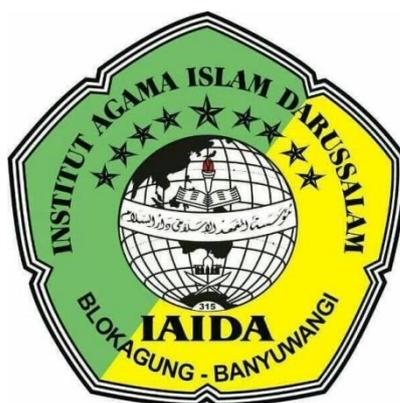


**SKRIPSI**

**PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN  
SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI  
TAHUN PEMBELAJARAN 2021**

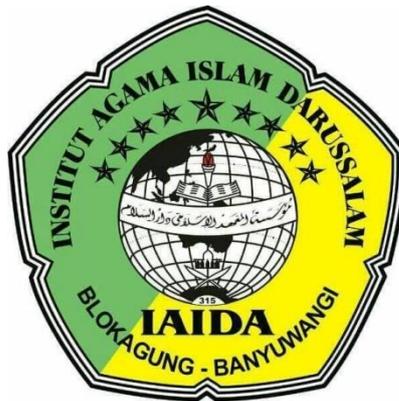


**Oleh:  
MIFTAHUL HUDA  
NIM: 18111110076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
(IAIDA)  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**

**SKRIPSI**

**PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN  
SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI  
TAHUN PEMBELAJARAN 2021**



**Oleh:  
MIFTAHUL HUDA**

**NIM: 18111110076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

**INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM**

**(IAIDA)**

**BLOKAGUNG BANYUWANGI**

**2022**

**HALAMAN PRASYARAT GELAR**

**SKRIPSI**

**PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN  
SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI  
TAHUN PEMBELAJARAN 2021**

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

**Oleh:**

**MIFTAHUL HUDA**

**NIM: 18111110076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
(IAIDA)  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul:

**PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN  
SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI  
TAHUN PEMBELAJARAN 2021**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal: 5 Juni 2022

Mengetahui,

Ketua Prodi



**NURKAFIDZ NIZAM FAHMI, S.Pd., M.H**  
NIPY. 3151905109301

Pembimbing

**KOMARUDIN A. S.Pd., M.Pd**  
NIPY. 3151726078801

**PENGESAHAN**

Skripsi saudara Miftahul Huda telah di munaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal:

05 Juni 2022

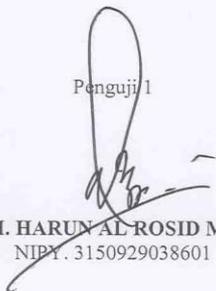
Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

Tim Penguji:

Ketua

  
**Dr. SITI AIMAH, S.Pd.I., M.Si.**  
NIPY. 3150801058001

Penguji 1

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

Penguji 2

  
**LIA KHOLIDA PUTRI MAHARANI S.S.T., M.Pd.I.**  
NIPY. 3151919109101

Dekan

  
  
**Dr. SITI AIMAH, S.Pd.I., M.Si.**  
NIPY. 3150801058001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto:**

*“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutan yang membuat kita sulit. Karena itu jangan pernah mencoba untuk menyerah dan jangan pernah menyerah untuk mencoba dalam amanah, keikhlasan dan kejujuran. Maka jangan katakan pada Allah aku punya masalah, tapi katakan pada masalah aku punya Allah Yang Maha Segalanya”*  
**Ali bin Abi Thalib ra**

### **Persembahan:**

*Skripsi ini kupersembahkan untuk:*

- 1. Pengasuh pondok pesantren Al Islami Pesanggaran Banyuwangi  
K. Abdurahman Al Jawi dan Nyai Nurul Arif Mufida, S.S*
- 2. Kedua orang tua orang tua penulis bapak Saroni dan ibu Istiqomah yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis*
- 3. Kakak penulis Muh Sanuzi yang senantiasa mendoakan dan juga memberikan semangat kepada penulis.*
- 4. Rektor Institut Agama Islam Darussalam Blokagung, Dr. H. Ahmad Munib Syafa'at Lc., M.E.I., Dekanku Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si., Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam bapak Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H. atas segala arahan, motivasi dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.*
- 5. Dosen pembimbing bapak Komarudin A. S.Pd., M.Pd. yang dengan sabar dan telaten selalu memberikan bimbingan kepada penulis.*

6. *Segenap dosen Institut Agama Islam Darussalam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.*
7. *Kepada seluruh dewan guru, staf dan tata usaha SMP NU Al Islami khususnya kepada bapak Zainuddin S.Pd. Yang telah meluangkan waktu, dukungan serta kerjasamanya kepada penulis.*
8. *Seluruh teman seperjuangan MPI 2018 yang sudah membantu, mengarahkan, membimbing penulis dari awal masuk kuliah sampai ke tahap yang seperti ini.*
9. *Seluruh teman di pondok pesantren Al Islami yang sudah memberikan banyak pengalaman kepada penulis untuk mengarungi dunia yang fana ini.*
10. *Awang Maulana yang sudah memberikan motivasi, semangat dan dukungannya*
11. *Naimatun Nadhiroh yang sudah membantu menyelesaikan juga memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.*
12. *Zulvi zumala yang sudah menjadi sumber inspirasi bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.*

## PERNYATAAN KEASLIAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Miftahul Huda

NIM : 18111110076

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.



Banyuwangi, 05 April 2022

Saya yang menyatakan



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Miftahul Huda'.

Miftahul Huda

(18111110076)

**PERNYATAAN KEASLIAN**

## ABSTRAK

**Huda, Miftahul, 2021. Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan SMP NU Al Islami Tahun Pelajaran 2021(Studi di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi). Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institutut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi, Pembimbing Komarudin A, S.Pd, M.Pd**

**Kata kunci:** peran, kepala sekolah, pemasaran pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). peran kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pelajaran 2021-2022. 2). Strategi kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pelajaran 2021-2022. 3). peluang dan tantangan kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pelajaran 2021-2022.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif atau dengan penelitian deskriptif. Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif ini sebagai pengamat partisipan atau berperan serta. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan skunder. Sumber informasi dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, waka humas dan guru SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumnetasi. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Analisis data menggunakan analisis interaktif tiga model yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah Peran sebagai perencana program pemasaran, pengorganisasi program pemasaran, pemimpin pelaksanaan program pemasaran pengawas program pemasaran. Adapun strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sebagai berikut: a. Melibatkan seluruh guru staf dan warga sekolah untuk ikut membantu mempromosikan pemasaran sekolah. b. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat. c. Melakukan inovasi dalam hal bentuk pemasaran sekolah. Bentuk promosi pemasaran yang dilakukan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terbagi menjadi dua macam yaitu secara langsung dan tidak langsung. Peluang dan tantangan kepala sekolah dalam pemasaran Pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yaitu meningkatkan strategi dan pengelolaan pemasaran Pendidikan ke taraf yang lebih baik, meningkatkan fasilitas pembelajaran demi mewujudkan pembelajaran yang nyaman dan kondusif sehingga menciptakan peserta didik yang berprestasi, pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat bersaing dengan lembaga sekolah lain. Dan tantangan yang dihadapi adalah kurangnya penguasaan teknologi, keterbatasan sarana dan prasarana dan tingkat persaingan sekolah yang tinggi.

## ABSTRACT

**Huda, Miftahul, 2021. The Principal's Role in Marketing Educational Institutions at the NU Al Islami Junior High School in the 2021 Academic Year (Study at the NU Al Islami Junior High School Pesanggaran Banyuwangi). Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training Institute of Islamic Religion Darussalam Blokagung Banyuwangi, Supervisor Komarudin A, S.Pd, M.Pd**

**Keywords:** role, principal, education marketing.

This study aims to determine: 1). the role of the principal in marketing education at the NU Al Islami SMP Pesanggaran Banyuwangi for the 2021-2022 school year. 2). The principal's strategy in marketing education at the NU Al Islami Junior High School Pesanggaran Banyuwangi for the 2021-2022 school year. 3). opportunities and challenges for marketing education at the NU Al Islami Junior High School Pesanggaran Banyuwangi for the 2021-2022 school year.

This research uses qualitative research or descriptive research. The presence of researchers in this qualitative research as participant observers or participates. Sources of data in this study using primary and secondary data. Sources of information in this study were the principal, vice public relations officer and teachers of SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The validity of the data using source triangulation. Data analysis uses interactive analysis of three models, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing

The Principal's Role in Marketing Education at SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi is the role as a marketing program planner, marketing program organizer, marketing program implementation leader, marketing program supervisor. The principal's strategy in marketing education at NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Junior High School is as follows: a. Involve all staff teachers and school residents to help promote school marketing. b. Maintain good relations with the community. c. Innovate in the form of school marketing. The form of marketing promotion carried out at SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi is divided into two types, namely direct and indirect. Opportunities and challenges for principals in marketing education at SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi, namely improving education marketing strategies and management to a better level, improving learning facilities in order to create comfortable and conducive learning so as to create outstanding students, marketing education at NU Al Middle School Islamic Pesanggaran Banyuwangi can compete with other school institutions. And the challenges faced are the lack of mastery of technology, limited facilities and infrastructure and the high level of school competition.

## KATA PENGANTAR

Allhamdulillah dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, dan mengucap syukur atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021*”. Yang mana dapat terselesaikan dengan maksimal.

Shalawat serta salam kepada junjungan kita yaitu Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang terang benderang yaitu zaman islamiyyah. Penyusunan skripsi ini pasti tak luput dari bantuan berbagai pihak. Berkat do’a, dukungan, semangat dan kerja sama, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada yang terhormat:

1. K. Abdurahman Al Jawi Pengasuh Pondok Pesantren Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafa’at, Lc., M.E.I., Rektor Institut Agama Islam Darussalam Blokagung.
3. Dr. Siti Aimah, S.Pd.I, M.Si. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
4. Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H. Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

5. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
6. Komarudin A. S.Pd., M.Pd Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
7. Zainuddin, S.Pd Kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.
8. Seluruh pendidik dan tenaga kependidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Prodi Manajemen Pendidikan Islam Angkatan 2018 Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAIDA Blokagung.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya.

Akhirnya kepada Allah Azza Wajalla, penulis kembalikan segala sesuatunya dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat. Amin Ya Robbal 'Alamin.

Blokagung, 05 April 2022

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 Tulisan .....      | vii       |
| Abstrak (Bahasa Indonesia) .....       | viii      |
| Abstrak (Bahasa Arab/Inggris) .....    | ix        |
| Kata Pengantar .....                   | x         |
| Daftar Isi.....                        | xii       |
| Daftar Tabel .....                     | xiv       |
| Daftar Gambar.....                     | xv        |
| Daftar Lampiran .....                  | xvi       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>         | <b>1</b>  |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1         |
| B. Fokus Penelitian.....               | 6         |
| C. Masalah Penelitian .....            | 7         |
| D. Tujuan Penelitian .....             | 7         |
| E. Kegunaan Penelitian Penelitian..... | 7         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>     | <b>9</b>  |
| A. Kajian Teori .....                  | 9         |
| B. Penelitian Terdahulu .....          | 28        |
| C. Alur Pikir Penelitian .....         | 30        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b> | <b>41</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| A. Jenis Penelitian .....                              | 41        |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                   | 42        |
| C. Kehadiran Peneliti.....                             | 42        |
| D. Informan Penelitian .....                           | 43        |
| E. Data dan Sumber Data.....                           | 44        |
| F. Teknik Pengumpulan Data .....                       | 45        |
| G. Keabsahan Data .....                                | 49        |
| H. Analisis Data.....                                  | 50        |
| <b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....</b> | <b>53</b> |
| A. Gambaran Umum Penelitian.....                       | 53        |
| B. Verifikasi Data Lapangan .....                      | 65        |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>                          | <b>83</b> |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                            | <b>92</b> |
| A. Kesimpulan .....                                    | 92        |
| B. Implikasi Penelitian.....                           | 93        |
| C. Keterbatasan Penelitian.....                        | 94        |
| D. Saran.....  | 94        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                            | <b>95</b> |
| Lampiran-Lampiran :                                    |           |

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Kajian Terdahulu.....                   | 38 |
| Tabel 3.1 SWOT Faktor Internal .....              | 52 |
| Tabel 3.2 SWOT Faktor Eksternal .....             | 52 |
| Tabel 4.1 Data Guru dan Administrasi.....         | 59 |
| Tabel 4.2 Tabel Ruang .....                       | 62 |
| Tabel 4.3 Jadwal Ekstrakurikuler.....             | 62 |
| Tabel 4.4 Identifikasi Pemasaran Pendidikan ..... | 82 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Alur Pikir Penelitian .....                            | 40 |
| Gambar 4.1 | Sketsa Peta SMP NU Al Islami.....                      | 54 |
| Gambar 4.2 | Struktur Organisasi SMP NU Al Islami.....              | 58 |
| Gambar 4.3 | Buku Hasil Kegiatan Rapat PPDB Tahun 2021.....         | 66 |
| Gambar 4.4 | Pengorganisasian Pemasaran Sekolah.....                | 68 |
| Gambar 4.5 | Evaluasi Program Pemasaran Pendidikan .....            | 71 |
| Gambar 4.6 | Brosur Penerimaan Peserta Didik Baru.....              | 76 |
| Gambar 4.7 | Bentuk Pemasaran Tidak Langsung (prestasi siswa) ..... | 78 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Pengantar Penelitian
2. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
3. Kartu Bimbingan
4. Plagiat Max 25
5. Draf Wawancara
6. Biodata Penulis

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan lembaga pendidikan mengalami kemajuan yang pesat, apalagi semenjak diberlakukannya UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional yang merupakan landasan yuridis bagi pengelolaan pendidikan di Indonesia. Lembaga pendidikan berwenang mengelola pendidikan yang berlangsung dalam lembaga tersebut, termasuk dalam pengelolaan metode belajar, materi pembelajaran, kegiatan pengembangan siswa, dan kegiatan pemasaran lembaga pendidikan kepada masyarakat luas.

Lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan dahulu hanya dipandang sebagai *seller's market* (pasar sebagai penjual), calon peserta didik berlomba mendaftar kesekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. Namun saat ini, beberapa lembaga pendidikan mulai terasa kesulitan mencari calon peserta didik, masyarakat begitu cerdas memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan yang diinginkan. Kemampuan berkompetesi menentukan lembaga pendidikan itu mampu bertahan atau tidak. Lembaga pendidikan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pelanggannya. Daya saing ditentukan oleh pembelajaran yang berkualitas.

Di samping itu, tentu saja sekolah harus dikenalkan kepada masyarakat luas agar masyarakat mengetahui visi misi dan tujuan sekolah. Kemampuan administrator dalam memahami pemasaran pendidikan menjadi prasyarat dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.

Pengelolaan lembaga pendidikan menjadi sangat penting, dimana pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan *scanning* (memahami) lingkungan eksternal, *competitor* lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, harus menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri.

Sulit bagi organisasi untuk dapat bertahan jika tidak memiliki kemampuan mengubah diri dengan cepat dan mampu berkembang seiring dengan berbagai tuntutan *stakeholder*. Kondisi ini berlaku pada hampir seluruh organisasi yang bersifat profit maupun nonprofit.

Sehingga outputnya memiliki daya saing yang tinggi sesuai dengan yang diharapkan. Pemasaran lembaga pendidikan sangatlah dibutuhkan sekali, karena:

- a. Sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam jasa pendidikan, disemua level jenjang pendidikan kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan pendidikan (peserta didik, orang tua, dan pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis
- b. Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka

- c. Kita perlu melakukan pemasaran pendidikan agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat
- d. Agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas dan pelanggan potensial.

Dengan demikian, kegiatan pemasaran pendidikan bukan hanya sekedar kegiatan bisnis agar lembaga pendidikan yang kita kelola mendapatkan peserta didik, melainkan juga merupakan bentuk tanggung jawab kepada masyarakat luas akan layanan jasa pendidikan yang telah, sedang dan akan kita lakukan. Untuk memenangkan kompetisi sehingga dapat bertahan dan diterima oleh masyarakat maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Apalagi saat ini paradigma dalam memandang pendidikan mulai bergeser, yang awalnya pendidikan dilihat dan dikaji dari aspek sosial, sekarang orang melihat pendidikan lebih kepada sebuah *corporate* (perusahaan). Artinya lembaga pendidikan dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen.

Pemasaran faktor yang sangat penting dalam sebuah organisasi, begitu pula di sebuah lembaga pendidikan. Pemasaran pada awalnya hanya ada dalam dunia industri atau perusahaan-perusahaan akan tetapi dimasa sekarang semakin disadari akan pentingnya adanya pemasaran di dalam pengelolaan lembaga penghasil jasa / lembaga non profit salah satunya adalah sekolah.

Manajemen pemasaran merupakan salah satu item penting yang harus diperhatikan oleh sebuah lembaga pendidikan. kepala sekolah beserta dewan

guru dan juga staf tata usaha perlu melakukan pemasaran pendidikan yang diselenggarakannya yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang sekolah agar masyarakat dapat mengetahui program-program, keunikan dan juga keunggulan dari sekolah itu sendiri, pemasaran pendidikan ini merupakan bentuk tanggung jawab kepala sekolah kepada masyarakat luas terhadap pendidikan yang telah, sedang, dan akan dilakukan dikarenakan kepala sekolah sebagai salah ujung tombak / pemimpin dalam kelembagaan sekolah.

Kepala sekolah juga banyak memiliki peran terhadap pemasaran pendidikan apabila sekolah hanya berfokus pada mengatasi masalah-masalah yang terjadi maka tidak menutup kemungkinan sekolah tersebut akan tidak mampu bersaing dengan sekolah lain dan terancam tutup. Kompetisi dalam dunia pendidikan bukanlah hal yang baru, bahkan di zaman sekarang ini kompetisi antar lembaga pendidikan semakin ketat.

Kepala sekolah harus merencanakan dan juga melaksanakan pemasaran sekolah agar sekolah dapat bersaing dengan sekolah yang lain agar dapat tetap eksis dan tidak ditinggalkan masyarakat. Agar dapat mempertahankan eksistensinya di masyarakat kepala sekolah harus dapat memberikan informasi tentang sekolahnya kepada masyarakat melalui cara-cara pemasaran, karena sebegus apapun sekolah bila tidak dipromosikan secara maksimal, masyarakat tidak akan tahu sehingga masyarakat tidak tertarik untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut.

Kepala sekolah mempunyai tugas sebagai pemimpin dalam organisasi sekolah sebagaimana firman Allah dalam surah Al Anbiya': 73.

وَجَعَلْنَاهُمْ أَيْمَةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِمْ فِعْلَ الْخَيْرَاتِ وَإِقَامَ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءَ الزَّكَاةِ  
وَكَانُوا لَنَا عِبْدِينَ ۝

Artinya: "Kami telah menjadikan mereka itu sebagai pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami dan telah Kami wahyukan kepada mereka mengerjakan kebajikan, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, dan hanya kepada Kamilah mereka selalu menyembah.

Berikut adalah beberapa bentuk pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi beserta dewan guru antara lain:

- a. Memasang baner penerimaan peserta didik baru.
- b. Menyebarkan brosur.
- c. Mendatangi tokoh masyarakat.
- d. Sosialisasi ke sekolah SD/MI di area pesanggaran.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi karena melihat perkembangan jumlah siswa yang terus meningkat dari tahun ke tahun meskipun berada di daerah yang sebenarnya banyak sekali sekolah-sekolah favorit dan sudah lebih maju. SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi seakan sudah mulai familiar di masyarakat, Banyak masyarakat yang sudah mengetahui tentang bagaimana kegiatan dan program-program sekolah meskipun jarak dari rumah mereka tidak dekat yaitu berada di lain desa maupun lain kecamatan. Di kecamatan pesanggaran setidaknya ada 4 sekolah jenjang menengah pertama, kompetisi antar sekolah tersebut tidak bisa dihindari. Berbagai cara dan upaya dari sekolah sekolah tersebut untuk bisa menarik hati masyarakat di daerah

pesanggaran. SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi berada di desa Sumbermulyo Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi adalah salah satu SMP swasta yang penulis pilih menjadi tempat penelitian. Sehingga berangkat dari permasalahan yang menarik tersebut, tergerak dalam diri penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pembelajaran 2021”.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus masalah dalam penelitian ini tentang peran kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Oleh karena itu untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan tepat dalam penelitian, maka peneliti memberikan rumusan penelitian dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana peran kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pelajaran 2021-2022?
2. Bagaimana bentuk strategi pemasaran lembaga pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pelajaran 2021-2022?
3. Bagaimana Peluang dan tantangan kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pelajaran 2021-2022?

### **C. Masalah Penelitian**

Diantara masalah penelitian yang ada di lokasi berdasarkan observasi awal peneliti adalah sekolah SMP NU Al Islami adalah sekolah yang relatif baru di area kecamatan pesanggaran sekaligus banyaknya kompetitor dari sekolah lain menjadikan tantangan tersendiri bagi lembaga SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yang tergolong sekolah yang masih baru agar diminati dan mendapatkan citra yang bagus demi dapat bersaing dengan sekolah yang lain di area kecamatan Pesanggaran.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui peran kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi
3. Untuk mengetahui peluang dan tantangan kepala sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat Penelitian tentang manajemen pemasaran ini penulis berharap dapat memberikan manfaat dan kontribusi pada:

1. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi tambahan referensi khazanah keilmuan yang menyangkut pemasaran pendidikan di sekolah.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Untuk Lembaga Pendidikan

Dapat bermanfaat dalam pelaksanaan pengembangan manajemen pemasaran pendidikan bagi SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Pesanggaran Banyuwangi.

### b. Untuk instansi pendidikan

Dapat menjadi bahan untuk menetapkan kebijakan berbagai pihak terkait yang memerlukan, diantaranya dinas Pendidikan kabupaten banyuwangi.

### c. Untuk penulis

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan ketika turun langsung di lembaga pendidikan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Peran Kepala Sekolah**

###### **a. Pengertian kepala sekolah**

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 Kepala Sekolah adalah guru yang diberi tugas untuk memimpin dan mengelola satuan pendidikan yang meliputi taman kanak-kanak (TK), taman kanak-kanak luar biasa (TKLB), sekolah dasar (SD), sekolah dasar luar biasa (SDLB), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah pertama luar biasa (SMPLB), sekolah menengah atas (SMA), sekolah menengah kejuruan (SMK), sekolah menengah atas luar biasa (SMALB), atau Sekolah Indonesia di Luar Negeri. Menurut Soegeng (2018: 2) Pada dasarnya kepala sekolah adalah guru yang sebelumnya telah menjadi guru. Tidak ada lembaga pendidikan yang mendidik dan menghasilkan kepala sekolah, “Sekolah Kepala Sekolah”. kepala sekolah dihasilkan oleh sekolah guru atau Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan (LPTK).

Menurut Wahjosumidjo (2002: 83) mengartikan kepala sekolah sebagai seorang tenaga fungsional guru yang diberi tugas untuk memimpin sekolah tempat diselenggarakan proses belajar mengajar,

atau tempat terjadinya interaksi antara guru yang memberi pelajaran dan siswa yang menerima pelajaran.

Sementara Rahman,dkk (2006: 106) mengungkapkan bahwa kepala sekolah adalah seorang guru (jabatan fungsional) yang diangkat untuk menduduki jabatan struktural ( kepala sekolah ) di sekolah. Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepala sekolah adalah orang (guru) yang yang diberikan tugas untuk memipin sekolah.

b. Peran kepala sekolah

Peran adalah merupakan dinamika status atau penggunaan berdasarkan hak dan juga kewajiban seseorang. Ketika seseorang menggunakan hak dan kewajibannya dalam kehidupannya maka orang tersebut telah melaksanakan perannya.

Menurut Soerjono Soekanto (2002: 243) bahwa peran merupakan aspek dinamis status bilamana orang tersebut melaksanakan hak dan juga kewajibannya. Peran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu perangkat tingkat yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat.

Peran menurut Mulyasa (2006: 221) dapat di definisikan sebagai suatu rangkaian perasaan, ucapan, tindakan, sebagai suatu pola hubungan yang unik yang diajukan oleh individu terhadap individu lain.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau perbuatan yang memiliki tugas dan tanggung jawab yang

dibebankan kepada seseorang. Adapun yang dimaksud peran dalam hal ini adalah tugas dan tanggung jawab yang harus dilakukan oleh kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Menurut Mulyasa (2007: 93) Dalam perspektif kebijakan pendidikan nasional terdapat tujuh peran utama kepala sekolah yaitu, sebagai berikut:

1. Kepala Sekolah Sebagai *Educator* (Pendidik)

Sebagai *educator*, kepala sekolah harus senantiasa berupaya meningkatkan kualitas pembelajaran yang dilaksanakan oleh para guru. Dalam hal ini faktor pengalaman akan sangat mempengaruhi profesionalisme kepala sekolah, terutama dalam mendukung terbentuknya pemahaman tenaga kependidikan terhadap pelaksanaan tugasnya. Pengalaman semasa menjadi guru, menjadi wakil kepala sekolah, atau menjadi anggota organisasi kemasyarakatan sangat mempengaruhi kemampuan kepala sekolah dalam melaksanakan pekerjaannya, demikian halnya pelatihan dan penataran yang pernah diikutinya.

2. Kepala Sekolah Sebagai Manager

Dalam rangka melakukan peran dan fungsinya sebagai manager, kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberdayakan tenaga kependidikan melalui kerja sama atau kooperatif, memberi kesempatan kepada para tenaga kependidikan

untuk meningkatkan profesinya, dan mendorong keterlibatan seluruh tenaga kependidikan dalam berbagai kegiatan yang menunjang program sekolah.

### 3. Kepala Sekolah Sebagai Administrator

Kepala sekolah sebagai administrator memiliki hubungan yang sangat erat dengan berbagai aktivitas pengelolaan administrasi yang bersifat pencatatan, penyusunan dan pendokumenan seluruh program sekolah. Secara spesifik, kepala sekolah harus memiliki kemampuan untuk mengelola kurikulum, mengelola administrasi peserta didik, administrasi personalia, administrasi sarana dan prasarana, administrasi kearsipan dan administrasi keuangan. Kegiatan tersebut perlu dilakukan secara efektif dan efisien agar dapat menunjang produktivitas sekolah.

### 4. Kepala Sekolah Sebagai Supervisor

Kepala sekolah sebagai supervisor harus diwujudkan dalam kemampuan menyusun, melaksanakan program supervisi pendidikan, serta memanfaatkan hasilnya. Kemampuan menyusun program supervisi pendidikan harus diwujudkan dalam penyusunan program supervisi kelas, pengembangan-pengembangan program supervisi kelas, pengembangan program supervisi untuk kegiatan ekstra kurikuler, pengembangan program supervisi perpustakaan, laboratorium dan ujian. Kemampuannya melaksanakan program supervisi pendidikan harus diwujudkan dalam pelaksanaan

program supervisi klinis, program supervisi nonklinis, dan program supervisi kegiatan ekstra kulikuler.

#### 5. Kepala Sekolah Sebagai *Leader* (Pemimpin)

Kepala sekolah sebagai *leader* harus mampu memberikan petunjuk dan pengawasan, meningkatkan kemauan tenaga kependidikan, membuka komunikasi dua arah, dan mendelegasikan tugas. Wahjosumijo (1999) mengemukakan bahwa kepala sekolah sebagai leader harus memiliki karakter khusus yang mencakup kepribadian, keahlian dasar, pengalaman dan pengetahuan profesional, serta pengetahuan administrasi dan pengawasan. Kemampuan yang harus diwujudkan kepala sekolah sebagai leader dapat dianalisis dari kepribadian, pengetahuan terhadap tenaga kependidikan, visi dan misi sekolah, kemampuan mengambil keputusan dan kemampuan komunikasi dua arah.

#### 6. Kepala Sekolah Sebagai Inovator

Dalam rangka melakukan peran dan fungsinya sebagai inovator, kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan, mencari gagasan baru, mengintegrasikan setiap kegiatan, memberikan teladan kepada seluruh tenaga kependidikan di sekolah, serta mengembangkan model-model pembelajaran yang inovatif. Sebagai inovator kepala sekolah tercermin dari cara-cara melakukan pekerjaannya secara konstruktif, kreatif, delegatif,

integratif, rasional dan objektif, pragmatis, keteladanan, disiplin, serta adaptabel dan fleksibel. Sebagai inovator kepala sekolah juga harus mampu mencari, menemukan, dan melaksanakan berbagai pembaharuan di sekolah.

#### 7. Kepala Sekolah Sebagai Motivator

Sebagai motivator kepala sekolah harus memiliki strategi yang tepat untuk memberikan motivasi kepada para tenaga pendidik dan kependidikan dalam melakukan berbagai tugas dan fungsinya. Motivasi ini dapat ditumbuhkan melalui pengaturan lingkungan fisik, suasana kerja, disiplin, dorongan, penghargaan secara efektif, penyediaan berbagai sumber belajar melalui pengembangan pusat sumber belajar.

#### c. Fungsi kepala sekolah

Menurut Sudarwan Danim dan Khairil dalam buku profesi kependidikan (2012: 79) Jabatan kepala sekolah diduduki oleh orang yang menyandang profesi guru. Kepala sekolah memiliki fungsi yang berdimensi luas. Kepala sekolah dapat memerankan banyak fungsi. Fungsi kepala sekolah menurut Purwanto (2006: 106) sebagai berikut:

##### 1. Membuat perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu syarat mutlak bagi setiap organisasi atau lembaga dan bagi setiap kegiatan, baik perseorangan maupun kelompok. Tanpa perencanaan atau

planning, pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan dan bahkan mungkin juga kegagalan.

2. Menyusun organisasi

sekolah Kepala sekolah sebagai administrator pendidikan perlu menyusun organisasi sekolah yang dipimpinnya, dan melaksanakan pembagian tugas serta wewenangnya kepada guru dan pegawai sekolah sesuai dengan struktur organisasi sekolah yang telah disusun dan disepakati bersama.

3. Bertindak sebagai koordinator dan pengarah

Adanya koordinasi yang baik memungkinkan semua bagian atau personel bekerja sama saling membantu kearah satu tujuan yang telah ditetapkan seperti kerja sama antara urusan kurikulum dan pengajaran dengan guru-guru. Kerjasama antara urusan bimbingan konseling dengan para wali kelas dan guru-guru, kerjasama antara bagian tata usaha dengan wali kelas dan guru-guru, kerjasama dengan urusan bimbingan dan konseling dan para wali kelas.

4. Melaksanakan pengelolaan kepegawaian

Pelaksanaan pengelolaan kepegawaian yang dalam ilmu administrasi biasa disebut manajemen merupakan tugas dan tanggung jawab kepala sekolah yang sangat penting karna manajemen merupakan inti keseluruhan kegiatan administrasi. Pengelolaan menjadi tugas dan tanggung jawab kepala sekolah meliputi penerimaan, penempatan, dan pemberian tugas guru dan

pegawai sekolah, usaha dan peningkatan kesejahteraan guru-guru dan pegawai sekolah, baik yang bersifat material, jasmani, dan rohani; dan peningkatan mutu professional serta pengembangan karier mereka.

d. Tugas Pokok Kepala Sekolah

Adapun secara rinci isi Permendiknas Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Penugasan Guru Sebagai Kepala Sekolah BAB VI Tugas Pokok Kepala Sekolah Pasal 15 Sebagai Berikut:

1. Beban kerja Kepala Sekolah sepenuhnya untuk melaksanakan tugas pokok manajerial, pengembangan kewirausahaan, dan supervisi kepada Guru dan tenaga kependidikan.
2. Beban kerja Kepala Sekolah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertujuan untuk mengembangkan sekolah dan meningkatkan mutu sekolah berdasarkan 8 (delapan) standar nasional pendidikan.
3. Dalam hal terjadi kekurangan guru pada satuan pendidikan, Kepala Sekolah dapat melaksanakan tugas pembelajaran atau pembimbingan agar proses pembelajaran atau pembimbingan tetap berlangsung pada satuan pendidikan yang bersangkutan.
4. Kepala Sekolah yang melaksanakan tugas pembelajaran atau pembimbingan sebagaimana dimaksud pada ayat (3), tugas pembelajaran atau pembimbingan tersebut merupakan tugas tambahan di luar tugas pokoknya.

5. Beban kerja bagi kepala sekolah yang ditempatkan di SILN selain melaksanakan beban kerja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) juga melaksanakan promosi kebudayaan Indonesia.

e. Standart Kepala Sekolah

Pada tahun 2007, Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia mengeluarkan standar nasional Nomor 13 Tahun 2007 Tentang Standar Kepala Sekolah/Madrasah. Standar tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepribadian

- a. Berakhlak mulia, mengembangkan budaya dan tradisi akhlak mulia, dan menjadi teladan akhlak mulia bagi komunitas disekolah/madrasah.
- b. Memiliki integritas kepribadian sebagai pemimpin.
- c. Memiliki keinginan yang kuat dalam pengembangan diri sebagai kepala sekolah/madrasah.
- d. Bersikap terbuka dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi.
- e. Mengendalikan diri dalam menghadapi masalah dalam pekerjaan sebagai kepala sekolah/madrasah.
- f. Memiliki bakat dan minat jabatan sebagai pemimpin pendidikan.

## 2. Manajerial

- a. Menyusun perencanaan sekolah/madrasah untuk berbagai tingkatan perencanaan.
- b. Mengembangkan organisasi sekolah/madrasah sesuai dengan kebutuhan.
- c. Memimpin sekolah/madrasah dalam rangka pendayagunaan sumber daya sekolah/madrasah secara optimal.
- d. Mengelola perubahan dan pengembangan sekolah/madrasah menuju organisasi pembelajaran yang efektif.
- e. Menciptakan budaya dan iklim sekolah/madrasah yang kondusif dan inovatif bagi pembelajaran peserta didik.
- f. Mengelola guru dan staf dalam rangka pendayagunaan sumber daya manusia secara optimal.
- g. Mengelola sarana dan prasarana sekolah/madrasah dalam rangka pendayagunaan secara optimal.
- h. Mengelola hubungan sekolah/madrasah dan masyarakat dalam rangka pencarian dukungan ide, sumber belajar, dan pembiayaan sekolah/ madrasah.
- i. Mengelola peserta didik dalam rangka penerimaan peserta didik baru, dan penempatan dan pengembangan kapasitas peserta didik.

- j. Mengelola pengembangan kurikulum dan kegiatan pembelajaran sesuai dengan arah dan tujuan pendidikan nasional.
- k. Mengelola keuangan sekolah/madrasah sesuai dengan prinsip pengelolaan yang akuntabel, transparan, dan efisien.
- l. Mengelola ketatausahaan sekolah/madrasah dalam mendukung pencapaian tujuan sekolah/madrasah.
- m. Mengelola unit layanan khusus sekolah/madrasah dalam mendukung kegiatan pembelajaran dan kegiatan peserta didik di sekolah/madrasah.
- n. Mengelola sistem informasi sekolah/madrasah dalam mendukung penyusunan program dan pengambilan keputusan.
- o. Memanfaatkan kemajuan teknologi informasi bagi peningkatan pembelajaran dan manajemen sekolah/madrasah.
- p. Melakukan *monitoring*, evaluasi, dan pelaporan pelaksanaan program kegiatan sekolah/ madrasah dengan prosedur yang tepat, serta merencanakan tindak lanjutnya.

## 2. Pemasaran Pendidikan

### a. Pengertian Pemasaran Pendidikan

Pemasaran berasal dari bahasa Inggris yaitu *marketing*. Dalam kamus bahasa Indonesia kata pemasaran berasal dari kata pasar yang berarti tempat orang jual beli. Sedangkan pemasaran berarti proses, cara, perbuatan memasarkan barang dagangan. Menurut Kotler (2002: 9) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran. Menurut Sunyoto (2019: 19) pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan pemasaran adalah proses pertukaran perorangan atau kelompok untuk mendapatkan kebutuhan yang diinginkan dan mendapatkan keuntungan.

### b. Manajemen pemasaran

Menurut Alma (2004: 130) Manajemen pemasaran adalah merencanakan, mengarahkan, pengawasan seluruh kegiatan pemasaran ataupun bagian di pemasaran. Menurut Assauri (2013: 12) Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan program-program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan keuntungan dari

pertukaran/ transaksi melalui sasaran pasar dengan harapan untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang. Menurut Kotler dan Armstrong (2015: 146) manajemen pemasaran adalah penganalisisan, pelaksanaan, dan pengawasan, program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan perencanaan, pengarahan, pengawasan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan guna untuk mencapai tujuan organisasi.

c. Pemasaran lembaga pendidikan

Pemasaran lembaga pendidikan merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk mempertahankan keberlangsungan, dan berkembangnya lembaga.

Menurut Muhaimin (2012: 98) Pemasaran lembaga pendidikan adalah pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang senagaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk stakeholder ataupun rakyat sosial pada umumnya. Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon siswa, orang tua siswa, dan masyarakat luas pada umumnya.

Menurut Muhaimin 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 “konsumen” yang mana dalam konteks sekolah disebut dengan siswa. Disinilah perlunya sekolah untuk mengetahui bagaimanakah calon siswa melihat sekolah yang akan dipilihnya.

d. Tinjauan Al-Quran Ayat tentang pemasaran pendidikan.

1. Bersikap melayani dan rendah hati.

Sikap melayani merupakan sikap utama dalam hal pemasaran selain itu juga ada beberapa sikap yang lain seperti sopan santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk sopan, santun dan rendah hati. Dalam hal pemasaran pendidikan keramahtamahan dan kerendahan hati pelaku pemasaran akan menjadikan konsumen tertarik untuk menempatkan putra-putrinya di lembaga pendidikan tersebut. Sebagaimana firman Allah swt dalam surah Ali Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفُضِّتُوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ

عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad,

*maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”.*

## 2. Tidak melakukan suap / sogok.

Di dalam syariah suap hukumnya haram dan menyuap merupakan kategori memakan harta orang lain dengan cara batil. Maka dari itu sebagai kepala sekolah tidak boleh menerima suap dari siapapun baik dari dinas terkait maupun dari wali murid.

Sebagaimana firman Allah swt dalam Al Quran surah An Naml ayat 36 yang berbunyi:

فَلَمَّا جَاءَ سُلَيْمَانَ قَالَ أَتُمِدُّونَنِ بِمَالٍ فَمَا آتَانِيَ اللَّهُ خَيْرٌ مِّمَّا آتَاكُمْ  
بَلْ أَنْتُمْ بِهَدْيِكُمْ تَفْرَحُونَ

Artinya “Maka ketika para (utusan itu) sampai kepada Sulaiman, dia (Sulaiman) berkata, “Apakah kamu akan memberi harta kepadaku? Apa yang Allah berikan kepadaku lebih baik daripada apa yang Allah berikan kepadamu; tetapi kamu merasa bangga dengan hadiahmu.”

## 3. Menepati janji dan tidak curang

Janji adalah ikrar kesanggupan seseorang atas suatu rencana yang dinyatakan kepada seseorang. Sebagai pembisnis hendaknya kita selalu berbuat jujur dan menepati janji agar orang yang berhubungan kita bisa saling percaya.

Kondisi ini juga tidak jauh dari pemasaran lembaga pendidikan, seperti fasilitas, kegiatan ekstra kulikuler maupaun kegiatan yang lainnya harus benar-benar dilaksanakan bukan hanya

sekedar janji dalam poster ataupun brosur tetapi harus terwujud dalam pelaksanaannya.

Sebagaimana firman Allah swt dalam Al Quran surah Al Maidah Ayat 1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ  
غَيْرِ مُحْلِي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya."*

#### 4. Jujur dan terpercaya (amanah)

Kejujuran sangat diperlukan bagi pelaku pemasaran pendidikan. Dengan sikap ini seorang pelaku pemasaran pendidikan akan mengungkap dengan jelas kondisi sesungguhnya dari lembaga pendidikan yang dikelolanya. mengungkapkan kekurangan dan kelebihan yang ada pada lembaga pendidikan serta menjelaskan pula apa yang perlu masih dibenahi dalam lembaga pendidikannya. Al Quran dengan jelas melarang ketidakjujuran Sebagaimana firman Allah swt dalam surah Al Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا ۗ أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *“hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”*

#### 5. Berlaku adil dalam bisnis

Sebagai pelaku pemasaran pendidikan harus bersikap adil dan tidak membeda-bedakan, adil dihadapan dan memperlakukan sesama konsumen dan juga karyawan dengan sama. Dengan bersikap secara adil tidak ada satu pihak pun yang terzalimi, terutama bagi stakeholder utama yaitu orang tua siswa, masyarakat dan karyawan.

Sebagaimana firman Allah swt dalam Al Quran surah Al An'am ayat 152 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ  
بِالْقِسْطِ ۗ لَا تُكَلِّفُوا نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا ۗ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ  
وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَذَكَّرُونَ ۗ

Artinya: *“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat(mu) dan penuhilah janji Allah. Demikianlah Dia memerintahkan kepadamu agar kamu ingat.”*

### 3. Karakteristik Pemasaran

Jiwa kewirausahaan yang melekat pada diri seorang kepala sekolah merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam proses kegiatan di sekolah. Dalam rangka pelaksanaan kompetensi kewirausahaan kepala sekolah pasti menunjukkan suatu tanda atau karakteristik melalui sikap atau tindakan yang telah dilakukan oleh kepala sekolah. Menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 13 Tahun 2007 tentang Standar Kepala Sekolah/Madrasah karakteristik kompetensi kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang kepala sekolah adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan inovasi sekolah/madrasah yang berguna bagi pengembangan
- b. Bekerja keras untuk mencapai keberhasilan sekolah/madrasah sebagai organisasi pembelajar yang efektif.
- c. Memiliki motivasi yang kuat untuk sukses dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai pemimpin sekolah/madrasah.
- d. Pantang menyerah dan selalu mencari solusi terbaik dalam menghadapi kendala yang dihadapi sekolah/madrasah.
- e. Memiliki naluri kewirausahaan dalam mengelola sekolah/madrasah sebagai sumber belajar peserta didik.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Suyanto dan Abbas (2004: 172) karakteristik kepala sekolah sebagai wirausahawan yang unggul dapat dirumuskan ke dalam lima hal berikut ini:

- a. Kepala sekolah yang wirausahawan akan berani mengambil risiko serta mampu memperhitungkan dan berusaha tidak menghindarinya.
- b. Kepala sekolah akan selalu berupaya mencapai dan menghasilkan karya bakti yang lebih baik untuk pengguna jasa (siswa dan orang tuanya), pemilik, pemasok, para pendidik dan karyawan administrasi, masyarakat, bangsa dan negara.
- c. Kepala sekolah bersikap antisipatif terhadap perubahan, tetapi akomodatif terhadap lingkungan.
- d. Kepala sekolah akan kreatif mencari dan menciptakan peluang dan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas kinerja lembaganya.
- e. Kepala sekolah akan selalu berusaha meningkatkan keunggulan dan citra lembaga melalui investasi baru di berbagai bidang.

#### 4. Komponen Proses Pemasaran Pendidikan

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang berorientasi kepada pelanggan atau konsumen. Menurut Hanifah (2016) Komponen-komponen dalam proses pemasaran jasa pendidikan diantaranya sebagai berikut:

a. Kebutuhan (*Need*)

Kebutuhan manusia adalah pernyataan dari rasa kehilangan. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan secara umum terbagi atas kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan manusia yang kompleks tersebut karena bukan hanya fisik (makanan, pakaian, perumahan, dll), tetapi juga rasa aman, sosialisasi, penghargaan, kepemilikan. Semua kebutuhan berasal dari masyarakat konsumen. Bila konsumen tidak puas maka konsumen akan mencari produk atau jasa memuaskan kebutuhan mereka.

b. Keinginan (*Want*)

Bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual dinamakan keinginan. Keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan. Contohnya orang butuh makan dan keinginannya adalah makan nasi goreng. Masyarakat yang semakin berkembang keinginannya juga semakin luas, tetapi ada keterbatasan dana, waktu, tenaga dan ruang, sehingga dibutuhkan organisasi, lembaga atau perusahaan yang bisa memuaskan keinginan

sekaligus memenuhi kebutuhan manusia dengan menebus keterbatasan tersebut, paling tidak meminimalisasi keterbatasan sumber daya.

c. Permintaan (*Demand*)

Dengan keinginan dan kebutuhan serta keterbatasan sumber daya tersebut, akhirnya manusia menciptakan permintaan akan produk atau jasa dengan manfaat yang paling memuaskan. Sehingga muncullah istilah permintaan, yaitu keinginan manusia akan produk spesifik yang didukung oleh daya beli.

d. Produk (*Product*)

Manusia memuaskan kebutuhan dan keinginan dengan produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Konsep produk dalam dunia pendidikan terbagi atas jasa kependidikan dan lulusan. Jasa kependidikan terbagi atas jasa kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan bermasyarakat, ekstrakurikuler, dan administrasi. Bentuk produk tersebut hendaknya sejalan dengan permintaan pasar atau keinginan pasar yang diikuti oleh kemampuan dan kesediaan dalam membeli jasa kependidikan.

e. Nilai Pelanggan (*Customer Value*)

Nilai bagi pelanggan adalah selisih antara nilai total yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk

dan biaya total yang menyertai produk tersebut. Setelah pemberian nilai, konsumen akan mengevaluasi dan hasil evaluasi ini akan mempengaruhi kepuasan dan peluang untuk membeli ulang produk tersebut.

f. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut senang.

g. Pertukaran (*Exchange*)

Pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh barang yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan. Ada 5 kondisi yang harus dipenuhi agar pertukaran terjadi:

1. Terdapat sedikitnya dua pihak.
2. Setiap pihak memiliki sesuatu yang mungkin berharga bagi pihak lain.
3. Setiap pihak mampu berkomunikasi dan melakukan penyerahan.
4. Setiap pihak bebas menerima atau menolak tawaran pertukaran.
5. Setiap pihak yakin bahwa berunding dengan pihak lain bermanfaat.

h. Transaksi (*Transactions*)

Transaksi adalah tercapainya persetujuan mengenai pertukaran.

i. Hubungan (*Relationship*)

Hubungan adalah proses menciptakan, memelihara dan meningkatkan kebersatuan dan keeratan yang semakin bernilai dengan pelanggan dan pihak-pihak yang berkepentingan yang lain. Dengan kata lain hubungan adalah praktik membangun komunikasi jangka panjang yang memuaskan dengan pihak-pihak pelanggan, pemasok (*supplier*), penyalur (*distributor*), guna mempertahankan bisnis jangka panjang mereka. Agar hubungan dapat tercipta dalam jangka panjang maka hal-hal yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Saling mempercayai, saling menguntungkan
- b. Menjanjikan dan memberikan kualitas yang tinggi, pelayanan yang baik, harga yang pantas antar pihak.
- c. Menghasilkan ikatan ekonomi, teknik dan sosial yang kuat antar pihak yang berkepentingan.
- d. Menekan biaya transaksi dan waktu pencarian pelanggan

j. Jaringan (*Network*)

Hasil akhir suatu pemasaran berdasarkan hubungan adalah membangun suatu aset perusahaan berupa jaringan pemasaran. Jaringan pemasaran terdiri dari suatu perusahaan dengan pemasok, distributor dan pelaggannya di mana sudah terdapat suatu hubungan bisnis yang kuat dan dapat diandalkan. Semakin lama pemasaran semakin bergeser dari memaksimalkan keuntungan dari setiap transaksi ke memaksimalkan hubungan saling menguntungkan dengan

mitranya. Prinsip dasarnya adalah dengan membangun hubungan baik, transaksi yang menguntungkan akan datang sendiri.

k. Pasar (*Markets*)

Pasar terdiri dari semua pembeli potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Jadi, besarnya pasar tergantung dari jumlah orang yang memiliki kebutuhan, punya sumber daya yang diminati orang lain, dan mau menawarkan sumber daya itu untuk ditukar supaya dapat memenuhi keinginan mereka. Ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menunjuk pada sejumlah pembeli dan penjual yang melakukan transaksi pada suatu produk atau kelas produk.

l. Pemasar dan calon pembeli

Pemasar adalah orang yang mencari sumber daya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai. Sedangkan calon pembeli adalah seseorang yang diidentifikasi oleh pemasar sebagai orang yang mungkin bersedia dan mampu terlibat dalam pertukaran tersebut. Kalau satu pihak lebih aktif mencari pertukaran dari pada pihak lain, maka pihak pertama adalah pemasar dan pihak kedua adalah calon pembeli.

## 5. Proses manajerial pemasaran pendidikan

Menurut Hidayat dan Candra (2017: 225) Proses manajerial pemasaran dalam dunia pendidikan terdiri dari:

a. Perencanaan beberapa hal yang perlu dilakukan dalam membuat perencanaan pemasaran adalah:

- 1) Menentukan visi, misi, tujuan umum dan tujuan khusus lembaga pendidikan
- 2) Menganalisis ancaman dan peluang eksternal lembaga pendidikan
- 3) Mengetahui kecenderungan “kondisi pasar” sekaligus menentukan calon siswa yang akan dipilih lembaga pendidikan.

b. Pelaksanaan

Suatu hal yang dapat diperhatikan dalam pemasaran adalah memperhatikan variable-variabel yang dapat menarik minat pelanggan.

c. Pengendalian

Hal yang perlu diperhatikan untuk pencapaian sebuah control yang baik, karena lembaga pendidikan sangat memerlukan informasi yang akurat dan memadai kemudian data yang diperoleh dapat digunakan sebagai acuan pelaksanaan control dan evaluasi.

Menurut drucker 3 jenis control yang bisa dilakukan suatu lembaga pendidikan.

- 1) Rencana control tahunan meliputi monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan bahwa volume penjualan tahunan ada keuntungan yang ditargetkan. Alat

utamanya adalah analisis penjualan analisis pasar, analisis anggaran pemasaran dan penelusuran sikap pasar.

- 2) Control profitabilitas yaitu determinasi profitabilitas yang actual dari pemasaran yang telah dilakukan akhirnya dapat diidentifikasi identifikasi titik kelemahan dalam pemasaran.
- 3) Audit pemasaran, bertujuan menganalisis tujuan pemasaran pendidikan strategi dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan tujuan pemasaran yang telah diramalkan.

## **6. Tujuan dan fungsi pemasaran pendidikan**

Menurut Hidayat dan Candra (2017: 225) Tujuan dan fungsi pemasaran pendidikan (sekolah) mutlak diperlukan sebagai berikut:

- a. Sebagai lembaga non profit yang bergerak dibidang jasa pendidikan, untuk level apa saja perlu menyakinkan masyarakat “Pelanggan” (Peserta didik, orang tua, serta pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang dikelola masih tetap eksis.
- b. Lembaga pendidikan perlu menyakinkan masyarakat “pelanggan” bahwa layanan jasa pendidikan yang dilakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka.
- c. Lembaga pendidikan perlu melakukan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat. Apalagi bagi pelanggan itu sendiri.
- d. Agar eksistensi lembaga pendidikan yang dikelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat dan juga pelanggan potensial.

Kegiatan pemasaran bukan sekedar kegiatan bisnis agar lembaga pendidikan yang dikelola mendapatkan peserta didik atau murid. Melainkan juga memberi informasi kepada masyarakat tentang layanan jasa pendidikan yang telah, sedang dan dilakukan.

Tim dosen administrasi pendidikan UPI Bandung (2009: 348) menyatakan tujuan dari pemasaran pendidikan:

- a. Memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan
- b. Meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan.
- c. Membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain.
- d. Memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan
- e. Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan dimasyarakat.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh orang-orang terdahulu dijelaskan di skripsi ini bertujuan di mana peneliti ingin mendapatkan sebuah bahan perbandingan dan sebagai cermin dalam pembuatan skripsi. Selain itu, juga bertujuan agar terjauhkan dari persangkaan tentang adanya kesamaan atau kemiripan antara penelitian yang dilakukan ini dengan penelitian yang

sudah dilakukan. Maka dari itu dalam kajian pustaka ini peneliti menjelaskan dan menulis kembali hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nelva Maulisa (2019) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh. Dengan judul “Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Mas Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar”. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan kesimpulan sebagai berikut:
  - a. Aktivitas Kepala Madrasah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar dilaksanakan dengan baik yaitu mengarah pada tugas dan fungsi kepala madrasah sebagai pemimpin dalam pemasaran jasa Pendidikan.
  - b. Efektivitas pemasaran jasa Pendidikan terhadap peningkatan minat pelanggan di MAS Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar saat ini kepala madrasah terus melakukan inovasi untuk perkembangan kualitas jasa Pendidikan, mempertahankan citra yang baik dan memberikan rasa nyaman terhadap stakeholder, menjalin komunikasi keterbukaan informasi yang ada antara kepala madrasah dengan karyawan lainnya dan pengelolaan operator yang baik serta memberikan kepuasan layanan terhadap minat pelanggan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Mahen (2019) Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dengan judul “Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan (Studi di SMA

Muhammadiyah 2 Sidoarjo)". Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sudah berjalan sebagaimana mestinya, komite sekolah sudah menjalankan tugasnya sesuai dengan tupoksi yang diamanahkan kepada mereka. Dalam menjalankan perannya, komite sekolah tidak pernah berhenti untuk berkordinasi dengan pihak sekolah.
  - b. Komite sekolah berperan dalam membantu pendanaan penyelenggaran pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
  - c. Komite sekolah berperan sebagai pengawas dalam memastikan terlaksananya kegiatan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Tiarani Mirela (2020) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dengan judul "Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Di MIN 1 Bener Meriah". Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan kesimpulan sebagai berikut:
- a. Kepala sekolah MIN 1 Bener Meriah memiliki kreativitas. Adapun bentuk kreativitas yang dilakukan oleh kepala sekolah MIN 1 Bener Meriah terbagi menjadi 3 (tiga). *Pertama*, bentuk kreativitas kombinasi, *kedua* kreativitas eksplorasi, *ketiga* kreativitas transformasi.

- b. MIN 1 Bener Meriah menggunakan 4 strategi pemasaran pendidikan dalam memasarkan MIN 1 Bener Meriah. Identifikasi Pasar, Segmentasi Pasar dan Positioning, Diferensiasi Produk.

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu

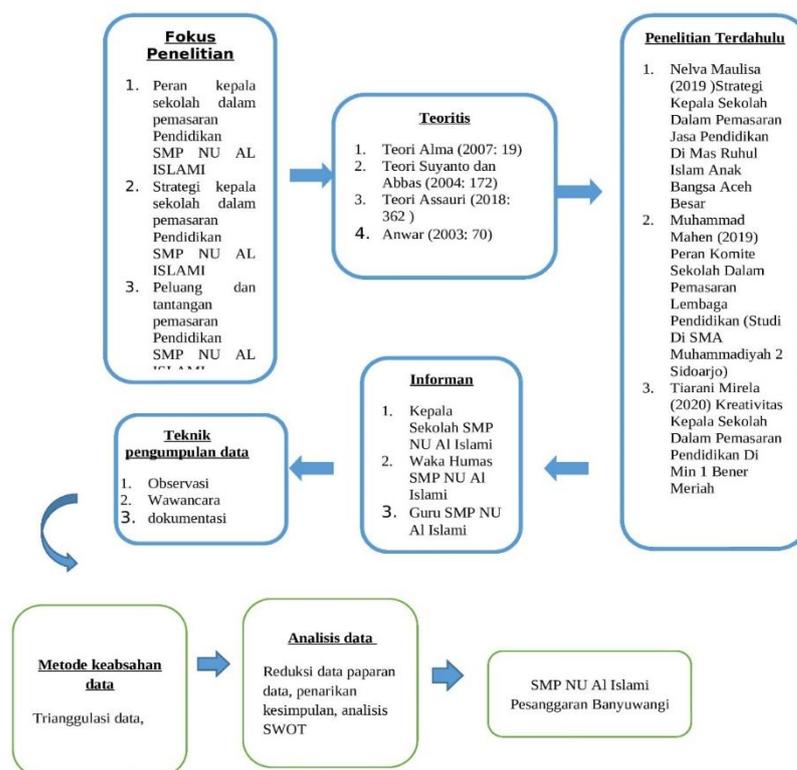
| NO | Nama  | Hasil  | Persamaan   | Perbedaan   |
|----|---|--|---|---|
| 1  | Nelva Maulisa (2019)<br>Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Mas Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar | Aktivitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Mas Ruhul Islam Anak Bangsa Aceh Besar dilaksanakan dengan baik yaitu mengarah pada tugas dan fungsi kepala sekolah sebagai pemimpin dalam pemasaran jasa Pendidikan. | a. Sama dalam pembahasan tentang pemasaran pendidikan<br><br>b. dalam hal metode penelitian antara peneliti dan nelva sama-sama menggunakan penelitian kualitatif | a. Lokasi penelitian berbeda<br>b. Subjek penelitian dimana Nelva Maulisa lebih fokus ke strategi kepala sekolah sedangkan peneliti adalah peran kepala sekolah |
| 2  | Muhammad Mahen (2019)<br>Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan (Studi Di Sma Muhammadiyah 2 Sidoarjo)   | Peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sudah berjalan sebagaimana mestinya, komite sekolah sudah menjalankan tugasnya sesuai dengan tupoksi yang diamanahkan  | a. Sama dalam pembahasan tentang pemasaran pendidikan<br><br>b. Dalam hal metode penelitian antara peneliti dan Muhammad Mahen menggunakan penelitian kualitatif  | Objek penelitian muhammad mahen lebih fokus ke komite sekolah sedangkan peneliti adalah peran kepala sekolah.   |

|   |  |  |  |   |
|---|--|--|--|---|
|   |  | <p>kepada mereka.</p> <p>Dalam menjalankan perannya, komite sekolah tidak pernah berhenti untuk berkordinasi dengan pihak sekolah.</p>   |  |   |
| 3 | <p>Tiarani Mirela (2020)<br/>Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Di Min 1 Bener Meriah</p> | <p>Kepala sekolah MIN 1 Bener Meriah memiliki kreativitas. Adapun bentuk kreativitas yang dilakukan oleh kepala sekolah MIN 1 Bener Meriah terbagi menjadi 3 (tiga). <i>Pertama</i>, bentuk kreativitas kombinasi, <i>ke dua</i> kreativitas eksplorasi, <i>ketiga</i> kreativitas transformasi.</p> | <p>a. Dalam hal metode penelitian antara peneliti dan Tiarani Mirela menggunakan penelitian kualitatif</p> <p>b. Sama-sama membahas tentang pemasaran pendidikan</p> | <p>Objek penelitian Tiarani Mirela lebih fokus ke kreativitas sekolah sedangkan peneliti adalah peran kepala sekolah.</p> |

Sumber: Olahan Peneliti Desember 2021.

### C. Alur Pikir Penelitian

Model konseptual merupakan bagaimana teori tersebut berhubungan dengan berbagai masalah yang penting (Sugiono: 2010). Kerangka konseptual dalam penelitian ini yang digunakan: Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pembelajaran 2021. Pengakajian yang digunakan yaitu teoritis, penelitian terdahulu, fokus penelitian, teknik pengumpulan data, informan, keabsahan data, analisis data dan analisis SWOT. Alur penelitian dapat digambarkan melalui bagan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian  
 Sumber: Olahan Peneliti Desember 2021.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif karena data yang digunakan adalah data-data yang bukan angka serta mendeskripsikan hasil penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah penelitian dari bentuk pemaparan sesuatu yang dilihat, didengar, dirasakan dan ditanyakan untuk mendapatkan informasi dan data yang diinginkan. Hal ini sesuai dengan yang di ungkapkan Moelong (2002: 3) “Penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.”

Pada penelitian ini peneliti mengosentrasikan pada tempat penelitian yaitu di SMP NU Al Islami Pesanggaran dengan data yang dikehendaki peneliti berupa deskriptif yaitu dengan kata-kata tertulis dan perilaku yang diamati kemudian di arahkan pada latar tersebut secara *holistic* (menyeluruh). Sebagai mana yang di ungkapkan oleh Imron (2012: 14) “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat-sifat atau karakteristik suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu.”

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang di pilih oleh peneliti untuk di jadikan tempat penelitian. Peneliti memilih tempat penelitian di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi berada di Dusun Mulyoasri Desa Sumbermulyo Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Bayuwangi. Peneliti memilih tempat tersebut sebagai subjek karena merasa tertarik dengan pemasaran sekolah yang ada di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi karena mengingat banyak sekali sekolah-sekolah swasta maupun negeri yang berada di daerah kecamatan yang lokasinya cenderung berdekatan maka memungkinkan persaingan antar sekolah semakin ketat dan juga lembaga pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yang terhitung masih baru tapi perlahan sudah dikenal oleh masyarakat sekitar. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2022.

## **C. Kehadiran Peneliti**

Kehadiran Peneliti dalam penelitian kualitatif kali ini sebagai instrument namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Arikunto (2002: 108). “Kehadiran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai pengamat partisipan/berperan serta, artinya dalam proses pengumpulan data peneliti mengadakan pengamatan dan mendengarkan secara cermat mungkin sampai pada yang sekecil-kecilnya.” Maka dari itu peneliti langsung terjun

kelengkapan untuk melakukan sebuah pengamatan dan mengumpulkan data yang dibutuhkan oleh peneliti. Peneliti melakukan penelitian di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi. Adapun data yang di butuhkan dalam penelitian ini adalah data mengenai pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

#### **D. Instrumen Penelitian**

Instrumen adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian.

Adapun uraian beberapa alat instrument dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Panduan wawancara, sebelum peneliti turun lapangan dan bertemu langsung dengan narasumber maka terlebih dahulu dapat menyusun atau list pertanyaan yang akan ditanya pada saat wawancara. Sama seperti angket, struktur pedoman wawancara sangat tergantung pada kebutuhan penelitian akan jawaban pertanyaan serta kenyamanan dalam proses wawancara.
2. *Notebook*, peneliti sebaiknya memiliki buku catatan penelitian untuk menuliskan apa yang menarik dan berhubungan dengan fokus penelitian. Buku catatan berguna untuk mendokumentasikan moment penting yang kita tidak tahu datangnya karena catatan dalam buku harian bisa membantu peneliti mengingat kembali konteks data.
3. Alat rekam (*tape-record*), alat rekam bisa terdiri dari kamera, video, atau perekam suara. Sebagai instrument penelitian alat rekam ini mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data.

4. Peneliti, instrument penelitian terakhir adalah peneliti itu sendiri. Hal ini selaras dengan pendapat Nasution yang dikutip oleh Sugiyono (2015: 306) menyatakan “Dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrumen penelitian utama”. Adapun instrumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keterlibatan langsung peneliti dalam mencari data terkait penelitian baik informasi yang diberikan langsung oleh pengelola sekolah maupun dokumen terkait penelitian.

#### **E. Data dan Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Hal ini sesuai yang yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015: 308). “Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau lewat dokumen”.

##### **a. Data primer**

Sumber data yang berupa observasi, wawancara yang di dapat dari kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi. untuk mendapatkan informasi tentang pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

##### **b. Data sekunder**

Sumber ini didapatkan dari waka humas dan dewan guru yang mengajar di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang paling utama adalah dengan menggunakan Teknik observasi atau pengamatan langsung ke lapangan dan wawancara, studi dokumentasi dan lainnya digunakan sebagai Teknik pendukung untuk melengkapi data yang diperoleh di lapangan. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015: 309) menyatakan “Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alami), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi”.

### a. Wawancara

Menurut Arikunto (2002: 108) Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.

Menurut Rumidi (2006: 88) Wawancara adalah proses tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara fisik atau bertatap muka, sehingga ada yang melihat muka yang lain dan mendengar suaranya sendiri, dengan wawancara dapat diketahui ekspresi wajah, gerak-gerik tubuh dan tingkat penguasaan materi atau hal-hal yang ditanyakan menggunakan komunikasi verbal.

Merujuk pada pendapat di atas, wawancara yang dilakukan oleh peneliti dan responden dalam penelitian ini dilakukan di ruangan yang telah

ditentukan dan pada jam sesuai dengan perjanjian antara peneliti dan responden.

Menurut Arikunto, ada dua macam pedoman wawancara yaitu:

1. Pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga mempunyai *check list*.
2. Pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat poin-poin penting yang akan ditanyakan.

Berdasarkan pedoman wawancara yang sudah di paparkan, penelitian ini menggunakan metode wawancara yang pertama, yaitu wawancara terstruktur.

#### b. Observasi

Menurut Nawawi dan Martini dalam (Afifudin dan Saebani, 2012: 134) Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Observasi dapat dilakukan secara partisipatif atau non partisipatif. Dalam pengamatan observasi partisipatif pengamat ikut serta dalam pengamatan yang sedang berlangsung. Observasi non partisipatif pengamat tidak ikut dalam serta dalam pengamatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan.

Faisal dalam (Sugiyono 2017: 226) Mengklarifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi (*participant observation*), observasi yang secara terang-terangan dan tersamar (*over observation dan covert observation*) dan observasi yang tak berstruktur (*unstructured observation*). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi Partisipasi (*participant observation*), dalam observasi ini peneliti terlibat orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat mana dari setiap perilaku yang tampak.
- 2) Observasi terus terang atau tersamar (*over observation dan covert observation*), dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas penelitian. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.
- 3) Observasi Tak Berstruktur (*unstructured observation*), observasi ini adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan di observasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu

secara pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrume yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan.

Adapun dalam Observasi kali ini peneliti melakukan jenis observasi terus terang dan samar dan data yang diperoleh peneliti dari metode observasi ini adalah:

- 1) Letak lokasi
- 2) Situasi dan kondisi obyek penelitian
- 3) PPDB
- 4) Sarana dan prasarana objek penelitian

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumen-dokumen yang dihimpun di pilih sesuai dengan tujuan dan fokus masalah. Seperti yang di ungkapkan Sugiyono (2018: 476) “Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian”.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi dokumen untuk mendapatkan data dan juga melengkapi data dari wawancara, obvervasi dan data yang sudah ada lainnya.

## **G. Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini pemeriksaan keabsahan data menggunakan model triangulasi yakni peneliti mengumpulkan data sekaligus memeriksa kebenaran dari data tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015: 33) menyatakan bahwa “triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada sekaligus memeriksa kredibilitas data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.”

Menurut Saebani dalam Imron (2016 : 67) mengatakan bahwa ada tiga macam triangulasi dalam teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan diantaranya :

### **1. Triangulasi teori**

Rumusan informasi yang nantinya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari ketidak validan peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

### **2. Triangulasi metode**

Membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda guna memperoleh kebenaran informasi yang benar dan gambaran yang utuh

### **3. Triangulasi pengamat**

Adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, misalnya pembimbing bertindak sebagai pengamat, yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

## **G. Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2014: 244) Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis swot dan analisis interaktif 3 model.

### **1. analisis interaktif 3 model yang meliputi:**

#### **a. Reduksi Data**

Reduksi data yakni peneliti merangkum, memilih data-data yang penting yang terkait dengan tema sedangkan data yang tidak terkait dengan tema direduksi, Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015: 339) menyatakan “Dalam mereduksi, peneliti merangkum, mengambil data yang pokok dan penting”.

#### **b. Penyajian Data**

Penyajian data dalam penelitian ini adalah data hasil rangkuman peneliti yang terpilih untuk disajikan karena sudah sesuai dengan tema dan sub tema yang ditetapkan oleh peneliti untuk keterkaitannya dengan rumusan masalah yang ditetapkan, Sesuai yang disampaikan Sugiyono (2015: 341) menyatakan bahwa “penyajian data kualitatif

bisa dilakukan dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk deskripsi yakni uraian data penelitian dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.”

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini maksudnya yaitu peneliti meninjau ulang terkait pengambilan kesimpulan yang didukung dengan teori-teori pakar, Menurut Sugiyono (2011: 53) Pengambilan keputusan adalah langkah akhir dari teknik pengumpulan data yang telah diklasifikasikan dan tersaji rapi, kemudian dipilih lagi mana yang akan dijadikan sumber data penelitian dan selanjutnya dijadikan pedoman untuk mencari data-data baru yang diperlukan.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisa peluang dan tantangan dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi tahun pembelajaran 2021. Menurut Rangkuti (2014: 18) Analisis SWOT merupakan suatu identifikasi terkait dengan faktor-faktor yang dijalankan dengan sistematis untuk merumuskan strategi yang ada pada perusahaan, untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

**Tabel 3.1 SWOT Faktor Internal**

| <b>FAKTOR INTERNAL</b> | <b>KETERANGAN</b>                             |
|------------------------|---|
| Strenghts (S)          | Temuan data kekuatan pada lembaga pendidikan  |
| Wekneses (W)           | Temuan data kelemahan pada lembaga pendidikan |

*Sumber: Rangkuti, (2002: 24)*

**Tabel 3.2 SWOT Faktor Eksternal**

| <b>FAKTOR EKSTERNAL</b> | <b>KETERANGAN</b>                           |
|-------------------------|---|
| Oportunity (O)          | Temuan data peluang pada lembaga pendidikan |
| Threats (T)             | Temuan data ancaman pada lembaga pendidikan |

*Sumber: Rangkuti, (2002: 26)*

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

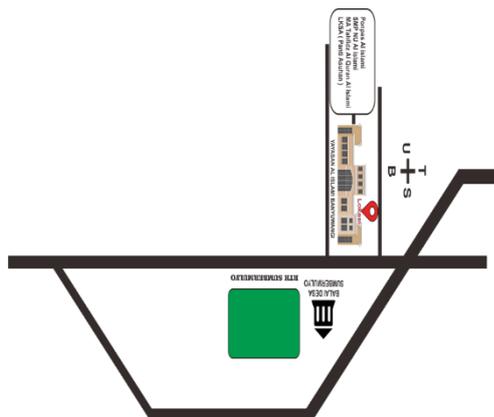
#### **A. Gambaran Umum Penelitian**

##### **1. Profil SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi**

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah sebuah lembaga pendidikan yang bernaung di Yayasan Al Islami Banyuwangi, yang terletak di Desa Sumbermulyo Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi.

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah salah satu sekolah menengah pertama yang ada di kecamatan pesanggaran yang memiliki potensi berkembang yang luar biasa, di tunjang dengan letak geografis yang mendukung di samping jalan raya pesanggaran-sukomade.

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi didirikan pada tahun 2014, pada awal didirikan jumlah siswa yang belajar di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi berjumlah sekitar 10 orang, dari tahun ke tahun SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi mengalami peningkatan yang cukup baik meskipun banyak sekali sekolah-sekolah yang tarafnya lebih baik akan tetapi di tengah gempuran itu, SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi bahkan mulai di gemari dan di kenal di kalangan masyarakat pesanggaran.



Gambar 4.1 Sketsa Peta SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi  
 Sumber: *Profil SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi*

## 2. Identitas Sekolah

- |                   |  |
|-------------------|--|
| 1. Nama Marasah   | : SMP NU Al Islami Pesanggaran           |
| 2. Alamat / desa  | : Jl. Sukomade No.10 Desa<br>Sumbermulyo |
| Kecamatan         | : Pesanggaran                            |
| Kabupaten         | : Banyuwangi                             |
| Propinsi          | : Jawa Timur (Kode Pos : 68488)          |
| No.Telepon        | :  |
| 3. Nama Yayasan   | : Al Islami Banyuwangi                   |
| 4. Status Sekolah | : Terakreditasi (C)                      |
| 5. NSS            | : 202052501249                           |
| 6. NPSN           | : 69883536                               |

7. Tahun didirikan/beroperasi : 08 Desember 2015
8. Status Tanah : Serifikat / Hak Milik
9. Luas Tanah : 3.200 m<sup>2</sup>
10. Nama Kepala Sekolah : ZAINUDDIN, S.Pd.
11. No.SK Kepala Sekolah : 10/SK/Y-PPALISA/VII/2020
12. Masa Kerja Kepala Sekolah : 4 tahun (2020 sampai dengan 2024)

### **3. Letak geografis SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi**

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terletak di dusun Mulyoasri desa Sumbermulyo Kecamatan Pesanggaran sekolah ini berada di tepi jalan raya Pesanggaran-Sukomade batas-batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah selatan langsung berbatasan dengan rumah bapak Suparno.
- b. Sebelah barat berbatasan dengan jalan kampung masyarakat dusun Mulyoasri.
- c. Sebelah utara berbatasan langsung dengan perkampungan.
- d. Sebelah timur berbatasan dengan rumah bapak Ahmad Dahlan.

Jarak dari SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi ke kantor kecamatan sekitar 3 kilometer, Sekolah ini terletak di depan kantor layanan publik masyarakat Sumbermulyo dan berada disamping jalan raya. Posisi yang sangat strategis ini sangat memudahkan bagi masyarakat untuk menjangkaunya dari segala arah.

#### **4. Visi Misi Dan Tujuan Sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi**

##### **a. Visi Sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi**

*Mewujudkan insan yang beriman, cerdas, berprestasi, dan berkarakter  
ahlussunah wal jamaah*

Adapun indikator visi adalah sebagai berikut:

1. Sekolah yang memiliki prestasi baik dibidang akademik maupun non akademik baik dari kecamatan sampai setinggi-tingginya (nasional)
2. Sekolah yang memiliki guru, staf dan siswa yang disiplin baik dalam tugas maupun menghargai waktu.
3. Sekolah yang memiliki guru, staf, dan siswa mempunyai rasa kejujuran yang tinggi baik dalam perkataan maupun perbuatan
4. Sekolah yang memiliki guru, staf, dan siswa berahklakul karimah seperti sopan dan santun serta ramah baik dalam perkataan maupun perbuatan.
5. Sekolah yang memiliki guru, staf, dan siswa yang kreatif dan inovatif dengan mencoba hal hal yang baru dan menerapkan dalam Kegiatan belajar mengajar yang memunculkan ide ide baru sehingga mendorong untuk kemajuan Sekolah.

##### **b. Misi Sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi**

Sesuai dengan Visi Sekolah yang telah dicanangkan maka misi Sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah sebagai berikut:

- 1) Membekali peserta didik dengan Ilmu Agama yang lebih
- 2) Membekali diri dengan sholat berjamaah di sekolah
- 3) Melaksanaan pembelajaran dengan bimbingan kreatif dan efektif
- 4) Membekali peserta didik dengan kegiatan yang bersifat agama
- 5) Membekali peserta didik dengan akhlak mulia
- 6) Mengamalkan ibadah sesuai dengan Aqidah Ahli Sunnah  
Waljamaah

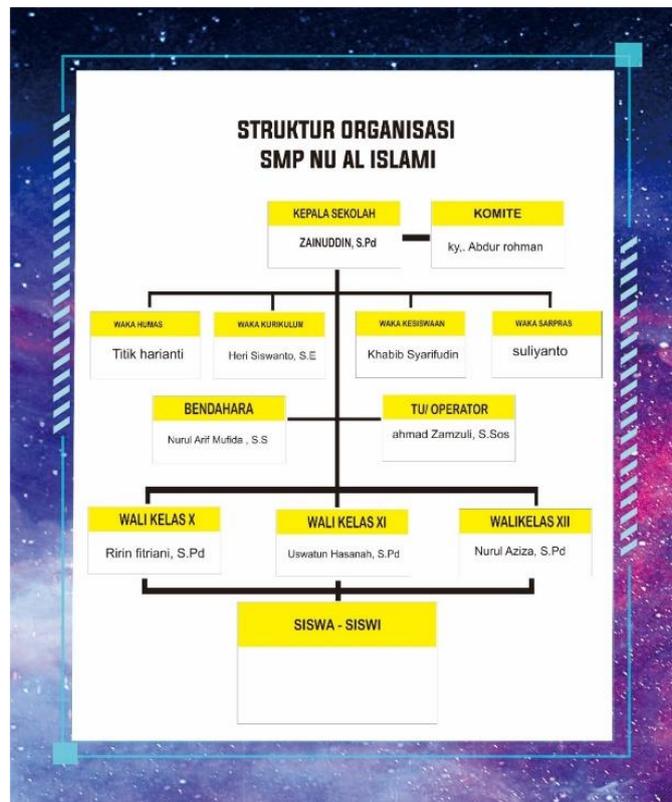
**c. Tujuan Sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi**

Untuk mencapai Visi dan misi, Sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi merumuskan tujuan sebagai berikut:

1. Pada tahun pelajaran 2021/2022, meraih peningkatan prestasi dalam ujian akhir kelas IX (rata rata mencapai 75 = 225,00)
2. Meraih prestasi di bidang olah raga dan seni baik tingkat kecamatan sampai provinsi. Serta olah raga dan seni lain yang diselenggarakan lembaga lembaga independen yang menyelenggarakan kejuaran dibidang olah raga dan seni.
3. Terciptanya perilaku siswa dan guru yang disiplin tidak ada lagi keterlambatan dan tepat waktu dalam menyelesaikan tugas.
4. Terciptanya perilaku siswa dan guru yang sopan dan santun bergaul serta menjunjung tinggi rasa persaudaraan.
5. Terciptanya perilaku siswa dan guru yang jujur tidak ada lagi kerahasiaan serta tidak ada lagi usaha mencontek dalam ujian.

6. Terciptanya penemuan penemuan baru dalam dunia pendidikan yang dapat mengubah dalam kegiatan belajar mengajar yang membawa kemajuan sekolah.

**5. Struktur Organisasi SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021/2022.**



Gambar 4.2 Struktur SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi  
Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi

## 6. Jumlah Karyawan

### a. Keadaan Guru SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi

Tabel 1.1 Data guru dan tenaga administrasi.

| No | Nama                      | Jabatan            | Status Kepegawaian |
|----|---------------------------|--------------------|--------------------|
| 1  | Zainudin, S.Pd            | Kepala sekolah     | GTY                |
| 2  | Heri Siswanto, S.E        | Guru Mapel         | GTY                |
| 3  | Ahmad Zamzuli, S.Sos      | Guru Mapel         | GTY                |
| 4  | Winarti Fatimah, S.E      | Guru Mapel         | GTY                |
| 5  | Khabib Syarifudin         | Guru Mapel         | GTY                |
| 6  | Nurul Arif Mufida, S.S    | Guru Mapel         | GTY                |
| 7  | Ririn Fitriani, S.Pd      | Guru Mapel         | GTY                |
| 8  | Uswatun Hasanah, S.Pd     | Guru Mapel         | GTY                |
| 9  | Akhmad Sukirno, S.Pd      | Guru Mapel         | GTY                |
| 10 | Suliyanto                 | Guru Mapel         | GTY                |
| 11 | Moch Aviv Ghozali, S.Pd   | Guru Mapel         | GTY                |
| 13 | Nurul aziza               | Guru Mapel         | GTY                |
| 13 | Elok Novita Sari, S.Pd    | Guru Mapel         | GTY                |
| 14 | Miftahul Huda             | Guru Mapel         | GTY                |
| 15 | Nava Ajeng Arinthika S.Pd | Guru Mapel         | GTY                |
| 16 | Titik Hariani             | Guru Mapel         | GTY                |
| 17 | Kharisma Anugrah F        | Staf tata usaha    | GTY                |
| 18 | Kholidatus Suada' D       | Staf tata usaha    | GTY                |
| 19 | Jafar Shodiq              | Kebersihan sekolah | GTY                |
| 20 | Maksum Habibi             | Pustakawan         | GTY                |

Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi

## 7. SARANA DAN PRASARANA

### a. Ruang belajar

Sebagai upaya meningkatkan pelayanan pendidikan dan pembelajaran, SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi menyediakan fasilitas ruang kelas yang cukup. Fasilitas ruang kelas yang tersedia sebanyak 7 ruang kelas dengan ukuran 9 m x 8 m, dimana masing-masing ruang kelas dilengkapi dengan fasilitas sebagai berikut:

- 1) Meja dan kursi buat guru
- 2) Meja dan kursi buat peserta didik
- 3) Whiteboard berfungsi sebagai sarana pembelajaran bagi guru dan peserta didik.
- 4) Lampu yang berfungsi sebagai penerang ruangan
- 5) Goorden jendela agar ruangan terhindar dari cahaya matahari

### b. Labotarium Komputer

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memiliki labotarium komputer untuk mendukung pembelajaran sebanyak 20 komputer.

### c. Perpustakaan

Perpustakaan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terletak dilantai dasar yang mudah dijangkau oleh semua warga sekolah, baik peserta didik, guru, dan juga karyawan.

d. Mushola

Mushola yang berada di tengah lingkungan sekolah. Mushola ini digunakan untuk kegiatan sekolah seperti sholat dhuha, sholat dzuhur berjamaah, sholat ashar berjamaah dan peringatan hari besar islam (PHBI).

e. Ruang perkantoran

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memiliki ruang perkantoran atau tempat untuk mengelola administrasi sekolah yang terdiri dari ruang pimpinan, ruang guru, ruang tata usaha.

f. Toilet

Toilet merupakan tempat buang air besar atau kecil peserta didik, guru dan karyawan. Toilet tersebut letaknya terbagi di samping kantor, sehingga semua warga sekolah yang membutuhkan tidak merasa kesulitan.

g. Gudang

Gudang merupakan ruangan yang digunakan untuk menaruh barang. adapun SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memiliki 1 ruang gudang.

h. Ruang usaha kesehatan sekolah

SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memiliki 1 ruang UKS yang lokasinya berada disamping kantor administrasi sekolah.

Tabel 4.2 Kondisi sarana dan prasarana SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

| No | Jenis Ruangan        | Jumlah Ruangan | Kondisi |              |             |
|----|----------------------|----------------|---------|--------------|-------------|
|    |                      |                | Baik    | Rusak Ringan | Rusak Berat |
| 1  | Ruang Kelas          | 6              | 6       | 0            | 0           |
| 2  | Ruang Perpustakaan   | 1              | 1       | 0            | 0           |
| 3  | Ruang Tata Usaha     | 1              | 1       | 0            | 0           |
| 4  | Ruang Kepala Sekolah | 1              | 1       | 0            | 0           |
| 5  | Ruang Guru           | 1              | 1       | 0            | 0           |
| 6  | Ruang UKS            | 1              | 0       | 0            | 0           |
| 7  | Ruang Mushola        | 1              | 1       | 0            | 0           |
| 8  | Gudang               | 1              | 0       | 1            | 0           |
| 9  | Lap komputer         | 1              | 1       | 0            | 0           |

Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi

## 8. Ekstrakurikuler

Kegiatan pengembangan diri diberikan diluar jam pelajaran atau ekstra kurikuler dibina oleh guru guru yang memiliki kualifikasi yang baik berdasarkan surat keputusan kepala sekolah. Adapun Jadwal kegiatan pengembangan diri atau ekstrakurikuler sebagai berikut :

Tabel 4.3 Kegiatan Ekstrakurikuler

| No | KEGIATAN     | SASARAN      | WAKTU             | PEMBINA              | TEMPAT            |
|----|--------------|--------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| 1  | Pramuka      | Kls: 7 s.d 9 | Jumat 15.30-16.30 | Heri Siswanto, S.E   | Mushola sekolahan |
| 2  | Qiro'ah      | Kls: 7 s.d 9 | Sabtu 14.00-16.00 | Winarti Fatimah, S.E | Kelas 7           |
| 4  | Al Banjari   | Kls: 7 s.d 9 | Sabtu 14.00-16.00 | Nava Ajeng A, S.Pd   | Kelas 8           |
| 5. | Al Habsyi    | Kls: 7 s.d 9 | Sabtu 14.00-16.00 | Titik hariani        | Kelas 8           |
| 6  | Drum Band    | Kls: 7 s.d 9 | Kamis 14.00-16.00 | Miftahul Huda        | Halaman sekolah   |
| 7. | Pencak Silat | Kls: 7 s.d 9 | Sabtu 14.00-15.00 | Khabib Syarifudin    | Halaman sekolah   |

Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi

## 9. Sistem Pembelajaran

Sistem pembelajaran disekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi menggunakan pembelajaran terbaru yaitu sistem K13. Pembelajaran Kurikulum 2013 mendasarkan pada konsep bahwa pembelajaran merupakan suatu proses pengembangan potensi dan pembangunan karakter setiap peserta didik sebagai hasil dari sinergi antara pendidikan yang berlangsung di sekolah, keluarga dan masyarakat. Proses Pembelajaran Kurikulum 2013 tersebut memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan potensi mereka menjadi kemampuan yang semakin lama semakin meningkat dalam sikap (spiritual dan sosial), pengetahuan, dan keterampilan yang diperlukan dirinya untuk hidup dan untuk bermasyarakat, berbangsa, serta berkontribusi pada kesejahteraan hidup umat manusia (Permendikbud No. 104 tahun 2014 tentang Pembelajaran).

Pembelajaran kurikulum 2013 ditujukan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar memiliki kemampuan hidup sebagai pribadi dan warga negara yang beriman, produktif, kreatif, inovatif, dan afektif, serta mampu berkontribusi pada kehidupan masyarakat, berbangsa, bernegara, dan peradaban dunia. Proses Pembelajaran Kurikulum 2013 ini memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan potensi mereka menjadi kemampuan yang semakin lama semakin meningkat dalam sikap (spiritual dan sosial), pengetahuan, dan keterampilan yang diperlukan dirinya untuk hidup dan untuk

bermasyarakat, berbangsa, serta berkontribusi pada kesejahteraan hidup umat manusia.

## **B. Verifikasi Data Lapangan**

### **1. Peran kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Pesanggaran Banyuwangi tahun 2021-2022.**

Dalam kedudukan sebagai pemimpin lembaga pendidikan, kepala sekolah memiliki posisi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan suatu kegiatan pembelajaran. Kepala sekolah juga berperan penting dalam pengelolaan sekolah begitu juga dalam hal pemasaran pendidikan. Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk memperoleh data, peneliti melakukan wawancara dengan kepala sekolah, waka kurikulum, dan guru di sekolah.

#### **a. Peran kepala sekolah dalam perencanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.**

Dalam sebuah kegiatan harus ada perencanaan yang matang demi terwujudnya kegiatan yang lancar, begitu pun juga dalam hal pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami, kepala sekolah beserta guru dan staf tata usaha sekolah melakukan perencanaan pemasaran pendidikan dimana kepala sekolah memimpin kegiatan rapat perencanaan adapun pembahasan rapat meliputi tentang penyamaan

visi misi, pembembentukan susunan kepanitiaan pemasaran, dana pemasaran dan juga target sekolah yang akan dikunjungi.

Mengenai peran kepala sekolah sebagai perencana program pemasaran dapat diketahui dalam hasil wawancara bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“hal pertama yang saya lakukan adalah mengadakan rapat dengan segenap dewan guru tentang perencanaan pemasaran pendidikan dimana pada rapat tersebut saya memimpin rapat tentang penyamaan visi misi, pembembentukan susunan kepanitiaan pemasaran, dana pemasaran yang dibutuhkan dan juga target sekolah yang akan dikunjungi.”*

Keterangan yang sama tentang proses perencanaan pemasaran pendidikan di sampaikan oleh bapak Sukirno, S.Pd

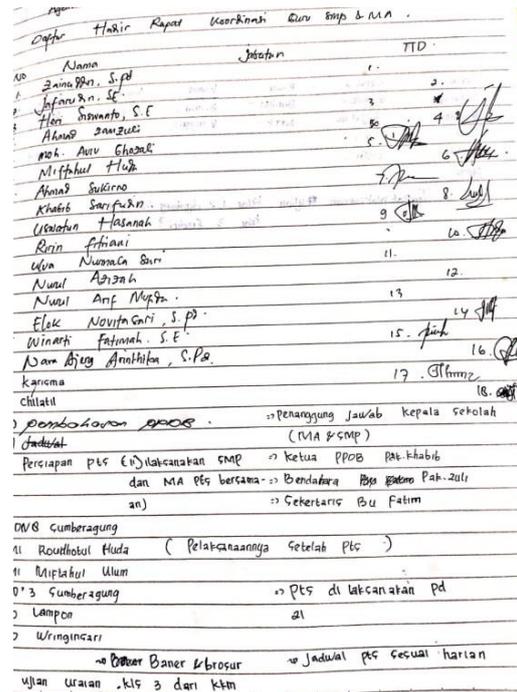
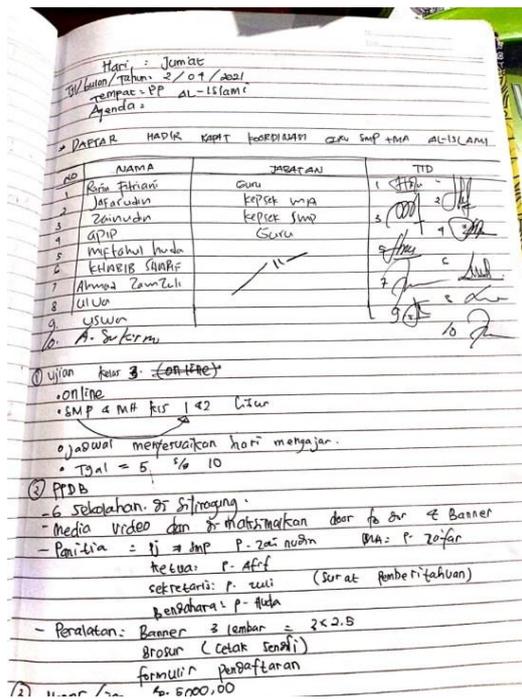
*“beliau membentuk forum rapat dengan agenda pemasaran pendidikan sekaligus membentuk kepanitiaan pemasaran pendidikan”.*

Keterangan yang sama tentang proses perencanaan pemasaran pendidikan di sampaikan oleh Titik Haryani, S.Pd

*“bapak Zainudin selaku kepala sekolah mengarahkan panitia pemasaran pendidikan, beliau juga ikut aktif memimpin proses perencanaan pemasaran pendidikan lewat forum rapat bersama dewan guru yang lain.”*

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa peran kepala sekolah dalam perencanaan pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah memimpin proses

perencanaan meliputi tentang penyamaan visi misi, pembembentukan susunan kepanitiaian pemasaran, dana pemasaran dan juga target sekolah yang akan dikunjungi.



Gambar 4.3 Buku Hasil Kegiatan Rapat PPDB Tahun 2021  
Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran.

b. Peran kepala sekolah dalam pengorganisasian pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Bayuwangi.

Dalam sebuah kegiatan manajemen pemasaran yang baik harus ada pembagian job atau tugas yang di berikan oleh ketua kepada para bawahannya, begitu pun juga di SMP NU Al Islami Pesanggaran Bayuwangi dimana kepala sekolah membagi tugas-tugas tertentu yang diberikan kepada masing-masing anggota demi terlaksananya

kegiatan pemasaran yang berjalan dengan baik. Adapun peran kepala sekolah dalam proses pengorganisasian pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah membagi tugas kepada para bawahan dengan formasi tertentu.

Mengenai peran kepala sekolah dalam proses pengorganisasian pemasaran bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“saya membagi-bagi tugas sesuai dengan formasi yang sudah disepakati, karena tugas guru satu dengan guru yang lain tidaklah sama.*

Keterangan yang sama tentang proses pengorganisasian pemasaran di sampaikan oleh bapak Sukirno, S.Pd

*“kepala sekolah sesekali memberikan pengarahan kepada kami, bahkan beliau juga datang langsung ke sekolah disaat kita sedang kita memberikan sosialisasi”.*

Keterangan yang sama tentang proses pengorganisasian pemasaran di sampaikan oleh Titik Haryani S.Pd.

*“kepala sekolah membimbing , mengarahkan panitia bahkan beliau juga hadir ke sekolah-sekolah yang sedang kita lakukan promosi, dimana beliau sesekali memberikan semangat kepada para bawahannya seperti kami ini” .*

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa peran kepala sekolah dalam pengorganisasian pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah membagi tugas kepada dewan guru sesuai dengan job atau bagiannya.



Gambar 4.4 Pengorganisasian Pemasaran Sekolah  
 Sumber: Dokumentasi SMP NU Al Islami Pesanggaran

- c. Peran kepala sekolah dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Peran kepala sekolah dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah penanggung jawab program pemasaran pendidikan dan memimpin dewan guru untuk melaksanakan strategi pemasaran yang sudah di tetapkan sebelumnya.

Mengenai peran kepala sekolah dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“saya selaku kepala sekolah dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran mengarahkan jalannya proses pemasaran agar pemasaran dapat*

*berjalan dengan lancar dan bertanggung jawab atas segala bentuk kegiatan .”*

Keterangan yang sama tentang peran kepala sekolah dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan oleh bapak Sukirno, S.Pd

*“beliau memberikan semangat dan juga dorongan kepada kami dan memberikan arahan untuk menjalankan strategi pemasaran yang sudah ditetapkan”.*

Keterangan yang sama tentang pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi di sampaikan oleh Titik Haryani S.Pd

*“bapak Zainudin ketika proses pelaksanaan pemasaran berlangsung beliau memerintahkan kami untuk menjalankan strategi yang sesuai hasil rapat”.*

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa peran kepala sekolah dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah sebagai penanggung jawab dan pemimpin program pemasaran.

- d. Peran kepala sekolah sebagai pengawas kegiatan pemasaran pendidikan.

Demi terwujudnya kegiatan pemasaran yang baik pemimpin harus bertindak sebagai pengawas sekaligus mengevaluasi program yang sudah di tentukan sebelumnya untuk mengetahui keberhasilan sebuah program yang sudah direncanakan sebelumnya dan dapat menganalisa strategi-strategi pemasaran yang dianggap layak untuk tetap dijalankan.

Adapun peran kepala sekolah sebagai pengawas dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah memberi arahan dan dorongan kepada guru yang bertugas. Juga memberi penyadaran kepada bawahan bahwa lembaga pendidikan ini adalah ladang amal. Jadi kesempatan emas untuk menimbun dan menabung amal kebaikan.

Mengenai peran kepala sekolah sebagai pengawas program pemasaran dapat di ketahui melalui Hasil wawancara dengan bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“saya selaku kepala sekolah mempunyai tugas dan tanggung jawab itu saya mengawal kegiatan yang dilakukan oleh para anggota, meskipun saya sendiri banyak kekurangan kadang saya juga memberikan arahan kepada guru yang bertugas dan saya juga meminta informasi tentang siswa yang sudah mendaftar di smp ini”.*

Keterangan yang sama tentang peran kepala sekolah sebagai pengawas dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi oleh Sukirno, S.Pd

*“Bapak kepala sekolah beberapa kali memberikan arahan kepada guru yang di tugaskan dalam pemasaran Pendidikan beliau juga meminta informasi jumlah siswa yang sudah mendaftar”.*

Keterangan yang sama tentang peran kepala sekolah sebagai pengawas dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi oleh Titik Haryani S.Pd

*“Bapak kepala sekolah yang memberikan masukan kepada bapak ibu guru ketika proses pemasaran yang anggap kurang pass, mengarahkan dan juga membimbing para anggotanya”.*

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa kepala sekolah menjalankan perannya sebagai pengawas sekaligus mengevaluasi kegiatan pemasaran pendidikan.



Gambar 4.5 Evaluasi Program Pemasaran Pendidikan  
*Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran*

## **2. Strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.**

- a. Waktu pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Waktu pelaksanaan pemasaran pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dilaksanakan setiap tahun ajaran baru ketika memasuki masa penerimaan peserta didik baru.

bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami sudah berjalan sejak dulu sebelum saya menjabat sebagai kepala sekolah sudah ada, kegiatan ini merupakan kegiatan yang selalu di lakukan setiap tahunnya.”*

Keterangan yang sama tentang waktu pelaksanaan pemasaran pendidikan di sampaikan oleh bapak Sukirno, S.Pd

*“pemasaran pendidikan disini biasanya dilakukan pada masa penerimaan peserta didik baru pada tahun ajaran baru.”*

Keterangan yang sama tentang waktu pelaksanaan pemasaran pendidikan di sampaikan oleh Titik Haryani, S.Pd

*“Pemasaran dilakukan setiap tahun, tapi kita lebih fokus ke pemasaran ketika masa tahun ajaran baru sekolah”*

Dengan demikian sudah jelas bahwa pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sudah ada dan berjalan setiap tahunnya.

b. Strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Dalam memimpin pemasaran pendidikan tentunya kepala sekolah memiliki strategi khusus dalam pemasaran, dengan harapan pemasaran dapat mendapatkan peserta didik sesuai dengan target adapun strategi kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dalam pemasaran pendidikan yaitu:

- 1) Melibatkan seluruh guru staf dan warga sekolah untuk ikut membantu mempromosikan pemasaran sekolah.
- 2) Menjaga hubungan baik dengan masyarakat.
- 3) Melakukan inovasi dalam hal bentuk pemasaran sekolah.

Mengenai strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan dapat diketahui dalam hasil wawancara dengan bapak Zainudin S.Pd di bawah ini:

*“Strategi yang dilakukan disini dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan yaitu melibatkan seluruh warga sekolah untuk membantu mempromosikan sekolah ini melalui media sosial masing-masing seperti facebook, grub watshApp maupun informasi langsung secara perorangan, selain itu saya juga melakukan inovasi dalam hal bentuk promosi untuk perkembangan pemasaran di sekolah ini .”*

Keterangan yang sama mengenai strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi di sampaikan oleh bapak Sukirno, S.Pd

*“melibatkan seluruh dewan guru dan para staf di sekolah ini agar mempromosikan sekolah ini secara serentak melalui media sosial, kepala sekolah juga membuat hal yang baru dalam hal bentuk pemasaran yaitu mengemas pemasaran dalam kegiatan pondok ramadhan, menjaga hubungan yang baik dan menambah relasi dengan masyarakat.”*

Keterangan mengenai strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi di sampaikan oleh Titik Haryani, S.Pd

*“Strateginya dengan menjaga hubungan dan menambah relasi dengan masyrakat untuk membentuk hubungan yang baik*

*antara sekolah dengan pihak masyarakat dengan hal ini, masyarakat bisa percaya terhadap program-program yang kita laksanakan sehingga akan tumbuh kepercayaan yang baik dengan pihak sekolah sehingga mereka mau menyekolahkan anaknya di sekolah ini.”*

Dari pernyataan diatas dapat penulis simpulkan bahwa strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yaitu melibatkan seluruh guru staf dan warga sekolah untuk ikut membantu mempromosikan pemasaran sekolah. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat, Melakukan inovasi dalam hal bentuk pemasaran sekolah.

- c. Bentuk promosi pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran.

Adapun bentuk Bentuk promosi pemasaran yang dilakukan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terbagi menjadi dua macam yaitu secara langsung dan tidak langsung.

1. Pemasaran secara langsung, antara lain melalui:
  - a) Penyebaran brosur yang memuat visi-misi dan program unggulan sekolah.
  - b) Pemasangan baliho dan spanduk.
  - c) Sosialisasi kelembaga-lembaga sekitar.
  - d) Mengunjungi tokoh berpengaruh, kepala sekolah terjun ke berbagai tokoh masyarakat dan perangkat desa.
2. Pemasaran secara tidak langsung, antara lain melalui:

- a) Pemuatan foto kegiatan siswa ke media sosial, foto-foto kegiatan siswa baik yang di dalam kelas maupun di luar kelas telah dapat dijumpai di media sosial.
- b) Prestasi siswa, sebagai imbalan tambahan dari sekolah, juara lomba yang bersangkutan akan diberi hadiah oleh pihak sekolah.

Mengenai bentuk strategi pemasaran pendidikan bisa diketahui dalam hasil wawancara dengan bapak Zainudin S.Pd di bawah ini:

*“bentuk promosiya sosialisasi sekaligus menyebar brosur visi misi sekolah dan juga memberitahukan program unggulan SMP NU Al Islami seperti membaca al-quran, sholat dhuha dan kegiatan ekstrakurikuler sekolah ini ke sekolah SD/MI di sekitar pesanggaran, pemasangan bahilo dan baner, mendatangi tokoh masyarakat yang berpengaruh di wilayah itu. Selain itu kita juga memasang foto kegiatan sekolah di media sosial dengan harapan ketika melihat foto tersebut orang yang melihat bisa tertarik dengan sekolah ini”*

Keterangan yang sama tentang bentuk promosi pemasaran Pendidikan di sampaikan oleh bapak Sukirno, S.Pd

*“Dalam hal promosi pemasaran pendidikan di sekolah ini dengan sekolah yang lain relative sama, yaitu dengan cara sosialisasi kesekolah, memasang banner dan juga menyebarkan brosur. hal yang mabadakan adalah disini para panitia mengemas bentuk pemasaran pendidikan dengan sebuah kegiatan yaitu pondok ramadhon, dimana sekolah-sekolah yang lain pada bulan ramadhan relatif belum aktif dalam pencarian kita malah sudah bergerak kesekolah-sekolah”*

Keterangan yang sama tentang bentuk promosi pemasaran pendidikan di sampaikan oleh Titik Haryani, S.Pd

“Bentuk pemasaran yang kita pakai ada yang dilakukan secara langsung seperti penyebaran brosur, mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat, memasang baner penerimaan peserta didik baru, selain itu kita juga menggunakan pemasaran tidak langsung seperti memasang foto kegiatan para siswa di media sosial agar masyarakat mengetahui bentuk kegiatan yang di lakukan oleh peserta didik di sekolah ini, kita juga memberikan hadiah kepada anak-anak yang berprestasi sehingga dapat memberikan semangat lebih bagi mereka”



Gambar 4.6 Brosur Penerimaan Peserta Didik Baru  
Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sudah ada dan berjalan waktu pelaksanaannya sebelum masa penerimaan peserta didik baru adapun strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sebagai berikut:

- a. Melibatkan seluruh guru staf dan warga sekolah untuk ikut membantu mempromosikan pemasaran sekolah.
- b. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat.

- c. Melakukan inovasi dalam hal bentuk pemasaran sekolah.
- d. Promosi. Adapun bentuk promosi pemasaran yang dilakukan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terbagi menjadi dua macam yaitu secara langsung dan tidak langsung.
  1. Pemasaran secara langsung, antara lain melalui:
    - a) Penyebaran brosur yang memuat visi-misi dan program unggulan sekolah.
    - b) Pemasangan baliho dan spanduk.
    - c) Sosialisasi kelembaga-lembaga sekitar.
    - d) Mengunjungi tokoh berpengaruh, kepala sekolah terjun ke berbagai tokoh masyarakat dan perangkat desa.
  2. Pemasaran secara tidak langsung, antara lain melalui:
    - a) Pemuatan foto kegiatan siswa ke media sosial, foto-foto kegiatan siswa baik yang di dalam kelas maupun di luar kelas telah dapat dijumpai di media sosial.
    - b) Prestasi siswa, sebagai imbalan tambahan dari sekolah, juara lomba yang bersangkutan akan diberi hadiah oleh pihak sekolah.



Gambar 4.7 Bentuk Pemasaran Tidak Langsung (Prestasi Siswa)  
 Sumber: Dokumen SMP NU Al Islami Pesanggaran

### **3. Data Peluang dan Tantangan dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.**

- a. Harapan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran banyuwangi.

Harapan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah meningkatkan pengelolaan pemasaran pendidikan melalui media online atau offline, meningkatkan fasilitas pembelajaran demi mewujudkan pembelajaran yang nyaman dan kondusif sehingga menciptakan peserta didik yang berprestasi, pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat bersaing dengan lembaga sekolah lain.

Sesuai dengan wawancara peneliti dengan bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“Harapan saya selaku kepala sekolah pemasaran pendidikan yang sekarang dapat ditingkatkan lagi agar dapat terkelola dengan baik, baik*

*pemasaran secara online dan juga offline, begitupun juga strategi yang digunakan harus di inovasikan sesuai dengan kebutuhan zaman agar tidak ketinggalan oleh sekolah-sekolah yang lain yang sudah maju dalam hal pemasaran pendidikan. saya juga berharap disekolah ini fasilitas pembelajaran harus ditingkatkan lagi agar para peserta didik lebih nyaman ketika mendapatkan pelajaran , dari sebuah rasa nyaman tadi akan diperoleh prestasi-prestasi yang akan memudahkan kita nanti kedepan nya dalam memasarkan sekolah sehingga nantinya banyak masyarakat yang tertarik menyekolahkan anaknya di disini karena sudah terbukti oleh para siswa yang mendapatkan banyak prestasi”.*

Keterangan yang sama tentang harapan pemasaran di sampaikan oleh bapak Sukirno, S.Pd guru SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi beliau mengungkapkan:

*“Saya berharap di tahun-tahun yang akan datang pemasaran pendidikan di sekolah ini dapat berinovasi ketaraf yang lebih baik sesuai dengan kemajuan zaman kalau sekarang sudah masuk era teknologi maka kita harus mengikutinya yang kedua kita dapat memasarkan pendidikan kepada masyarakat lewat jalur prestasi yang diperoleh para siswa sehingga menjadi daya jual yang menarik bagi masyarakat”.*

Keterangan yang sama tentang harapan pemasaran pendidikan di sampaikan oleh Titik Haryani, S.Pd

*“saya berharap dalam hal pemasaran sekolah ini dapat bersaing dengan sekolah yang sudah bergelar favorit di area pesanggaran”.*

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa banyak harapan yang ingin dicapai oleh SMP NU Al Islami Pesanggaran demi mewujudkan pemasaran pendidikan yang baik.

b. Kendala pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran.

Setiap kegiatan tentunya memiliki kendala tersendiri begitu juga SMP NU Al Islami Pesanggaran yang memiliki banyak kendala dalam hal pemasaran pendidikan di antaranya keterbatasan sarana dan prasarana

penunjang pemasaran, minimnya anggaran pemasaran, sebagian guru terkendala dengan penguasaan teknologi, tingkat persaingan yang tinggi antar sekolah.

Mengenai kendala pemasaran pendidikan bapak Zainudin, S.Pd selaku kepala sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi memaparkan seperti ini:

*“Untuk kendalanya disini ada beberapa guru yang terkendala dengan masalah penguasaan teknologi, minimnya anggaran khusus pemasaran , kurangnya fasilitas teknologi penunjang pemasaran ”.*

Keterangan tambahan tentang kendala pemasaran pemasaran SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi pendidikan di sampaikan oleh bapak Sukirno S.Pd

*“Sekolah ini relative baru di area pesanggaran sehingga belum mendapatkan citra yang bagus di masyarakat selain di area ini ada banyak sekolah yang sudah lama berdiri dan untuk kualitasnya juga sudah bagus. Maka dari itu mungkin masyarakat masih ragu untuk menyekolahkan putra-putrinya di sekolah ini”.*

Keterangan tambahan tentang kendala pemasaran di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi di sampaikan oleh Titik Haryani, S.Pd

*“adanya tingkat persaingan yang tinggi karena banyaknya sekolah yang ada di daerah pesanggaran , banyaknya sekolah yang sama dengan menerapkan program Pendidikan gratis di samping itu sekolah-sekolah di area pesanggaran juga kreatif dalam bidang pemasaran ”.*

Dari pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa kendala pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah keterbatasan sarana dan prasarana penunjang pemasaran, minimnya

anggaran khusus untuk pemasaran, sebagian guru terkendala dengan penguasaan teknologi, adanya tingkat persaingan yang tinggi antar sekolah.

Berdasarkan hasil pendapat diatas dapat dipahami bahwa peluang dan tantangan kepala sekolah dalam pemasaran Pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yaitu meningkatkan strategi dan pengelolaan pemasaran Pendidikan ke taraf yang lebih baik, meningkatkan fasilitas pembelajaran demi mewujudkan pembelajaran yang nyaman dan kondusif sehingga menciptakan peserta didik yang berprestasi, pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat bersaing dengan lembaga sekolah lain. Dan tantangan yang dihadapi adalah kurangnya penguasaan teknologi, keterbatasan sarana dan prasarana dan juga tingkat persaingan sekolah yang tinggi.

Tabel 4.4 Identifikasi SWOT pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami

Pesanggaran Banyuwangi Tahun 2021 yaitu sebagai berikut:

| <b>FAKTOR INTERNAL</b> | <b>KETERANGAN</b>   |
|------------------------|---|
| Strengths (S)          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas program               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. sholat dhuha</li> <li>b. baca alquran</li> <li>c. asmaul husna</li> </ol> </li> <li>2. Harga / biaya yang ditetapkan (gratis)</li> <li>3. Lokasi strategis</li> <li>4. Kerjasama dengan sekolah/lembaga lain dan juga tokoh masyarakat.</li> </ol> |
| Weaknesses (W)         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minimnya anggaran khusus pemasaran</li> <li>2. Keterbatasan sarana dan prasarana pendidikan</li> <li>3. Kurangnya fasilitas teknologi pemasaran</li> <li>4. Sebagian guru terkendala penguasaan teknologi</li> </ol>  |

*Sumber: Olahan Peneliti, 2022*

| <b>FAKTOR EKSTERNAL</b> | <b>KETERANGAN</b>   |
|-------------------------|---|
| Opportunity (O)         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatnya peserta didik</li> <li>2. Produk / program yang di tawarkan memiliki kekuatan di banding dengan sekolah lain.</li> <li>3. Kerjasama baik dengan lembaga lain atau dengan perorangan</li> </ol> |
| Threats (T)             | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat persaingan sekolah</li> <li>2. Kemajuan teknologi dalam pemasaran pendidikan</li> <li>3. Kreatifitas sekolah lain</li> <li>4. Sekolah yang sama dengan program pendidikan gratis</li> </ol>         |

*Sumber: Olahan Peneliti, 2022*

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi maka penulis ingin membahas temuan berdasarkan hasil wawancara dan observasi sebagai berikut:

#### **A. Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.**

Kepala sekolah dapat dianggap berhasil apabila sekolah yang dipimpinnya berhasil, begitupun juga sebaliknya. Seorang kepala sekolah akan dapat dikatakan benar-benar berhasil apabila ia dapat membawa kelompoknya kepada keinginan-keinginan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Sebagai pimpinan tertinggi di sekolah yang memegang kebijakan dan pembuat keputusan, kepala sekolah sangat memperhatikan kebutuhan dan harapan yang diinginkan oleh pelanggannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan kepala sekolah, waka kurikulum, waka humas, guru dapat dilihat bahwa kepala sekolah sudah menjalankan perannya dalam aktivitas pemasaran Pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi pada tugas, fungsi, dan tanggung jawab kepala sekolah sebagai leader dan juga manager dalam pemasaran Pendidikan.

Dalam pemasaran di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi, kepala sekolah menjalankan perannya sebagai *leader dan manager* dalam pemasaran pendidikan sebagai berikut:

1. Peran kepala sekolah sebagai perencana program pemasaran.

Peran kepala sekolah dalam proses perencanaan pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah memimpin proses perencanaan meliputi penyamaan visi misi, pembentukan susunan kepanitiaan pemasaran, dana pemasaran dan juga target sekolah yang akan dikunjungi. Proses perencanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dilakukan dengan rapat bersama dewan guru dan staf tata usaha sekolah yang dipimpin oleh kepala sekolah.

Temuan diatas selaras dengan teori Hidayat dan Wijaya (2017: 225) beberapa hal yang perlu dilakukan dalam membuat perencanaan pemasaran adalah:

- a. Menentukan visi, misi, tujuan umum dan tujuan khusus lembaga pendidikan
- b. Menganalisis ancaman dan peluang eksternal lembaga pendidikan
- c. Mengetahui kecenderungan “kondisi pasar” sekaligus menentukan calon siswa yang akan dipilih lembaga pendidikan.

2. Peran kepala sekolah sebagai pengorganisasi program pemasaran.

Peran kepala sekolah dalam proses pengorganisasian pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah

membagi tugas kepada dewan guru sesuai dengan bagiannya. Tugas-tugas dalam memasarkan lembaga pendidikan telah dibagi dengan baik oleh kepala sekolah, adapun waktu dan tempat memasarkan sekolah antar guru tidaklah sama. Semua telah diatur oleh kepala sekolah dengan kesepakatan bersama.

Temuan di atas selaras dengan Teori Terry (2018: 16) yang menyatakan bahwa organizing mencakup:

- a. Membagi komponen-komponen kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan ke dalam kelompok-kelompok.
  - b. Membagi tugas kepada seorang manajer untuk mengadakan pengelompokan tersebut
  - c. Menetapkan wewenang di antara kelompok atau unit-unit organisasi.
3. Peran kepala sekolah sebagai pemimpin dan penanggung jawab dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan.

Adapun Peran kepala sekolah dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah sebagai berikut:

- a. Penanggung jawab program pemasaran pendidikan.

Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi kepala sekolah memiliki tanggung jawab yang besar akan keberlangsungan dan kesuksekan pemasaran pendidikan. Temuan tersebut sesuai dengan teori Purwanto (2002: 65) menyatakan bahwa seorang kepala sekolah memiliki sepuluh peranan,

yaitu sebagai pelaksana, perencana, seorang ahli, mengawasi hubungan antara anggota-anggota, mewakili kelompok, bertindak sebagai pemberi ganjaran, bertindak sebagai wasit, pemegang tanggung jawab, sebagai seorang pencipta, dan sebagai seorang ayah.

b. Pemimpin program pemasaran pendidikan.

Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan kepala sekolah bertindak sebagai pemimpin dengan mengarahkan dewan guru untuk melaksanakan strategi pemasaran pendidikan yang sudah ditentukan. Temuan tersebut selaras dengan teori Anwar (2003: 70) Kepemimpinan dalam dunia pendidikan dapat diartikan sebagai usaha kepala sekolah dalam memimpin, mempengaruhi, dan memberikan bimbingan kepada para personil pendidikan sebagai bawahan agar tujuan pendidikan dan pengajaran dapat tercapai melalui serangkaian kegiatan yang telah ditetapkan.

4. Peran kepala sekolah sebagai pengawas program pemasaran

Kepala sekolah mempunyai peran sebagai pengawas pelaksanaan pemasaran pendidikan sekaligus pengevaluasi keberhasilan sebuah program. *Controlling* (Pengawasan) Salah satu bentuk pengawasan kepala sekolah atas pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah memberi arahan dan dorongan kepada guru yang bertugas. Juga memberi penyadaran kepada bawahan bahwa lembaga pendidikan ini adalah ladang amal. Jadi kesempatan emas untuk menimbun dan menabung amal kebaikan. Hasil temuan

penelitian di atas sesuai dengan teori Assauri (2018: 362 ) dengan menyatakan bahwa manajer pemasaran yang berhasil adalah manajer yang mampu mengevaluasi, apakah keputusan yang diambilnya dapat membantu dan berhasil mencapai tujuan perusahaan. Seperti diketahui, tujuan perusahaan adalah untuk menjamin kelangsungan hidup usaha perusahaan, untuk dapat berkembang dan untuk mampu bersaing.

Kepala sekolah menjalankan perannya dalam pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sebagai *leader dan manager*. Kepala sekolah bukan hanya merencanakan sesuatu atau mencari strategi yang terbaik namun juga melakukan aktivitas mengarahkan karyawan dengan baik dalam memasarkan lembaga pendidikan. Kecakapan dari seorang kepala sekolah merupakan faktor penting dari keberhasilan sekolah. Seorang kepala sekolah akan dapat dikatakan benar-benar berhasil apabila ia dapat membawa kelompoknya kepada keinginan yang sesuai dengan keinginan masyarakat.

#### **B. Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.**

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sudah ada dan berjalan waktu pelaksanaannya sebelum masa penerimaan peserta didik baru adapun strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sebagai berikut :

1. Melibatkan seluruh guru staf dan warga sekolah untuk ikut membantu mempromosikan pemasaran sekolah.
2. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat.
3. Melakukan inovasi dalam hal bentuk pemasaran sekolah.
4. Promosi. Adapun bentuk promosi pemasaran yang dilakukan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terbagi menjadi dua macam yaitu secara langsung dan tidak langsung.
  - a. Pemasaran secara langsung, antara lain melalui:
    - 1) Penyebaran brosur yang memuat visi-misi dan program unggulan sekolah.
    - 2) Pemasangan baliho dan spanduk.
    - 3) Sosialisasi kelembaga-lembaga sekitar.
    - 4) Mengunjungi tokoh berpengaruh, kepala sekolah terjun ke berbagai tokoh masyarakat dan perangkat desa.
  - b. Pemasaran secara tidak langsung, antara lain melalui:
    - 1) Pemuatan foto kegiatan siswa ke media sosial, foto-foto kegiatan siswa baik yang di dalam kelas maupun di luar kelas telah dapat di jumpai di media sosial.
    - 2) Prestasi siswa, sebagai imbalan tambahan dari sekolah, juara lomba yang bersangkutan akan diberi hadiah oleh pihak sekolah.

Hal ini sesuai dengan Suyanto dan Abbas (2004: 172) karakteristik kepala sekolah sebagai wirausahawan yang unggul dapat dirumuskan ke dalam lima hal berikut ini:

1. Kepala sekolah yang wirausahawan akan berani mengambil risiko serta mampu memperhitungkan dan berusaha tidak menghindarinya.
2. Kepala sekolah akan selalu berupaya mencapai dan menghasilkan karya bakti yang lebih baik untuk pengguna jasa (siswa dan orang tuanya), pemilik, pemasok, para pendidik dan karyawan administrasi, masyarakat, bangsa dan negara.
3. Kepala sekolah bersikap antisipatif terhadap perubahan, tetapi akomodatif terhadap lingkungan.
4. Kepala sekolah akan kreatif mencari dan menciptakan peluang dan meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas kinerja lembaganya.
5. Kepala sekolah akan selalu berusaha meningkatkan keunggulan dan citra lembaga melalui investasi baru di berbagai bidang.

### **C. Peluang Dan Tantangan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.**

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan peneliti lewat wawancara tentang Peluang Dan Tantangan Kepala Sekolah dalam pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan perannya sebagai seorang pemimpin di sekolah, tentunya kepala sekolah memiliki banyak harapan.

Adapun harapan tersebut yaitu meningkatkan pengelolaan pemasaran pendidikan baik melalui media online atau offline, meningkatkan fasilitas pembelajaran demi mewujudkan pembelajaran yang nyaman dan kondusif sehingga menciptakan peserta didik yang berprestasi, pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat bersaing dengan lembaga sekolah yang lain. Dan yang menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi adalah keterbatasan sarana dan prasarana penunjang pemasaran, minimnya anggaran khusus untuk pemasaran, sebagian guru terkendala dengan penguasaan teknologi, adanya tingkat persaingan yang tinggi antar sekolah.

Berdasarkan hasil pendapat di atas dapat dipahami bahwa peluang kepala sekolah dalam pemasaran Pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yaitu meningkatkan strategi dan pengelolaan pemasaran Pendidikan ke taraf yang lebih baik, meningkatkan fasilitas pembelajaran demi mewujudkan pembelajaran yang nyaman dan kondusif sehingga menciptakan peserta didik yang berprestasi, pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat bersaing dengan lembaga sekolah yang lain. Sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 13 Tahun 2007 tentang Standar Kepala Sekolah/Madrasah karakteristik kompetensi kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang kepala sekolah adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan inovasi sekolah/madrasah yang berguna bagi pengembangan
2. Bekerja keras untuk mencapai keberhasilan sekolah/madrasah sebagai organisasi pembelajar yang efektif.
3. Memiliki motivasi yang kuat untuk sukses dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai pemimpin sekolah/madrasah.
4. Pantang menyerah dan selalu mencari solusi terbaik dalam menghadapi kendala yang dihadapi sekolah/madrasah.
5. Memiliki naluri kewirausahaan dalam mengelola sekolah/madrasah sebagai sumber belajar peserta didik.

Tantangan kepala sekolah dalam pemasaran Pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yaitu kurangnya penguasaan teknologi, keterbatasan sarana dan prasarana dan juga tingkat persaingan sekolah yang tinggi. Sesuai dengan teori Alma (2007: 19) mengungkapkan problema pemasaran jasa pendidikan adalah ketidak sesuaian kebutuhan masyarakat dengan pendidikan yang diberikan.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sebagai berikut:

- a. Peran kepala sekolah sebagai perencana program pemasaran.
- b. Peran kepala sekolah sebagai pengorganisasi program pemasaran.
- c. Peran kepala sekolah sebagai pemimpin dan penanggung jawab program pemasaran.
- d. Peran kepala sekolah sebagai pengawas program pemasaran.

2. Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Strategi kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi sebagai berikut:

- a. Melibatkan seluruh guru staf dan warga sekolah untuk ikut membantu mempromosikan pemasaran sekolah.
- b. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat.
- c. Melakukan inovasi dalam hal bentuk pemasaran sekolah.
- d. Promosi. Adapun bentuk Bentuk promosi pemasaran yang dilakukan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi terbagi menjadi dua macam yaitu secara langsung dan tidak langsung.

3. Peluang Dan Tantangan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

Peluang kepala sekolah dalam pemasaran Pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi yaitu meningkatkan strategi dan pengelolaan pemasaran pendidikan ke taraf yang lebih baik, meningkatkan fasilitas pembelajaran demi mewujudkan pembelajaran yang nyaman dan kondusif sehingga menciptakan peserta didik yang berprestasi, pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi dapat bersaing dengan lembaga sekolah yang lain. Dan tantangan yang dihadapi adalah kurangnya penguasaan teknologi, keterbatasan sarana dan prasarana dan juga tingkat persaingan sekolah yang tinggi.

## **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan maka hasil penelitian ini dapat memberikan sebuah kontribusi implikasi sebagai berikut:

### **1. Implikasi Teori**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Tahun 2021 mendukung teori dari Alma (2003: 80) Manajemen pemasaran adalah merencanakan, pengarahan, pengawasan seluruh kegiatan pemasaran ataupun bagian di pemasaran.

### **2. Implikasi Kebijakan**

Bagi kepala sekolah, guru dan staf tata usaha sekolah SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi, penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk mengembangkan pemasaran pendidikan sehingga SMP

NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi mempunyai sistem pemasaran pendidikan yang baik, karena pada dasarnya pemasaran pendidikan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian dilapangan, penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebuah aspek untuk peneliti selanjutnya agar lebih menyempurnakan penelitiannya. Adapun keterbatasan penelitian dalam penelitian ini yakni keterbatasan waktu yang singkat dan kurangnya data terkait pemasaran pendidikan di SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi.

### **D. Saran**

- a. Bagi kepala sekolah mengadakan pelatihan dan bimbingan kepada dewan guru dan staf agar dapat menemukan ide-ide terbaru dalam hal pemasaran pendidikan agar bisa memuaskan pelanggan internal juga eksternal dan menaruh perhatian dalam meningkatkan hubungan kerja sama yang baik antara pihak sekolah dan juga stackholder.
- b. Bagi waka humas agar lebih tanggung jawab ketika mengemban amanah yang sudah dipercayakan dalam hal pemasaran pendidikan dan meningkatkan hubungan kerja sama yang baik antar individu yang terlibat dalam proses pemasaran pendidikan.
- c. Diharapkan kepada seluruh pengelola sekolah untuk mengambil peluang dan siap menghadapi tantangan dimasa depan untuk meningkatkan peemasaran pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Saebani, Beni Ahmad. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Dadang, Ahmad. 2000. *Metode Penelitian Agama (Perspektif Ilmu Perbandingan Agama)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Danim, Sudarwan & Khairil. 2012. *Profesi Kependidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hidayat, Rahmat Dan Wijaya, Candra. 2017. *Ayat-Ayat Al Quran Tentang Manajemen Pendidikan Islam* Medan: LPPPI.
- Hanifah, Ummu. 2016. *Jurnal Pemasaran Jasa Pendidikan*
- Imron, Ali . 2012. *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Khasanah, Afidhatun. 2015. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden*. Semarang: Jurnal El-Tarbawi.
- Kotler, Philips. 2002 . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: STMG Desa Putra.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Hukum*. Bandung, PT. Rosdakarya Remaja.
- Muhaimin. 2012. *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana Preneda Media Group

- Mulyasa, E. 2006. *Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. 2007. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 *Tentang Penugasan Guru Sebagai Kepala Sekolah*.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 13 tahun 2007, *Tentang Standar Kepala Sekolah/Madrasah*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Purwanto, Ngilim. 2010. *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rahman, dkk. 2006. *Peran Strategis Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. Sumedang: Alqaprint Jatinangor.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Creating Effective Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Rumidi, Sukandar. 2006. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Soegeng, Ydh A.Y dan Abdullah, Ghufron. 2018. *Kepala Sekolah Teacher, Leader Dan Manager*. Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama.
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soerjono, Soekanto. 2009. *Peranan Sosiologi Suatu Pengantar Edisi Baru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI. 2002. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Wahjosumidjo. 2002. *Kepemimpinan Kepala Sekolah Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*. Jakarta: Rajawali Pers.

## **Lampiran**



**INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM**  
**IAIDA**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**  
**TERAKREDITASI**  
**BLOKAGUNG - BANYUWANGI**

Alamat : Pk. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085238405333, Website: www.iaida.ac.id, E-mail: iaidablokagung@gmail.com

Nomor : 31.5/2755/FTK.IAIDA/C.3/III/2022  
 Lamp. : -  
 Hal : PENGANTAR PENELITIAN

Kepada Yang Terhormat:  
**SMP NU Al Islami**  
**Pesanggaran, 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 : **MIFTAHUL HUDA**  
 TTL : **Kudus, 24 April 1999**  
 NIM : **18111110076**  
 Fakultas : **Tarbiyah dan Keguruan (FTK)**  
 Program Studi : **Manajemen Pendidikan Islam (MPI)**  
 Alamat : **Gang 6 RT 07 RW 02 Desa Sambung Kec. Undaan Kab. Kudus**  
           **Prov. Jawa Tengah**  
 HP : **082247354311**  
 Dosen Pembimbing : **Komarudin A, M.Pd.**

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

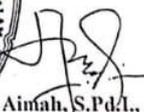
Adapun judul penelitiannya adalah:

**"Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Tahun 2021-2022"**

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

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.*

Blokagung, 03 April 2022



**DEKAN**  
**Dr. Siti Aimah, S.Pd.I., M.Si.**  
 NIPY. 3150801058001



## Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 25%

Date: Rabu, Juli 20, 2022

Statistics: 4276 words Plagiarized / 16253 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

SKRIPSI PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021/2022 Oleh: MIFTAHUL HUDA NIM: 18111110076 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA) BLOKAGUNG BANYUWANGI 2022 SKRIPSI PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021/2022 Oleh: MIFTAHUL HUDA NIM: 18111110076 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA) BLOKAGUNG BANYUWANGI 2022 HALAMAN PRASYARAT GELAR SKRIPSI PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021/2022 Diajukan Kepada Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Oleh: MIFTAHUL HUDA NIM: 18111110076 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA) BLOKAGUNG BANYUWANGI 2022 HALAMAN PERSETUJUAN Skripsi dengan judul: PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021/2022 Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi Pada tanggal: 5 Juni 2022 Mengetahui, Ketua Prodi NURKAFIDZ NIZAM FAHMI, S.Pd., M.H NIPY.

3151905109301\_Pembimbing KOMARUDIN A. S.Pd., M.Pd NIPY. 3151726078801 \_PENGESAHAN Skripsi saudara Miftahul Huda telah di munaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan

## DRAF WAWANCARA

Siapakah yang memimpin perencanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi ?

Bagaimana bapak merencanakan program pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi ?

Apa Saja Hal-Hal yang dibahas dalam perencanaan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi ?

Bagaimana bentuk pelaksanaan kegiatan pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi ?

Siapakah yang bertugas mengawasi dan mengevaluasi jalannya pemasaran pendidikan ?

Siapakah yang bertugas dalam pembagian tugas kerja / bagian-bagian kerja bagi para guru ?

Adakah strategi khusus dalam promosi ( sosialisasi)? Bagaimana bentuknya?

Apakah Bapak kepala sekolah pernah melakukan komunikasi dengan lembaga eksternal maupun perorangan dalam pemasaran Pendidikan?

Bagaimana harapan bapak terhadap pemasaran Pendidikan ini?

Apa Saja kendala kepala sekolah dalam pelaksanaan pengembangan proses pemasaran jasa Pendidikan di sekolah ini?

Siapa yang bertugas dalam pemasaran pendidikan SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi ?





YAYASAN AL-ISLAMI BANYUWANGI  
**SMP NU AL-ISLAMI**  
 NSS : 202052501249    NPSN : 69899306  
 JL. SANTRI - SUMBERMULYO - PESANGGARAN - BANYUWANGI

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, kepala sekolah SMP NU AL-ISLAMI Pesanggaran kabupaten banyuwangi menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas dibawah ini

Nama : MIFTAHUL HUDA  
 TTL : KUDUS 24 APRIL 1999  
 NIM : 18111110076  
 Fakultas : Tarbiyah dan keguruan (FTK)  
 Progam studi : Management Pendidikan islam

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas benar-benar melakukan penelitian di SMP NU AL-ISLAMI pesanggaran banyuwangi untuk menyelesaikan program skripsi dengan judul peran kepala sekolah dalam pemasaran Pendidikan .

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pesanggaran, 25 April 2022

Kepala Sekolah  
  
 Zamuddin S.Pd.



## DOKUMENTASI



Wawancara dengan Kepala Sekolah  
SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Pesanggaran



Wawancara dengan waka humas  
SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi



Wawancara dengan guru  
SMP NU Al Islami Pesanggaran Banyuwangi

**BIODATA PENULIS**

Nama : Miftahul Huda  
Nim : 18111110076  
TTL : Kudus, 24 April 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Sambung Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus  
Riwayat Pendidikan : SDN 3 Sambung Undaan Kudus  
SMPN 1 Undaan Kudus  
MA Nahdlatul Muslimin Undaan Kudus  
IAIDA Blokagung Banyuwangi