapkan ijin pendirian SMK NU Manba'ul Falah di Desa Kemiri Kecamatan Singojuruh melalui Keputusan Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Banyuwangi.

- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 32 tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah ;
2. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 tentang Sestim Pendidikan Nasional;
3. Undang-Undang Nomor : 33 tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah ;

4. Peraturan

4. Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan dan Pengelolaan Pendidikan ;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Propinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota ;
6. Peraturan Pemerintah No. 32 Tahun 2013 Tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 Tentang Standart Nasional Pendidikan ;
7. Permendiknas No. 40 Tahun 2008 Tentang Standart sarana dan Prasarana Sekolah Menengah Kejuruan ;
8. Permendiknas 16/2007 Tentang Kualifikasi akademik dan Kompetensi Guru, Permendiknas Nomor : 13 Tahun 2007 tentang standar kualifikasi Kepala Sekolah serta Permendiknas No. 24/2008 Tentang Standar Tenaga Administrasi ;
9. Peraturan Bupati Nomor : 41 Tahun 2011 tentang Rincian Tugas , Fungsi dan Tata Kerja Dinas Pendidikan Kabupaten Banyuwangi;
10. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor : 060/U/2002 tentang Pedoman Pendirian sekolah ;

Memperhatikan : Keputusan Bupati Banyuwangi Nomor 52 Tahun 2004 Tentang Pelimpahan sebagian Tugas dan Kewenangan Pemerintahan dari Bupati kepada Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Banyuwangi;

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN: KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENDIDIKAN KABUPATEN BANYUWANGI TENTANG IJIN PENDIRIAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) NU MANBA'UL FALAH DI DESA KEMIRI KECAMATAN SINGOJURUH KABUPATEN BANYUWANGI

Pasal 1

Dengan Keputusan ini ditetapkan pendirian Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) NU Manba'ul Falah di Desa Kemiri Kecamatan Singojuruh Kabupaten Banyuwangi;

Pasal 2

(1) Surat Keputusan ijin Pendirian ini dituangkan pada Piagam ijin operasional Penyelenggaraan sekolah Swasta;

(2) Piagam

- (2) Piagam Ijin Operasional Penyelenggaraan sekolah Swasta sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berlaku selama 3 (tiga) tahun untuk ditinjau kembali;
- (3) Piagam ijin Operasional Penyelenggaraan Sekolah sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tertulis Nomor Identitas Sekolah (NIS) dan Nomor Statistik Sekolah (NSS).

Hal - hal yang belum diatur dalam Keputusan ini, sepanjang mengenai teknis pelaksanaannya akan ditetapkan lebih lanjut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pasal 4

- (1) Keputusan ini berlaku mulai Tahun Pembelajaran 2014 - 2015 ;
- (2) Keputusan ini disampaikan kepada Bupati Banyuwangi, sebagai laporan.

Ditetapkan di : Banyuwangi
Pada Tanggal : 30 Mei 2014

Plt. Kepala Dinas Pendidikan
Kabupaten Banyuwangi



SALINAN Keputusan ini disampaikan kepada :

1. Bupati Banyuwangi ;
2. Sekretaris Daerah Kabupaten Banyuwangi ;
3. Kepala Bagian Hukum Pemkab Banyuwangi ;
4. Camat Singojuruh ;
5. Ketua Yayasan LP. Ma'arif Kabupaten Banyuwangi selaku Penyelenggara .



**PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR
DINAS PENDIDIKAN**

Jl. Gentengkali No.33, Telp.(031) 5342706 - 5342708 Fax.5465413
SURABAYA

Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia
No. 3574/G4/KL/2009 Tahun 2009
Tentang Nomor Pokok Sekolah Nasional
Menerbitkan



**SERTIFIKAT
NPSN**

Nomor Pokok Sekolah Nasional

69896523

Diberikan Kepada :

SMK NU MANBAUL FALAH

Jl. KH. Rofifi Desa Kemiri Kecamatan Singojuruh
Kemiri Kec. Singojuruh Kab. Banyuwangi Prov. Jawa Timur
SK Ijin Operasional : 421.5/1539/429.101/2014
Tanggal SK Ijin Operasional : 2014-04-30

Surabaya, 29 Januari 2018

Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur



Kepala Dinas
Dr. SAIFUL RACHMAN, MM, M.Pd.

NIP. 19590503 198503 1 018



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Pahlawan No.116 Telp. (031) 3577691 - 3577692 Fax. (031) 3577693
Website : <http://p2t.jatimprov.go.id> Email : p2t@jatimprov.go.id
SURABAYA 60174

PERPANJANGAN IZIN OPERASIONAL SEKOLAH SWASTA

Nomor : 19.08/1462/02/III/2020

Memberikan Perpanjangan Izin Operasional Sekolah Swasta kepada :

1. Nama Sekolah : **SMK NU MANBAUL FALAH**
2. Alamat Sekolah : Jl. KH. Rofii Maksum No. 35 Singojuruh Banyuwangi
3. NPSN : 6 9 8 9 6 5 2 3
4. Nama Yayasan : Yayasan Manba'ul Kedungliwung
5. Alamat Yayasan : Dsn. Kedungliwung Ds. Kemiri Kec. Singojuruh Kab. Banyuwangi
6. Akta Pendirian :
Nomor dan Tanggal Akta : No. 40 Tgl. 13 Maret 2014
Notaris : Agus Salim, SH, M.Kn
SK Pengesahan Akta Yayasan : AHU-05273.50.10.2014
Tanggal Pengesahan : 02 September 2014
7. Akta Perubahan :
Nomor dan Tanggal Akta : -
Notaris : -
SK Pengesahan Akta Yayasan : -
Tanggal Pengesahan : -
8. Tanggal Pendirian Sekolah : 30 Mei 2014
9. Bidang Keahlian/Program Keahlian/Kompetensi Keahlian/Akreditasi
 - a Bisnis dan Manajemen/Akuntansi dan Keuangan/Akuntansi dan Keuangan Lembaga/ Tercatat
 - b Teknologi Informasi dan Komunikasi/Teknik Komputer dan Informatika/Teknik Komputer dan Jaringan/ Tercatat
 - c Agribisnis dan Agroteknologi/Agribisnis Ternak/Agribisnis Ternak Unggas/ -
 - d Seni dan Industri Kreatif/Seni Rupa/Desain Komunikasi Visual/ -
10. Masa Berlaku : **Mulai tanggal 30 Mei 2020 s.d 29 Mei 2023**
11. Dasar Pertimbangan :
 1. Surat Permohonan Nomor :421.5/012/SMK-MF/II/2020, Tanggal 27 Februari 2020
 2. Izin Operasional Sekolah Swasta Nomor : 421.5/3926/101.3/2017, Tanggal 05 Juli 2017
 3. Surat Rekomendasi Kepala Bidang Pembinaan Pendidikan SMK Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur Nomor : 421.5/1837.16/101.3/2020, Tanggal 19 Maret 2020Diterbitkan di : SURABAYA
Pada Tanggal : 23 Maret 2020

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI JAWA TIMUR



Dr. Ir. ARIS MUKIYONO, MT, MM

Pembina Tingkat I
NIP. 19660525 199903 1 005

BIODATA PENULIS

A. DATA DIRI



NAMA LENGKAP : DIANA LU'LUATUL LAMAHA
NIM : 17111110027
TTL : BANYUWANGI, 21 FEBRUARI 1999
FAKULTAS : TARBIYAH DAN KEGURUAN
PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
NO TLP : 081515868145
ALAMAT : KEDUNG LIWUNG, KEMIRI, SINGOJURUH,
BANYUWANGI

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 1 KEMIRI
2. PONPES DARUSSALAM
3. SMP PLUS DARUSSALAM
4. MA AL-AMIRIYYAH
5. IAI DARUSSALAM