

SKRIPSI

MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI

ROIS MAHMUDI (2011111030)

PEMBIMBING : LUTFI WAKHID, M.PD. (NIPY. 3151522109101)



SKRIPSI
MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI SMA
DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI



Oleh:
ROIS MAHMUDI
NIM: 2011111030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS KH MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2024

HALAMAN PRASYARAT GELAR
SKRIPSI
MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI SMA DARUSSALAM
BLOKAGUNG BANYUWANGI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas KH. Mukhtar
Syafaat Blokagung Banyuwangi untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana dalam Menyelesaikan Program
Sarjana Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:
ROIS MAHMUDI
NIM: 2011111030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS KH MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi Dengan Judul:

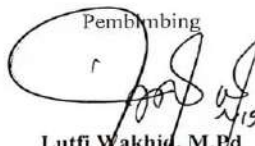
**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI SMA
DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI**

Telah disetujui untuk sidang skripsi

pada tanggal: 30 Juli 2024

Megetahui,


Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H
NIP. 1515109301

Pembimbing

Lutfi Wakhid, M.Pd
NIPY. 151522109101

PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi saudara Rois Mahmudi telah di munaqosah kepada dewan penguji skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal:
30 Juni 2024
dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Tim penguji:

Ketua



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

Penguji I



Moh Nur Fauzi, S.H.I., M.H
NIPY.3151719077801

Penguji II



Lia Kholida Putri Maharani, S.S.T., M.Pd.I
NIPY.3151919109101



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

“Janganlah Engkau Bersedih, Sesungguhnya Allah Bersama Kita”
(QS. At Taubah : 40)

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. *Segenap dewan pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.*
2. *Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dengan tulus, sehingga mampu menjadi motivator terbesar dalam setiap langkah menggapai cita-cita hingga tidak ada kata yang mampu diungkapkan untuk membalas kasih sayang keduanya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebaikan bagi kedua orang tua.*
3. *Para dosen yang telah memberikan ilmu dan tenaganya untuk membimbing serta mengajar. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebaikan dan keberkahan bagi para dosen UIMSYA.*
4. *Terima kasih kepada seluruh saudara saya yang sudah mensupport dan memberikan motivasi sampai saya bisa dititik ini, semoga Allah SWT memberikan kebaikan kepada semuanya.*
5. *Terima kasih kepada teman-teman yang selalu memberikan semangat dan wejangan, karena tanpa kehadiran mereka mungkin tidak sampai dititik ini.*

**PERNYATAAN
KEASLIAN TULISAN**

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rois Mahmudi
NIM : 2011111030
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Institusi : Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas
KH Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi

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

Banyuwangi, 24 Agustus 2024




Rois Mahmudi
NIM: 2011111030

ABSTRAK

Mahmudi, Rois. 2024. *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik DI SMA Darussalam Blokagung*. Skripsi. Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas KH Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi. Pembimbing, Lutfi wakhid, M.Pd.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran Pendidikan, Minat Peserta Didik

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam. (2) mengetahui pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam. (3) mengetahui evaluasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan analisis data, dapat disimpulkan bahwa: (1) perencanaan yang dibuat yaitu menyusun strategi pemasaran seperti menentukan target, waktu, tempat promosi dan alat promosi. Pembentukan panitia PPDB. Penetapan biaya pendaftaran dan SPP perbulan selama 1 tahun. (2) Pelaksanaan yang dilakukan yaitu panitia PPDB yang bertugas mempromosikan sekolah dan melayani pendaftaran. Target utama promosi adalah siswa SLTP Darussalam, sekolah sekitar daerah Banyuwangi dan luar Banyuwangi dengan terget kuota 300 siswa baru. Waktu pelaksanaan promosi pada bulan April 2024 sampai bulan Juli 2024. Alat promosi yang digunakan sekolah adalah media cetak seperti brosur dan banner, serta media social seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, YouTube Dan Fecebook. Selain itu promosi juga dibantu oleh pengasuh, alumni dan wali murid (3) Evaluasi yang dilakukan adalah melakukan rapat kordinasi bersama pihak sekolah dan tim PPDB untuk mengkaji ulang strategi yang sudah ditetapkan. Mengukur tingkat keberhasilan dari kinerja yang sudah dilakukan oleh pihak sekolah dan panitia PPDB.

ABSTRACT

Mahmudi, Rois, 2024. *Educational Marketing Management in Increasing Student Interest at SMA Darussalam Blokagung*. Thesis. Islamic Education Management Department, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, KH Mukhtar Syafaat University, Blokagung Banyuwangi. Supervisor, Lutfi Wakhid, M.Pd.

Keywords: Educational Marketing Management, Student Interests

This research aims to (1) determine educational marketing management planning in increasing the interest of new students at SMA Darussalam. (2) knowing the implementation of educational marketing management in increasing the interest of new students at SMA Darussalam. (3) knowing the evaluation of educational marketing management in increasing the interest of new students at SMA Darussalam.

In this research, researchers used qualitative descriptive methods. The techniques used to collect data are: interviews, observation, and documentation. Meanwhile, data analysis techniques use data reduction, data presentation and drawing conclusions.

Based on data analysis, it can be concluded that: (1) the planning made is to develop a marketing strategy such as determining targets, time, promotion places and promotional tools. Formation of the PPDB committee. Determination of registration fees and monthly tuition fees for 1 year. (2) The implementation carried out is the PPDB committee which is tasked with promoting the school and serving registrations. The main target of the promotion is students of Darussalam Middle School, schools around the Banyuwangi area and outside Banyuwangi with a target quota of 300 new students. The promotion implementation time is from April 2024 to July 2024. The promotional tools used by the school are print media such as brochures and banners, as well as social media such as WhatsApp, Instagram, TikTok, YouTube and Facebook. In addition, the promotion is also assisted by caregivers, alumni and guardians (3) The evaluation carried out is to hold a coordination meeting with the school and the PPDB team to review the strategy that has been set. Measuring the level of success of the performance that has been carried out by the school and the PPDB committee.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin segala puji bagi Allah SWT, proposal skripsi ini dapat diselesaikan semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. yang menjadi suri tauladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, proposal Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung KH. Ahmad Hisyam Syafaat, S.sos.I., M.H.
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafaat, Lc., M.E.I selaku rektor Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
3. Dr. Siti Aimah, S.Pd., M.Si selaku Dekan Fakultas Tarbiah dan Keguruan Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
4. Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H. selaku ketua prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
5. Lutfi Wakhid, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan proposal skripsi ini
6. Seluruh dosen Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
7. Semua pihak baik secara langsung atau tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan Proposal Skripsi ini.

Tiada balas jasa yang diberikan oleh penulis kecuali hanya doa kepada Allah SWT yang maha pemurah lagi maha penyayang. Semoga kebaikan beliau mendapatkan balasan dariNya.

Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan Proposal Skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena, dengan kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik dan atas segala kekhilafan dalam penulisan Proposal Skripsi ini mohon maaf sebagai insan yang lemah.

Ahirnya kepada *Allah Azza Wajalla*, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga Proposal Skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Ya Robbal’ Alami*.

Blokagung, 15 Juni 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Masalah penelitian.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi Istilah	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori.....	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan	8
2. Tujuan Pemasaran Pendidikan.....	9
3. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran Pendidikan.....	10
4. Konsep Pemasaran Pendidikan.....	11
5. Karakteristik Jasa Pendidikan.....	15
6. Proses Manajemen Pemasaran Pendidikan.....	16
7. Minat Peserta Didik	19
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Alur Pikir Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	25

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Kehadiran Peneliti	26
D. Informan Penelitian	26
E. Sumber Data	26
F. Teknik pengumpulan data	27
G. Keabsahan Data.....	28
H. Analisi Data.....	28
I. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	29
J. Sistematika Penelitian	29
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	31
A. Gambaran Umum Penelitian	31
B. Verifikasi Data Lapangan	39
BAB V PEMBAHASAN	57
1. Bagaimana Perencanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru?	57
2. Bagaimana Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru?	60
3. Bagaimana Evaluasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di SMA Darussalam?	62
BAB VI PENUTUP	64
A. Kesimpulan.....	64
B. Implikasi Penelitian.....	64
C. Keterbatasan Peneliti.....	65
D. Saran.....	65
Daftar Pustaka	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 1. 2 Daftar Struktur SMA Darussalam Th. 2023-2024.....	32
Tabel 1. 3 Daftar Guru SMA Blokagung.....	33
Tabel 1. 4 Daftar Jumlah Keseluruhan Siswa SMA Darussalam Th. 2023- 2024	35
Tabel 1. 5 Daftar Sarana dan Prasarana.....	37
Tabel 1. 6 Daftar Prestasi Th. 2020-Sekarang.....	37
Tabel 1. 7 Daftar Kenaikan Siswa Pertahun.....	53
Tabel 1. 8 Daftar Biaya Pendaftaran dan SPP Th. 2024.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Pikir Peneliti.....	24
Gambar 4. 1 Wawancara bersama kepala sekolah.....	41
Gambar 4. 2 Wawancara bersama WKS humas.....	44
Gambar 4. 3 Pemasangan Banner di pinggir jalan	49
Gambar 4. 4 Pendaftaran offline di kantor sekolah	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam pendidikan di era globalisasi sangatlah ketat dimana masing-masing lembaga pendidikan diharapkan dapat menjawab permasalahan masyarakat dan berusaha untuk menghasilkan suatu produk atau program yang mempunyai manfaat dan unik dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya. Persaingan lembaga pendidikan terjadi karena banyaknya lembaga pendidikan yang didirikan ditengah-tengah masyarakat dengan menawarkan berbagai program keunggulan dari lembaga tersebut. Akibatnya, hal ini berdampak pada tuntutan pengelola lembaga pendidikan untuk lebih berhati-hati dalam manajemen dan memilih strategi pemasaran yang tepat agar bisa unggul dari pesaingnya.

Sebagaimana pendapat Kotler dalam Junaris dan Haryanti (2022:5) yang menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi seluruh program untuk mencapai tujuan organisasi dan tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan konsumen sasaran. Dari pengertian tersebut kita dapat memahami bahwa keberadaan manajemen pemasaran pendidikan berperan penting dalam meningkatkan minat calon peserta didik. Menurut Munir dalam Junaris dan Haryanti (2022:6) manajemen pemasaran pendidikan adalah proses sosial dan manajerial di mana orang dan kelompok menciptakan, bertukar, dan menggunakan layanan (kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan dan sistem pengajaran yang ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan penggunaanya untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Dalam QS. Al baqarah ayat 275 allah menjelaskan terkait dengan pemasaran yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ
بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ

Artinya: "Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan

syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya,” (QS Al-Baqarah: 275).

Ayat di atas menjelaskan bahwa jual beli diperbolehkan, sedangkan riba tidak. Umat islam diperbolehkan melaksanakan jual beli oleh Allah SWT, bahkan nabi Muhammad SAW pun mencari rezeki dengan berdagang. Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan adalah hal yang halal dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Manfaat manajemen pemasaran pendidikan menurut Junaris dan Haryanti (2022:3) yaitu bertujuan agar lembaga pendidikan memiliki arah dan tujuan kegiatan pemasaran yang jelas. Selain itu, pemasaran bertujuan untuk membedakan produk perusahaan atau lembaga dari produk pesaing dari segi nilai. Perusahaan atau lembaga lebih diuntungkan dengan nilai selisih yang tinggi, oleh karena itu, menciptakan suatu perbedaan produk membutuhkan pemikiran, ketelitian dan kreativitas yang tinggi. Kemudian Kotler dan Keller (2016:30) mengemukakan inti dari pemasaran adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuan pemasaran adalah memberikan nilai kepada pelanggan guna menghasilkan keuntungan (profit). Jadi manajemen pemasaran pendidikan adalah usaha suatu lembaga pendidikan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan atau calon peserta didik baru. Produk-produk tersebut akan mudah terjual jika pemasar mempunyai pemahaman yang baik mengenai kebutuhan konsumennya, menciptakan produk dengan nilai unggul, menetapkan harga, mendistribusikannya, dan mempromosikannya secara efektif.

Selanjutnya terdapat dua macam pemasaran pendidikan yaitu konsep bauran pemasaran dan konsep bauran promosi. Konsep bauran pemasaran pertama kali dikemukakan oleh Mccarthy dalam Wijaya (2016:68) yang mengusulkan empat komponen utama bauran pemasaran yang dikenal dengan sebutan 4P yakni produk (*Product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*). Konsep bauran pemasaran terlalu sempit bagi industri jasa untuk dijadikan sebagai

kerangka perencanaan dan pemikiran strategi pemasaran. Dengan cara ini, James dan Philips dalam Wijaya (2016:68) mengusulkan tiga komponen lagi pada pemasaran jasa: *people* (orang), *process* (proses) dan *Physical Evidence* (bukti nyata). Menurut Swastha dan Irawan dalam Rihma (2023:5) bahwa bauran promosi adalah kombinasi variabel periklanan, penjualan personal, dan alat promosi lainnya yang paling efektif dan strategis untuk mencapai tujuan program penjualan. Jenis bauran promosi meliputi penjualan pribadi, periklanan, promosi penjualan dan publisng.

Pendidikan merupakan faktor terpenting dalam mencerdaskan kehidupan manusia, dengan adanya pendidikan akan membentuk karakter seseorang menjadi pribadi yang baik, berakhlak serta bertanggung jawab (Khaidir & Suud, 2020). Pendidikan merupakan kebutuhan asasi manusia dan selalu menjadi pengawal sejatinya. V.R. Taneja, mengutip pernyataan Proopert Lodge dalam Munir (2018:7) bahwa "*life is education and education is life.*" Itu berarti bahwa manusia dan pendidikan merupakan komponen yang tidak tepisahkan dan selalu berdampingan, dan demikian sebaliknya.

Menurut Munir (2018:9) salah satu kebutuhan manusia yang paling penting adalah pendidikan. Dengan cara ini, pendidikan adalah ukuran kemajuan dan peradaban. Tingkat pendidikan suatu bangsa merupakan indikator kemajuan negara tersebut. Fakta bahwa negara mengatur dan menjunjung tinggi pendidikan sebagai salah satu permasalahan paling mendesak yang harus ditangani seefisien mungkin bukanlah suatu hal yang mengherankan. Menurut Muhaimin dalam Munir (2018:16) menyatakan bahwa pendidikan adalah perkara penting yang tidak pernah berhenti dibahas, karena fitrah manusia selalu menginginkan pendidikan yang lebih baik.

Menurut perundang-undangan sistem pendidikan nasional nomor 20 tahun 2003, pengertian pendidikan adalah:

"Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara".

Tujuan akhir pendidikan yaitu menyempurnakan manusia dan memotivasi serta mendorongnya untuk selalu mengembangkan potensi yang dimilikinya secara maksimal melalui pendidikan berkelanjutan yang disebut juga dengan pendidikan sepanjang hayat (*Life Long Education*). (Munir, 2018:20). Sedangkan Dalam "Undang-Undang

Nomor 20 Tahun 2003” tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 3 Tujuan Pendidikan Nasional yaitu :

“Mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri serta menjadi warga negara yang demokratis juga bertanggung jawab”.

Dalam mengejar pendidikan, seseorang dapat melalui organisasi pendidikan, khususnya sekolah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sekolah adalah suatu bangunan atau lembaga yang digunakan untuk belajar dan tempat untuk memperoleh serta memberikan pelajaran sesuai dengan jenjang pendidikannya. Sedangkan menurut Peraturan Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional yaitu:

“sekolah adalah satuan pendidikan yang berjenjang dan berkesinambungan untuk menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran.”

Definisi di atas membawa kita pada pengertian bahwa sekolah merupakan suatu satuan pendidikan dan tempat yang mencakup proses kegiatan antara guru dan siswa dalam memberikan pelajaran dengan menggunakan aturan sistem pendidikan nasional.

Dalam QS. Al Mujadalah ayat 11 dijelaskan terkait pentingnya pendidikan dalam kehidupan manusia.

وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحَ اللَّهُ لَكُمْ فَاَنْشُرُوا اللَّهَ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu," maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan". (QS. Al Mujadalah: 11)

Ayat diatas menerangkan terkait adab ketika hadir dan berada di majelis ilmu, hendaknya kita harus berlapang dada berbagi tempat duduk kepada orang lain dan mematuhi segala peraturan yang ada di majelis ilmu. Namun ayat ini juga menjelaskan pentingnya mencari

ilmu karena orang yang berilmu dan beriman oleh Allah akan ditinggikan derajatnya.

Minat menurut Kotler dalam Khofifah (2024:02) adalah sesuatu yang terjadi seseorang menerima rangsangan oleh produk yang dilihat, dari tertarik untuk mencoba produk tersebut lalu mungkin ingin membeli agar dapat memilikinya. Sedangkan Menurut Kinnear dan Taylor dalam Desi (2020:06) menyatakan bahwa Minat beli merupakan fase kecenderungan responden untuk bertindak sebelum pilihan beli benar-benar dieksekusi. Rasa senang, partisipasi, pengalaman, dan rutinitas semuanya berkontribusi terhadap minat. Kecenderungan seseorang terhadap sesuatu disebut “ketertarikan”, dan biasanya menimbulkan perasaan senang. Jadi dapat diartikan bahwa minat peserta didik adalah rasa yang menimbulkan ketertarikan dan keinginan dari diri seorang peserta didik untuk menempuh kegiatan belajar terhadap sesuatu lembaga pendidikan atau sekolah atas dasar rasa senang dan tanpa ada paksaan.

SMA Darussalam merupakan instansi lembaga pendidikan di bawah naungan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung yang di situ tidak hanya SMA Darussalam akan tetapi juga terdapat instansi lembaga pendidikan lain yang sederajat dengan SMA Darussalam yaitu MA Al Amiriyyah dan SMK Darussalam serta sekolah lain yang setingkat SMA Darussalam. Selain itu, sangat penting penerapan pemasaran lembaga pendidikan agar terbentuknya citra yang baik di masyarakat. Sehingga dalam hal ini, timbul ketertarikan peneliti untuk meneliti manajemen pemasaran pendidikan yang digunakan oleh stakeholder SMA Darussalam untuk dapat bersaing dengan instansi lembaga pendidikan lain.

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di SMA Darussalam bahwa pemasaran lembaga pendidikan yang diterapkan oleh sekolah ini adalah melalui tiga tahapan yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan dilakukan sebagai upaya dalam penyusunan strategi dan pembentukan tim PPDB. Pelaksanaan merupakan proses dari mewujudkan strategi yang sudah disusun. Sedangkan evaluasi merupakan usaha untuk mengetahui tingkat keberhasilan yang dicapai. Promosi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan media massa seperti pembuatan dan penyebaran brosur sekolah, melakukan kunjungan ke sekolah, kontak langsung dengan masyarakat sekitar, penyelenggaraan bakti sosial, lomba antar sekolah, menawarkan keunggulan program yang tidak dimiliki sekolah lain, melakukan promosi melalui guru dan alumni serta menggunakan media sosial seperti via WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram, Facebook (Shaturaev, 2021).

Dari landasan yang telah dipaparkan, peneliti mengarahkan penelitian dengan judul **“Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi”**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam?
2. Bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam?
3. Bagaimana evaluasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam?

C. Masalah penelitian

1. SMA Darussalam menerapkan pemasaran jasa pendidikan sebagai upaya dalam meningkatkan minat peserta didik.
2. Upaya pengelola sekolah dalam memasarkan jasa pendidikan yaitu dengan melalui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.
3. Kepuasan peserta didik dalam menerima pembelajaran sangat diutamakan terbukti dengan adanya kegiatan dan fasilitas yang bisa menunjang kualitas siswa.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perencanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam.
3. Untuk mengetahui evaluasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Temuan penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada ilmu pengetahuan terkait teori manajemen baauran pemasaran kemampuan lembaga pendidikan dalam menarik khalayak yang lebih besar.
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai sumbangann pemikiran bagi pengelola lembaga pendidikan dalam merencanakan dan menerapkan pemasaran lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik.

- b. Temuan penelitian ini diharapkan bisa menjadi wawasan pengetahuan tambahan terkait dengan manajemen pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik dan juga sebagai referensi untuk akademik, dan sebagai acuan aktivitas lembaga pendidikan sekolah.
- c. Di masa depan temuan penelitian ini bisa dijadikan dasar penelitian mengenai manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat peserta didik.

F. Definisi Istilah

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016:5) “Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul untuk menjangkau, mempertahankan, dan menumbuhkan konsumen.”

2. Pengertian Pendidikan

Menurut Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003, Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

3. Minat Peserta Didik

Menurut Schiffman & Kanuk dalam Adi (2023:03) menyatakan bahwa minat adalah suatu sikap senang terhadap sesuatu yang membuat orang berusaha mendapatkannya dengan cara membayar atau dengan pengorbanan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Menurut Kotler dan Keller (2016:5) “Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan menciptakan, menyampaikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul untuk menjangkau, mempertahankan, dan menumbuhkan konsumen”. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam Napitulu (2021:3), maksud dari manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi seluruh program guna mendapatkan tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran guna mencapai tujuan organisasi.

Kemudian William J. Stanton dalam Napitulu (2021:02), mendefinisikan manajemen pemasaran memerlukan koordinasi dan pengelolaan kegiatan pemasaran yang sebaik-baiknya pada saat dilaksanakan. Selain itu, tugas seorang pemimpin promosi sangat penting dalam mengatur sebuah organisasi. Sedangkan menurut Munir dalam Junaris dan Haryanti (2022:04), manajemen pemasaran pendidikan adalah proses manajerial dan sosial dalam menciptakan, bertukar, dan pemanfaatan jasa (sistem pengajaran dan kuantitas serta kualitas lembaga pendidikan yang ditawarkan dalam penjualan atau kegiatan promosi) dengan pengguna jasa pendidikan.

Definisi lain menurut Ben M. Enis dalam Napitulu (2021:03), pengertian manajemen pemasaran adalah suatu metode untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas upaya pemasaran individu atau perusahaan. Sedangkan menurut Junaris dan Haryanti (2022:06) Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan secara efektif dan efisien seluruh kegiatan (program pemasaran) untuk mencapai tujuan organisasi dan tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pelanggan sasaran. Aktivitas pemasaran suatu perusahaan perlu dikelola seefisien mungkin, dan manajer pemasaran perlu memainkan peran penting dalam perencanaannya.

Menurut Drucker dalam Yunus (2016:10) manajemen pemasaran adalah merencanakan, mengarahkan, dan mengawasi

seluruh kegiatan pemasaran perusahaan atau bagian-bagian perusahaan. Sebaliknya, manajemen pemasaran sebagaimana didefinisikan oleh Subhan (2023:01) adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisaasian, implementasi dan pengawasan aktivitas-aktivitas yang terkait dengan pemasaran produk atau layanan suatu organisasi.

Dalam QS. An Nisa' ayat 29 menjelaskan tentang pemasaran yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An Nisa’: 29)*

Ayat diatas, mengindikasikan bahwa tidak diperbolehkan memakan harta sesamanya dengan cara yang haram, kecuali dengan adanya perdagangan yang dilandasi dengan rasa sama suka.

Jadi, dari berbagai pengertian yang berdasarkan diatas, maka akan disimpulkan bahwasanya definisi dari manajemen pemasaran adalah sebuah proses merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan serta mengawasi segala kegiatan mengenal, menawarkan, dan memasarkan suatu barang atau jasa kepada masyarakat umum untuk mendapatkan reaksi dan membeli barang yang dijual oleh perusahaan tersebut.

2. Tujuan Pemasaran Pendidikan

Tujuan pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:08) pendidikan adalah untuk mendukung lembaga pendidikan dalam menjaga reputasinya di kalangan lembaga pendidikan serta meningkatkan jumlah pelanggan dan loyalitasnya. Sementara itu, menurut Junaris & Haryanti (2022:55) menyatakan bahwa tujuan pemasaran adalah meningkatkan penjualan dan memahami apa yang dibutuhkan konsumen agar konsumen merasa puas dan laku dengan sendirinya. Sedangkan menurut Subhan (2023:01) tujuan utama manajemen pemasaran adalah memahami, memenuhi, dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen, dengan harapan mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Tujuan utama manajemen pemasaran jasa pendidikan menurut Wijaya dalam Junaris dan Haryanti (2022:03) adalah sebagai berikut:

- 1) Target utama sekolah terpenuhi dengan tingkat kemajuan yang luar biasa.
- 2) Kepuasan pelanggan terhadap layanan pendidikan.
- 3) Ketertarikan akan sumber daya pendidikan meningkat.
- 4) Peningkatan efektivitas dan efisiensi dalam promosi layanan pendidikan.

3. Unsur-Unsur Strategi Pemasaran Pendidikan

Menurut Philip Kotler dalam Wijaya (2016:08) Unsur-unsur strategi manajemen pemasaran pendidikan dapat di bagi menjadi tiga komponen yakni segmentasi, targeting, positioning.

a. Segmentasi Pasar

Menurut Hanson dalam Wijaya (2016:47) segmentasi pasar merupakan suatu proses mengidentifikasi dan menganalisis pasar kedalam segmen-segmen pelanggan potensial menurut kesamaan karakteristik dan perilaku pembeli. Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani dalam Wijaya (2016:47), Segmentasi pasar merupakan membagi-bagi pasar yang bermacam-macam menjadi kumpulan pembeli yang disatukan oleh perilaku, kebutuhan atau karakteristik yang mungkin memerlukan berbagai barang. Dapat diasumsikan bahwa segmentasi pemasaran pendidikan adalah pembagian konsumen ke dalam kelompok yang dipisahkan berdasarkan kebutuhan siswa di sekolah.

b. Targeting

Menurut Junaris dan Haryanti (2022:10) targeting adalah tindakan memilih dan menilai setidaknya satu segmen pasar untuk dimasuki. Tujuan dari targeting ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempermudah menjangkau segmen yang diinginkan. Sebelum menentukan target pasar, penting juga untuk melakukan investigasi pasar yang objektif. Investigasi pasar sasaran adalah suatu tindakan untuk menilai daya tarik setiap bagian dan memilih bagian-bagian yang obyektif berdasarkan besarnya ukuran pasar (kuantitas pembeli nyata dari kuantitas pembeli potensial). Prosedur untuk memilih pasar yang objektif dapat dilakukan dengan mengkarakterisasi pasar yang dituju, mengarahkan eksplorasi pasar untuk melihat

seberapa cocok pembeli terhadap penawaran produk, dan menentukan keputusan pasar yang objektif.

Jadi hal yang dimaksud dengan targetting adalah tindakan menilai dan memilih pasar untuk dijadikan saran dalam menawarkan barang organisasi. Pilihan untuk menentukan pasar mana yang akan dilayani adalah bagian strategi pemasaran yang paling pasti. Jika dikaitkan dengan pendidikan maka tergeting adalah proses menentukan siapa calon peserta didik yang akan menjadi sasaran dari pemasaraan.

c. Positioning

Menurut Junaris dan Haryanti (2022:13) positioning adalah suatu upaya untuk membuat suatu barang menjadi unik dan mempunyai keunggulan dibandingkan dengan pesaing atau untuk menjelaskan kelebihan barang tersebut agar pembeli tertarik. Strategi positioning digunakan untuk membuat pemisahan yang luar biasa dalam kepribadian konsumen, sehingga terbentuknya gambaran merek atau barang yang lebih baik daripada barang pesaing.

Dari definisi diatas bisa disimpulkan, positioning merupakan strategi pemasaran yang penting untuk membedakan suatu produk dari para pesaingnya di pasar. Dalam hal ini, jika dikaitkan dengan pendidikan maka sebuah sekolah harus memiliki program yang menjadi ciri khas dari sekolah tersebut sehingga ini dapat menjadi pembeda dari sekolah lainnya.

4. Konsep Pemasaran Pendidikan

a. Bauran Pemasaran Pendidikan

Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam Napituluh (2021:194), mendefinisikan bauran pemasaran merupakan kumpulan variabel pemasaran yang dipakai bisnis untuk menggapai tujuan penjualannya. Sedangkan Lupioadi dan Hamdani dalam Junaris dan Haryanti (2022:44) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah suatu komponen strategi bagi pemasar yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan agar strategi pemasaran yang dipilih dapat mencapai kesuksesan jangka panjang.

Napitulu (2021:197) bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah pengelolaan komponen-komponen bauran pemasaran dengan tujuan menghasilkan dan menjual barang dan jasa yang memuaskan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembeliannya. Sedangkan menurut Junaris dan Haryanti

(2022:45) bauran promosi merupakan alat kontrol bagi lembaga pendidikan untuk mendapatkan apresiasi objektif yang ideal.

Jadi, dari pengertian yang berdasarkan diatas, maka akan disimpulkan bahwasanya definisi bauran pemasaran pendidikan merupakan komponen penting yang dilakukan secara terkoordinasi atau bersamaan agar menghasilkan suatu strategi yang bisa dimanfaatkan dalam memenangkan persaingan.

Menurut Mccarthy dalam Wijaya (2016:68) yaitu ada empat komponen inti bauran pemasaran yang diketahui dengan sebutan 4P yakni produk (*Product*), harga (*Price*), lokasi (*Place*), promosi (*Promotion*). Bagi sektor jasa, 4P terlalu dibatasi untuk memberikan suatu sistem dalam perencanaan dan peningkatan pemasaran jasa. Dengan demikian, James dan Philips dalam Wijaya (2016:68) mengusulkan 3P komponen tambahan jasa yakni orang (*People*), proses (*Process*) dan bukti fisik (*Physical Evidence*).

1) Produk (*Product*)

Menurut Kotler yang dikutip Ratih dalam Junaris dan Haryanti (2022:46), produk merupakan suatu perkara yang bisa ditawarkan oleh pembuatnya agar dilihat, disebutkan, dicari, dibeli, dimanfaatkan atau dikonsumsi oleh konsumen agar kebutuhan atau keinginan pasar terpenuhi.

2) Harga (*Price*)

Sebagaimana dikemukakan oleh Yusuf dan Said (2019: 141) Biaya adalah komponen inti penentu posisi dan harus dipilih berdasarkan tujuan pasar, persaingan, serta perpaduan produk dan layanan. Harga yang dimaksud adalah berapa banyak uang yang harus dikeluarkan atau dibayarkan pembeli agar bisa mendapatkan jasa dan produk yang sesuai. Dalam hal ini, faktor terpenting adalah bagaimana seorang konsumen merasa harga yang mereka bayar sesuai dengan yang mereka dapat.

3) Lokasi (*place*)

Lokasi merupakan tempat yang di gunakan untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen. Sesuai yang dikemukakan oleh Yusuf dan Said (2019:143) lokasi

yang strategis adalah upaya suatu organisasi untuk mempermudah produk atau layanannya diperoleh atau diakses oleh pembeli. Sehingga perusahaan atau lembaga pendidikan harus memperhatikan akses untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan sesuatu yang diinginkan tepat waktu.

4) Promosi (*promotion*)

Ratih dalam Junaris dan Haryanti (2022:48) mengemukakan promosi jasa pendidikan adalah upaya mengenalkan lembaga pendidikan kepada khalayak umum menggunakan media massa. Tujuannya adalah agar masyarakat mengetahui lembaga pendidikan tersebut terkait program dan visi misi dari lembaga pendidikan. Upaya memengaruhi dan membujuk pelanggan agar ingin membeli atau memakai produk atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan merupakan inti dari promosi pemasaran.

5) Orang/SDM (*people*)

Ratih dalam Junaris dan Haryanti (2022:49), mengutip Zeithalm dan Bitner yang mengatakan bahwa “Manusia berperan penting dalam membujuk dan mempengaruhi pikiran pembeli serta berperan dalam menyalurkan jasa pendidikan ke pelanggan.” Komponen *people* atau SDM dalam lingkungan jasa terdiri atas karyawan dan konsumen. Seluruh aktivitas, sikap dan cara berpenampilan karyawan akan berpengaruh kepada konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa. Jadi seseorang yang terlibat langsung dalam proses pemasaran lembaga pendidikan yaitu administrator, guru, dan pegawai merupakan komponen dari *people* atau SDM dari perusahaan.

6) Fasilitas/Sarana Fisik (*Physical Evidence*)

Sarpras merupakan faktor yang menunjang proses tersampainya jasa pendidikan kepada konsumen untuk menepati janji lembaga. Keputusan konsumen pada dasarnya dipengaruhi oleh fasilitas yang disediakan oleh pengelola lembaga pendidikan. Segala sarana dan fasilitas yang ada yang dapat menunjang kegiatan belajar mengajar seperti gedung sekolah, kantor, ruang kelas dan ruangan

lainnya merupakan Sarana fisik dalam lembaga pendidikan.

7) Proses (*process*)

Menurut fosket dalam Junaris dan Haryanti (2022:52) Proses jasa pendidikan (*process*), merupakan sistem kerja organisasi dalam hal pembagian tanggung jawab karyawan agar sesuai dengan tujuan lembaga. Dalam hal pendidikan yang menjadi proses adalah proses menyalurkan jasa dari produsen ke konsumen bisa tersampaikan dengan baik yaitu proses guru mengajar dikelas dan bisa diterima oleh siswa.

b. Bauran Promosi Pemasaran Pendidikan

Menurut Philip Kotler (2016:64) Perusahaan menggunakan promosi untuk membujuk, memberitahu, mencoba dan mengingatkan konsumen, baik dengan cara langsung atau tidak langsung, terkait produk dan merek yang dijual. Sedangkan menurut Wijaya (2016:133) promosi pendidikan adalah salah satu komponen yang harus dijalankan oleh pihak sekolah untuk menampilkan produk jasa pendidikan. Kegiatan promosi jasa pendidikan digunakan untuk menjalin komunikasi antara sekolah dengan pelanggan. Selain itu, promosi juga dapat mempengaruhi kegiatan pembelian dan pemanfaatan jasa pendidikan sesuai dengan keinginan.

Stanton menyatakan dalam Wijaya (2016:135), bauran promosi (*promotional mix*) merupakan perpaduan strategi variabel periklanan dengan alat promosi lainnya yang dilakukan dan dirancang untuk mencapai tujuan program penjualan.

Variabel bauran promosi menurut Philip Kotler dalam Napituluh (2021:202) memiliki empat kelompok yaitu pengiklanan, penjualan pribadi, publisitas dan promosi penjualan.

1) Komunikasi Pribadi (*personal communications*)

Yaitu kegiatan komunikasi langsung yang dilakukan antara pemasar jasa pendidikan dengan pelanggan seperti percakapan tatap muka, panggilan telepon dan surat elektronik (*email*).

2) Periklanan (*advertising*)

Periklanan adalah jenis komunikasi bukan pribadi yang ditujukan kepada konsumen untuk memberitahukan, mengedukasi, atau meyakinkan kelompok sasaran pasar jasa pendidikan, yaitu berupa siaran radio, materi cetak, internet, dan surat langsung.

3) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Yaitu insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian produk atau jasa. Diskon atau penawaran cash back produk jasa pendidikan merupakan salah satu contoh dari komponen promosi penjualan, yaitu berupa potongan biaya atau beasiswa yang ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan untuk menarik pembelian produk.

4) Publisitas (*publicity*)/Hubungan Masyarakat (*publik relation*)

Yaitu penyebaran informasi atau berita terkini kepada masyarakat untuk membentuk gambaran produk jasa pendidikan seperti contoh pameran kegiatan, pertunjukan aksi atau special event.

5. Karakteristik Jasa Pendidikan

Jasa merupakan sesuatu bersifat tak berwujud dan tidak mempunyai dampak perpindahan hak kepemilikan. Bitner dkk serta tadepalli dan hayes dalam wijaya (2016:3) menyebutkan karakteristik jasa pendidikan antara lain yaitu:

a) Tidak Berwujud (*intangibility*)

Jasa pendidikan memiliki sifat tak kasat mata yang berarti bahwa konsumen jasa pendidikan tidak bisa melihat, mendengar, mencium, dan meraba sebelum jasa tersebut dibeli. Oleh sebab itu, pelanggan jasa pendidikan tidak akan merasakan hasilnya sebelum mereka menikmati proses dari jasa pendidikan tersebut. Dengan kata lain, hasil yang dirasakan dari jasa pendidikan adalah manfaat dari jasa pendidikan itu sendiri dibuktikan dengan hasil lulusan atau keluaran pendidikan yang telah diterima. Dalam dunia pendidikan jasa yang diberikan berupa layanan sekolah kepada seluruh konsumen yaitu layanan guru didalam kelas, layanan kepala sekolah dan staff, dan layanan perpustakaan.

b) Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Sekolah memberikan landasan bagi semua layanan pendidikan. Jasa pendidikan dikonsumsi dan diciptakan secara

bersamaan. Ciri dari pemasaran jasa adalah komunikasi langsung antara pengelola jasa pendidikan dengan konsumen jasa pendidikan dikarenakan kedua faktor tersebut dapat berdampak pada hasil dari jasa tersebut. Sehingga pelayanan sekolah sangat berpengaruh pada kualitas lulusan (konsumen) dari sekolah tersebut.

c) Bervariasi (*variability*)

Jasa pendidikan memiliki sifat yang bervariasi dikarenakan hasil yang tidak bisa distandarisasi, jadi hasil dari keluaran jasa pendidikan tidak memiliki kualitas yang sama tergantung pada siapa, kapan dan tempat di mana jasa tersebut diberikan.

d) Tidak Tahan Lama

Sifat tidak tahan lama dan tidak bisa simpan merupakan karakteristik dari jasa pendidikan. Jasa pendidikan tidak bisa disimpan di gudang dan tidak bisa dijadikan persediaan karena sifatnya yang tidak tahan lama. Di bidang pendidikan, ketidaktahanan bisa dicontohkan berupa banyaknya kondisi kelas yang kosong atau menurunnya jumlah siswa sehingga mengakibatkan berkurangnya penghasilan sekolah.

6. Proses Manajemen Pemasaran Pendidikan

Menurut Riva'i dalam Yunus (2016:13) menyatakan bahwa proses manajemen secara umum dapat dibagi menjadi tiga yaitu perencanaan, implementasi dan evaluasi.

a. Perencanaan Pemasaran Pendidikan

Perencanaan dalam manajemen merupakan langkah awal yang akan ditempuh untuk mengatur kemampuan dalam mencapai tujuan organisasi. Perencanaan dalam pemasaran pendidikan bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian dan perubahan di masa depan, berkonsentrasi pada sasaran, lebih berkonsentrasi pada peluang pasar dan melihatnya, serta menciptakan proses agar tujuan dapat tercapai secara efektif, efisien, dan dengan pengendalian yang baik.

Menurut Junaris dan Haryanti (2022:7) langkah-langkah dalam menyusun perencanaan pemasaran pendidikan sebagai berikut:

1) Identifikasi Pasar

Mengidentifikasi dan mengevaluasi pasar adalah tindakan awal yang penting untuk pemasaran jasa pendidikan. Institusi pendidikan mengambil langkah ini

untuk mempelajari dan memahami perilaku konsumen. Dalam skenario ini, pelanggannya adalah pelajar, orang tua, dan komunitas lain yang membutuhkan layanan pendidikan.

2) Segmenting, Targetting, dan Positioning

Segmentasi pasar merupakan cara memberikan kepuasan lebih kepada pelanggan dengan membagi pasar. Hal ini dapat dilakukan dari segi kelas, jenis kelamin, sosial ekonomi dan usia pelanggan atau dari segi manfaat dan keunggulan produk atau jasa yang diciptakan untuk membuat pelanggan lebih puas.

Targeting adalah proses mengevaluasi dan memilih segmen pasar satu atau lebih untuk dimasuki. Tujuan dari penargetan ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempermudah menjangkau demografi yang diinginkan. Fokus pada situasi ini dimaksudkan untuk mengetahui siapa pelanggan sasarannya, nilai apa yang akan dicapai, berapa banyak jumlah atau volume yang akan dicapai organisasi.

Positioning merupakan usaha untuk merancang citra perusahaan sedemikian rupa sehingga memberikan tempat di benak konsumen dan nilai penawaran jika dibandingkan dengan pesaing. Positioning adalah upaya untuk menciptakan suatu produk yang unik dan mempunyai keunggulan dibandingkan rival atau kompetitor, atau memperjelas keunggulan produk tersebut agar dapat menarik pelanggan.

3) Diferensiasi Bauran Pemasaran

Diferensiasi merupakan cara terbaik untuk menarik perhatian orang di pasar karena karakteristik lembaga pendidikan yang semakin terstandarisasi, calon peserta didik dan orang tuanya akan kesulitan dalam memilih lembaga yang sesuai.

Berikut diferensiasi yang dapat dilakukan sekolah dalam konteks bauran pemasaran sebagai berikut:

a) Diferensiasi Produk

Produk adalah sesuatu yang dijual oleh seseorang, perusahaan, atau tim pemasaran dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Produk atau jasa ini

biasanya merupakan alat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta bersifat menarik, terlihat, dan nyata.

b) Diferensiasi Harga

Tindakan menentukan berapa biaya suatu produk atau jasa disebut harga. Tingkat kualitas suatu produk atau jasa berbanding lurus dengan harganya. Dengan asumsi kualitas barang bagus, biayanya akan lebih baik dari yang diharapkan. Namun, jika barang tersebut kualitasnya sedang atau lebih rendah, maka biayanya akan mengikuti.

c) Diferensiasi Promosi

Salah satu jenis kegiatan komunikasi pemasaran adalah promosi, yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran agar menerima, membeli, dan mempertahankan loyalitas terhadap produk perusahaan.

b. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan

Pelaksanaan merupakan sebuah proses tindak lanjut dari perencanaan pemasaran pendidikan. Dalam kegiatan ini, semua orang berperan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran pendidikan. Menurut Mehrdad Alipour dalam Junaris dan Haryanti (2022:45) Salah satu cara dalam proses pemasaran pendidikan yang disarankan oleh penelitian adalah dengan melakukan bauran pemasaran. Lembaga pendidikan dapat menggunakan bauran pemasaran sebagai alat kontrol untuk menarik khalayak yang diinginkan. Menurut Jumiati (2024:07) peran bauran pemasaran secara alami merupakan salah satu jenis instrumen pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Zeithaml & Bitner dalam Junaris dan Haryanti (2022:45) mengatakan bahwa 4P tradisional yaitu *Product, Price, Place, Promotion* yang digunakan untuk memasarkan barang dan 3P yaitu *People, Physical Evidence, Process* yang berfungsi sebagai perluasan bauran pemasaran jasa merupakan tujuh komponen bauran pemasaran yang biasa disebut dengan 7P.

c. Evaluasi Pemasaran Pendidikan

Tahap ini merupakan bagian akhir dari tahap strategi manajemen. Perusahaan harus mengetahui apakah strategi yang dilaksanakan sesuai dengan strategi dan berjalan dengan baik.

Selain itu, tahap evaluasi juga bisa dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan suatu perencanaan. Menurut Drucker dalam Yunus (2016:16) menyatakan bahwa evaluasi strategi adalah alat untuk mengumpulkan data ketika suatu strategi gagal karena faktor internal dan eksternal yang terus berubah, segala sesuatu berpotensi berubah di masa depan. Tindakan mendasar dari penilaian adalah menyelidiki faktor-faktor dalam dan luar yang menyusun strategi saat ini, memperkirakan pelaksanaan dan membuat langkah korektif. Sedangkan menurut Tyler dalam Dewi (2020:04) mendefinisikan evaluasi adalah proses mencari tahu sejauh mana tujuan pendidikan dapat dicapai dan mencoba mencari kesesuaian hasil pembelajaran siswa dan tujuan program. Sepanjang pelaksanaan program, evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai sejauh mana tujuan telah tercapai.

7. Minat Peserta Didik

1. Definisi Minat Peserta Didik

Menurut KBBI (2008) arti kata minat adalah Keinginan, hasrat, atau kecenderungan yang kuat terhadap sesuatu. Menurut Kotler dan Keller (2016:140) menyatakan bahwa minat adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Sedangkan menurut Engel, Blackwell dan Miniard dalam Jefri (2021:02) mendefinisikan minat konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Edwin (2020:35) minat adalah Membuat keputusan tentang apa yang harus dibeli dan apa yang tidak boleh dibeli. Menurut Assael dalam Maulana (2023:45) minat adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta beberapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Kemudian menurut Anwar & Adidarma dalam Nurdiana (2023:03) minat adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Sebaliknya minat menurut Azwar Saifudin dalam Maulana (2023:44) adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap

suatu objek dan berusaha melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati dan mendapatkan objek tersebut.

Menurut Schiffman & Kanuk dalam Adi (2023:03) menyatakan bahwa minat adalah suatu sikap senang terhadap sesuatu yang membuat orang berusaha mendapatkannya dengan cara membayar atau dengan pengorbanan. Minat merupakan perasaan dan pemikiran tentang produk atau jasa yang diinginkan. Menurut Lamb, Hair dan Mc. Daniel dalam Anang (2018:03) menyatakan bahwa minat konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Jadi, dari berbagai pengertian yang berdasarkan diatas, maka akan disimpulkan bahwasanya definisi minat juga dapat diartikan rasa yang menimbulkan ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa agar membelinya. Dalam bidang pendidikan, minat peserta didik merupakan keinginan seorang calon peserta didik untuk menggunakan atau membeli jasa pendidikan tersebut. Upaya yang dilakukan oleh sekolah dalam menarik calon peserta didik sangat diprioritaskan. Dengan adanya peserta didik yang tertarik terhadap jasa pendidikan, maka pendapatan dan keberlangsungan lembaga pendidikan akan terus berjalan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Peserta Didik

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat peserta didik menurut Kotler & Keller dalam Edwin (2020:31) sebagai berikut:

a) Faktor Budaya

Kebudayaan berpengaruh dalam penentu keinginan dan perilaku seseorang dalam gaya hidup, kecenderungan dan adat istiadat seseorang dalam memilih produk yang berbeda. Dalam hal ini tidak ada keseragaman dalam budaya, tindakan konsumen yang satu akan berbeda dengan tindakan konsumen lainnya.

b) Faktor Sosial

Yaitu suatu kelompok yang dimana seseorang termasuk anggota dari kelompok tersebut, misalnya anggota keluarga, teman, tetangga dan lain-lain.

c) Faktor Pribadi

Pilihan membeli juga dipengaruhi oleh kepribadian, termasuk usia, pekerjaan, gaya hidup, keadaan keuangan, karakter dan kepercayaan diri.

d) Faktor Psikologis

Motivasi, persepsi, pengetahuan, dan keyakinan serta sikap merupakan empat faktor psikologis penting yang selanjutnya mempengaruhi pilihan seseorang terhadap barang yang dibeli.

B. Penelitian Terdahulu

1. Danita Oktavia Yudha Airlangga, 2022 skripsi berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru di MAN 1 Ngawi.” Metode yang digunakan oleh Peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif secara studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Identifikasi pemasaran yang dilakukan oleh MAN 1 Ngawi yaitu dengan menentukan target sekolah, diikuti dengan proses pembagian pasar yang berencana untuk mengelompokkannya sesuai dengan karakter, kemudian mengadakan kompetisi lapangan dengan tujuan untuk mencari pertimbangan pasar, dengan meningkatkan pelayanan terbaik sekolah agar dapat memberikan manfaat tambahan bagi madrasah ini, (2) Salah satu metode komunikasi yang digunakan MAN 1 Ngawi adalah mulut ke mulut. Metode komunikasi yang paling berpengaruh adalah metode ini. Namun komunikasi di MAN 1 Ngawi tidak hanya melalui model ini saja, tetapi juga memanfaatkan media online untuk menjangkau siswa secara lebih luas, (3) Salah satu kendala dalam kegiatan pemasaran di MAN 1 Ngawi antara lain jaringan yang kurang memadai jika ingin mengakses website MAN 1 Ngawi, proses sosialisasi terkendala akses yang sulit dilaksanakan di sekolah target, jadwal bertabrakan dengan proses pembelajaran, dan lain sebagainya. Menghadapi tantangan tersebut, MAN 1 Ngawi senantiasa mengevaluasi proses pemasaran pendidikan dan mencari cara untuk mengatasinya.
2. Septia Lidiani, 2022 skripsi berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMK Negeri 1 Teupah Tengah”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan cara deskriptif serta analisis. Hasil dari penelitian ini: pelaksanaan manajemen pemasaran terkait perencanaannya, pelaksanaannya, serta evaluasi pemasarannya harus dilakukan dengan sebaik mungkin. Perencanaan di sekolah dilakukan dengan mengadakan pertemuan dengan bidang terkait

untuk program yang akan dilaksanakan mulai saat ini, mengatur waktu, tempat dan sasaran. Setelah itu, pemasaran pendidikan dilakukan dengan menggunakan sistem promosi, pembagian brosur, dan menjangkau sekolah tertentu. Yang terakhir, tahap evaluasi, meliputi pengendalian satu kali dalam satu semester untuk menentukan apakah sesuai dengan rencana awal atau tidak.

3. Putri Nura Wati, 2023 tesis berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Mts Miftahul Ulum Banyuwangi.” Hasil dari penelitian ini adalah: 1). Progam unggulan, life skill dan prestasi siswa komponen produk dari MTs miftahul Ulum 2). Pemanfaat media sosial, banner, website dan kunjungan ke SD/MI adalah komponen dari promosi. 3). Komponen people, dari 17 guru 3 diantaranya bergelar master dan 14 lainnya bergelar sarjana.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Danita Oktavia Yudha Airlangga, 2022	Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru di MAN 1 Ngawi.	Kualitatif Studi Kasus	1. Judul fokus pada kuantitas peserta didik 2. Pengumpulan Data Dengan Observasi, Wawancara Dan Dokumentasi 3. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan metode triangulasi	1. Penelitian menggunakan metode kualitatif studi kasus. 2. Objek penelitian berbeda, tempat penelitian berbeda.
2	Septia Lidiani, 2022	Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMK Negeri 1	Analisis kualitatif	1. Penelitian Menggunakan Pendekatan Kualitatif 2. Pengumpulan Data Dengan Observasi, Wawancara	1. Penelitian menggunakan metode kualitatif analisis 2. Objek penelitian berbeda, tempat

		Teupah Tengah.		Dan Dokumentasi 3. Keabsahan data menggunakan metode triangulasi	penelitian berbeda.
3	Putri Nura Wati, 2023	Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatka n Kuantitas Peserta Didik Di MTs Miftahul Ulum Banyuwangi	Deskriptif kualitatif	1. Penelitian Menggunakan Pendekatan Kualitatif 2. Pengumpulan Data Dengan Observasi, Wawancara Dan Dokumentasi 3. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan metode triangulasi	Pada penelitian putri nura wati hanya fokus pada 3 aspek dari bauran pemasaran yakni produk, promosi dan p dalam SDM meningkatkan kuantitas peserta didik.

Sumber: Olahan Peneliti 2024

C. Alur Pikir Penelitian

Alur penelitian bertujuan menjelaskan secara jelas dan kompleks mengenai topik yang akan dibahas. Alur pikir dalam penelitian ini dibentuk agar memudahkan dalam melakukan penelitian. Penelitian ini terkhususkan dalam menggali informasi mengenai manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi.



Gambar 2. 1 Alur Pikir Peneliti

Sumber: Olahan Peneliti 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptis kualitatif, yaitu mendeskripsikan jawaban hasil penelitian dari rincian persoalan yang diteliti dan diperhatikan serta memperoleh keterangan mengenai objek yang bersangkutan untuk memperoleh informasi yang asli dan valid. Sugiyono (2015:29) menyatakan bahwa mendeskripsikan sesuatu yang diperoleh dari pengamatan serta diungkapkan untuk memperoleh data dan informasi yang selanjutnya disusun secara sistematis untuk mendapatkan hasil yang diinginkan merupakan tahapan dari deskripsi penelitian.

Peneliti dalam penelitian ini mengfokuskan pada manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung, dengan data yang diinginkan peneliti sebagai data yang berbentuk deskripsi, yaitu berupa kata-kata tersusun dan perilaku yang dapat diperhatikan yang kemudian ditujukan pada lingkungan dan individu secara komprehensif.

Peneliti beralasan menggunakan metode deskriptif kualitatif pada penelitian ini adalah karena peneliti memang memerlukan bantuan orang lain dalam pengumpulan data (instrument) tentang judul tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini perubahan yang sesuai dengan faktor nyata di lapangan benar-benar dapat dilakukan (Wickert et al., 2021). Jadi peneliti mempunyai peran yang sangat penting, karena apa yang terjadi di lokasi penelitian memerlukan gambaran lebih lanjut yang dicatat dalam bentuk laporan.

Pendekatan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Peneliti berusaha dan berharap melalui pendekatan tersebut akan memperoleh informasi mengenai “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi.”

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di SMA Darussalam Blokagung, karena lokasi penelitian lebih mudah dijangkau dan juga sekolah tersebut mampu menerapkan manajemen pemasaran pendidikan dengan baik dibuktikan dengan jumlah siswa SMA Darussalam yang banyak.

Adapun jangka waktu penelitian yang dilaksanakan peneliti yaitu dimulai pada bulan Maret 2024 dan berakhir pada bulan Mei 2024.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti diwajibkan hadir dan berkumpul serta menyatu dengan subjek penelitian. Selama berlangsungnya pengamatan yang dilakukan peneliti dilingkungan SMA Darussalam berfokus pada penelitian terhadap manajemen pemasaran pendidikan dalam peningkatan minat peserta didik. Hal penting kehadiran peneliti di lokasi adalah ketika wawancara dan observasi serta diperlukan untuk terlibat dalam kehidupan orang-orang yang akan diteliti, peneliti harus bisa menciptakan suasana yang nyaman dan reflektif agar bisa mendapatkan data yang valid berasal dari informan.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini menggunakan metode snowball sampling dengan mengacu pada informan sebagai sumber data mini. Hasil wawancara mendalam terhadap informan akan digunakan untuk memperluas pengetahuan yang diperoleh dari penelitian, dan akan digunakan untuk menginformasikan kepada informan lain berdasarkan petunjuk informan atau atas inisiatif peneliti sendiri. Sugiyono (2015: 300), Pada awalnya metode pemilihan informan dengan metode snowball, yaitu teknik mengumpulkan sumber informasi skala kecil, tidak dapat memberi data secara komplit, sehingga peneliti mencari sumber yang lain yang bisa gunakan.

Penelitian ini menggunakan kepala sekolah sebagai informan utama untuk mengumpulkan informasi penting tentang manajemen pemasaran lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung. Selanjutnya, peneliti akan mendapatkan informasi lebih lanjut dari WKS. humas, panitia PPDB, guru dan siswa SMA Darussalam.

E. Sumber Data

Penggunaan sumber data pada penelitian ini ada 2 yaitu: sumber data primer dan skunder.

1. Sumber Data Primer

Adalah sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumbernya. Metode ini dilaksanakan dengan wawancara langsung pada pihak terkait seperti pengelola SMA Darussalam dan observasi langsung di lembaga untuk memperoleh data yaitu berupa kondisi nyata masalah penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diambil tidak langsung dari sumbernya melainkan dari data yang sudah

dikumpulkan oleh pihak lain dan telah diolah, yakni dokumen. Untuk mendapatkan data sekunder, peneliti mencari dokumen terkait manajemen pemasaran pendidikan dalam peningkatan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi dan peneliti juga menggali catatan serta dokumen melalui kepala sekolah, wks. humas dan panitia PPDB SMA Darussalam.

F. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Esterbeg menyatakan dalam Sugiyono (2017:231), wawancara merupakan sebuah dialog yang bertujuan untuk bertukar data dan pemikiran dengan proses tanya jawab, sehingga dapat mencari informasi yang diinginkan.

Jenis wawancara penelitian yang digunakan adalah wawancara terstruktur. Menurut Esterbeg dalam Sugiyono (2017:233), wawancara terstruktur adalah menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu menggunakan pedoman wawancara sebelum melaksanakannya. Jadi, peneliti menyusun terlebih dahulu daftar pertanyaan sesuai fokus permasalahan penelitian sebagai bahan wawancara kepada objek penelitian, seperti terkait perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari manajemen pemasaran pendidikan. Pihak yang diwawancarai adalah kepala sekolah dan WKS (Wakil Kepala Sekolah). humas, panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), guru dan siswa SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan sistematis yang terlihat pada objek penelitian. Teknik observasi dilaksanakan untuk pengamatan langsung terkait manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung.

Jenis observasi yang digunakan adalah observasi partisipatif yakni melibatkan peneliti dalam kegiatan sehari-hari bersama orang yang diteliti guna mendapatkan sumber data penelitian. (Zuchri Abdussamad, 2021:147). Jadi dalam memperoleh informasi atau gambaran langsung terkait kondisi dan situasi objek penelitian, maka peneliti melakukan observasi di lembaga sekolah yakni SMA Darussalam Blokagung.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data berbentuk tertulis, gambar, film, dan karya-karya monumental yang digunakan untuk

melengkapi data penelitian. Penelitian ini menerapkan metode dokumentasi untuk mendapatkan data tentang dokumen yang terkait manajemen pemasaran pendidikan dalam peningkatan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung.

G. Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif, data yang didapat lebih ditekankan pada keabsahannya. Dalam hal ini, model triangulasi digunakan sebagai pemeriksaan keabsahan data yakni peneliti mengumpulkan data sekaligus memeriksa kebenarannya. Menurut Sugiyono (2015:330) pemeriksaan kredibilitas data dapat dilakukan dengan model triangulasi. Dalam teknik triangulasi data memiliki tiga teknik yaitu:

1. Triangulasi Sumber Data

Yaitu data yang diperoleh dilakukan pengecekan untuk mengetahui kredibilitas data dengan menggunakan beberapa sumber kemudian didiskripsikan dan dikategorikan sesuai dengan sumbernya. Jadi kesamaan dan perbedaan data akan dipilih oleh peneliti untuk dianalisis lebih lanjut.

2. Triangulasi Teknik

Yaitu meneliti sesuatu menggunakan berbagai teknik yang berbeda untuk menguji kredibilitas data. Misalnya perolehan data melalui wawancara kemudian dicek melalui observasi dan dokumentasi, jika terjadi perbedaan hasil data, maka akan diadakan diskusi antara peneliti dengan sumber data terkait untuk mencari kebenaran data.

3. Triangulasi Waktu

Yaitu waktu dapat berpengaruh terhadap keabsahan data. Pengumpulan data diwaktu pagi hari melalui teknik wawancara akan memberikan data yang lebih valid dikarenakan narasumber dalam keadaan segar. Oleh karena itu, dalam proses pengecekan kredibilitas data bisa dilaksanakan dalam jangka waktu dan keadaan yang berbeda, jika hasilnya berbeda, maka perlu dilaksanakan berulang ulang sampai kepastian data ditemukan.

H. Analisa Data

Jenis analisis data yang digunakan adalah analisis data model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Mezmir, 2020).

1. Reduksi Data

Mereduksi data adalah membuang yang tidak diperlukan dan lebih mengkonsentrasikan pada yang lebih penting untuk dianalisis. Pelaksanaan reduksi data yaitu sebelum mengumpulkan data, saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data. Pernyataan ini sesuai yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017:339) yaitu dalam upaya mereduksi data, peneliti memilih, berkonsentrasi mengambil data yang lebih inti dan penting.

2. Penyajian Data

Penyajian data pada penelitian kualitatif yaitu berbentuk uraian singkat, bagan, grafik, tabel dan sejenisnya dengan tujuan agar mudah dipahami. Menurut Miles and Huberman dalam Sugiyono (2017:249) berpendapat bahwa teks yang bersifat naratif sering dipakai dalam penelitian kualitatif untuk menyajikan data.

3. Penarikan Kesimpulan

Teknik ini merupakan hasil akhir dari ringkasan yang lengkap, valid dan terverifikasi. Hasil kesimpulan pertama yang dipaparkan masih bersifat sementara, dan dapat berubah jika ditemukan pada tahap pengumpulan data berikutnya bukti pendukung yang lebih kuat. Begitu sebaliknya, jika tidak ditemukan bukti yang valid dan konsisten maka hasil kesimpulannya kredibel (dapat dipercaya).

I. Tahapan-Tahapan Penelitian

Adapun tahapan-tahapan pada penelitian ini telah disesuaikan atau mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dibuat oleh pihak universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) yang berisi: 1. Menetapkan fokus penelitian 2. Menentukan setting dan subjek 3. Pengumpulan data dan analisis data, 4. Penyajian data.

J. Sistematika Penelitian

Dalam memudahkan pemahaman pembaca terhadap temuan laporan penelitian ini, maka laporan disusun secara sistematis untuk memenuhi persyaratan penulisan ilmiah.

Sistematika kepenulisan proposal kualitatif ini berkilat pada pedoman penulisan karya ilmiah yang dibuat oleh pihak universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) sebagai berikut: a). Judul b). latar belakang c). fokus penelitian d). masalah penelitian e). tujuan penelitian f). kegunaan penelitian g). definisi istilah h). Kajian pustaka yang meliputi kajian teori, penelitian terdahulu, dan alur pikir penelitian i). metode penelitian yang di dalamnya berisi tentang jenis

penelitian, lokasi dan waktu penelitian, kehadiran peneliti, informasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, keabsahan data analisis data, tahapan-tahapan penelitian, dan sistematika penulisan. j). daftar pustaka.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Lembaga Pendidikan

SMA Darussalam adalah salah satu dari sekian unit pendidikan yang ada dibawah naungan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi. SMA Darussalam berdiri sejak tanggal 01 Juli 2001, pada tanggal 21 Januari 2002 mendapat akte pendirian dengan No: 833/30/108.08/2002, Nomor Identitas Sekolah (NIS): 300140, Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN): 20525832 dan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi manusia RI (Kemenkumham RI) Nomor: AHU-4237.AH.01.04. Tahun 2010.

SMA Darussalam pada tahun 2017 terakreditasi “A” dari Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (BAN-S/M) dengan nomor SK: 164/BAP-S/M/SK/XI/2017. Sejak berdiri sampai sekarang SMA Darussalam mengikuti Kalender Pendidikan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi, siswa-siswi dalam proses belajar-mengajar terpisah antara putra dan putri.

Program yang ada di SMA Darussalam adalah program MIPA, Program Ilmu Bahasa dan Program Ilmu Sosial. Adapun pemetaan berdasarkan rombel saat sekarang memiliki 23 rombel dengan perincian sebagai berikut:

- 1) Program Mipa (16 rombel)
- 2) Program Ilmu Bahasa (3 rombel)
- 3) Program Ilmu Sosial (7 rombel)

Kepemimpinan SMA Darussalam mulai berdiri tahun 2001 sampai sekarang sudah mengalami 3 kali pergantian kepala sekolah yaitu:

- 1) Periode I tahun 2001 s/d 2008 dipimpin oleh Bapak Anas Saeroji, M.Pd.I
- 2) Periode II tahun 2008 s/d 2009 dipimpin oleh Bapak Hisbulloh Huda, M.Pd.I
- 3) Periode III tahun 2009 s/d 2020 sekarang dipimpin oleh Bapak Ach. Muzakki, M.Pd.I.
- 4) Periode IV tahun 2020 s/d sekarang dipimpin oleh Bapak Afan Sucipto, S.Pd

2. Identitas Lembaga Pendidikan

- a) Nama Sekolah : SMA Darussalam
- b) NIS/NPSN : 300140 / 20525832
- c) Akreditasi : A

- d) Tahun Berdiri : 2001
- e) Alamat Lengkap : Dusun Blokagung, Desa Karangdoro, Kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur
- f) Status Sekolah : Swasta
- g) Jenjang Pendidikan: SMA
- h) Nama Kepala : Bpk. Afan Sucipto, S.Pd.
- i) No Tlp/HP : 081 252 671 146
- j) Email : smadarussalambwi@gmail.com
- k) Website : <http://www.smadarussalam.sch.id>
- l) Nama Yayasan : Pondok Pesantren Darussalam Blokagung
- m) Alamat Yayasan : Dusun Blokagung, Desa Karangdoro, Kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur.
3. Visi dan Misi Sekolah
- a) Visi
Terwujudnya peserta didik yang beriman, berakarakter, cerdas, terampil dan berwawasan lingkungan.
- b) Misi
- 1) Mewujudkan peserta didik yang beriman dan taqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
 - 2) Membentuk pribadi yang berakarakter jujur, religius, nasionalis, mandiri, integritas, bertanggung jawab, gotong royong
 - 3) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang unggul di bidang sains, ilmu sosial dan kebahasaan
 - 4) Mengembangkan kepedulian yang tinggi terhadap sesama dan lingkungan.
4. Struktur Organisasi Sekolah
- Struktur organisasi sekolah berfungsi sebagai gambaran setiap jabatan staf dalam lembaga pendidikan. Adapun struktur organisa SMA Darussalam Blokagung sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Daftar Struktur SMA Darussalam Th. 2023-2024

NO	NAMA	JABATAN
1	Afan Sucipto, S.Pd	Kepala Sekolah
2	Nur Hamid, S.Pd	Wks. Kurikulum
3	Khaniful Adib, S.Pd	Wks. Kesiswaan
4	Muhamad Nasir, S.Pd.I	Wks. Sarpras
5	Anis Amnan Mahfudi, S.T	Wks. Humasy
6	Moh. Ali Murtadlo, S.Pd	Bendahara BOS

7	Bahrowi, S.Pd	Operator Dapodik
8	Muhammad Jamhari, S.E	BK
9	Latifatul Munawaroh, S.Pd	BK
10	Emisa Umami, S.E	BK
11	Firqotul Mustofiyah, S.Pd	Pembina OSIS Putri
12	Ach Muzakki, M.Pd.I	TPM
13	Mohammad Helmy Septiadi, S.Pd	Pembina OSIS Putra
14	Mimin Habibah Thohir, S.Pd	Koordinator Ekstra
15	Kholil Fawaid, S.Sos.I	Ka. Tata Usaha

Sumber: Data Skunder, Dokumentasi TU

5. Daftar Guru dan karyawan

Guru merupakan komponen terpenting suatu lembaga pendidikan. Pendidik memegang peranan penting dalam pengalaman mengajar dan mendidik, karena seandainya tidak ada pendidik maka proses memberikan ilmu tidak dapat terjadi.

Kecepatan, konsistensi, dan ketepatan pelayanan siswa sangat terbantu dengan adanya guru atau tenaga administrasi di suatu sekolah.

Berikut daftar guru mata pelajaran tahun 2024 SMA Darussalam sebagai berikut.

Tabel 1. 3 Daftar Guru SMA Blokagung

NO	NAMA	NIPY	JABATAN
1	Afan Sucipto, S.Pd.	31207090180138	Kepala Sekolah
2	Nur Hamid, S.Pd.	31207050250205	Wks Kurikulum
3	Khaniful Adib, S.Pd	31207050070092	WKs Kesiswaan
4	Moh. Ali Murtadho, S.Pd	31207960010022	Wks Bendahara
5	Muhamad Nasir, S.Pd.I	31207040060074	Guru PAI
6	Bahrowi, S.Pd.	31207020030059	Operator
7	Sukarsi, S.Pd., M.Pd.I	32207010020051	TPM

8	Anis Amnan Mahfudi, S.T	31207060090096	Wks Humasy
9	Muh. Jamhari, S.E	31207080130123	Wali kelas XI IIS 2
10	Emisa Umami, S.E	31207080140124	Wali Kelas X 4
11	Siti Khotijah, S.Pd	31207100210149	Wali Kelas XII IIB 1
12	Latifatuz Zuhroh, S.Pd.	31207090170137	Wali Kelas XII Mipa 4
13	Akhmad Jaenuri, S.Pd	31207160340611	Wali Kelas XII Mipa 5
14	Lilik Suryati, M.Si	31207070340282	Wali Kelas XI Mipa 1
15	Ifan Sufyan Ahmad, S.Pd	31207210560682	Wali Kelas X 7
16	Mimin Habibah Thohir, S.Pd	31207130270384	Wali kelas X 1
17	Illa Atmi Jayanti, S.Pd	31207080150125	Wali kelas X 6
18	Anastasya Perdana, S.Pd	31207090190139	Wali kelas XI Mipa 3
19	Maharani Insani Lukman, M.Pd	31207210550715	Wali Kelas XII IIS 1
20	Latifatul Munawaroh, S.Pd	31207050080093	Wali Kelas XI IIB 1
21	Amalia Izzatul Isma, S.Pd	31207210540714	Wali kelas XII Mipa 3
22	Sumiarsih, S.Pd.	31207030050067	Guru B. Jawa
23	Luqman Hakim, S.Pd.I	31207210530722	Wali Kelas XI IIS 3
24	M Ma'Ruf Arwani, S.Pd	31207190530678	Guru Bhs Indonesia
25	Ulfa Mawadah, S.Pd	31207170430636	Wali kelas XI Mipa 2
26	Latiffatun Nasiroh, S.Pd	31207170410634	Wali kelas XII Mipa 2
27	Revanda Genta Bimantara, S.Pd	31207200550681	Wali kelas X 9

28	Luluk Emiyati, S.Pd		Guru PKWU
29	Gede Jawi Pintara, S.Pd	31207190520678	Wali Kelas XI Mipa 5
30	Siti Mutmainah, S.Pd	31207190530679	Wali Kelas X 5
31	Radityo Utomo, S.Pd	31207170410634	Wali Kelas XII IIS 2
32	Munawar, S.Pd.	31207120230175	Guru Bhs Jawa
33	Suharno, S.S	31207080100120	Guru Bhs Jepang
34	Muh. Yusuf, M.Pd.I	31207080110121	Guru TIK
35	Ida Mazida, S.Pd	31207220590719	Wali Kelas XI IIS 1
36	Ali Hijroh Mubarak	31207170460639	Guru TIK
37	Siarni Masrurroh, S.Sos	31207190530678	Wali Kelas X 2
38	Firqotul Musthofiyah, S.Pd	31207200540680	Wali Kelas XII Mipa 1
39	Kholil Fawaid, S.Sos.I	31207180510657	Tata Usaha
40	Puri Indra Kusuma Dewi, S.Pd	31207210560716	Wali Kelas X 3
41	Mohammad Helmy Septiadi, S.Pd		Wali Kelas XI Mipa 4
42	M Ulil Albab	31207210530173	Tata Usaha
43	Ahmad Azkal Azkiya', M.Pd	31207210570717	Tata Usaha

Sumber: Data Skunder, Dokumentasi TU

6. Jumlah Siswa

Tabel 1. 4 Daftar Jumlah Keseluruhan Siswa SMA Darussalam Th. 2023-2024

NO	KELAS	L	P	JUMLAH	
1	X IIB 1		18	171	239
2	X IIS 1		39		

3	X MIPA 1		27		
4	X MIPA 2		28		
5	X MIPA 3		28		
6	X MIPA 4		31		
7	X IIS 2	19		68	
8	X MIPA 5	26			
9	X MIPA 6	23			
10	XI IIB 1		20	143	
11	XI IIS 1		28		
12	XI MIPA 1		32		
13	XI MIPA 2		31		
14	XI MIPA 3		32		227
15	XI IIS 2	21		84	
16	XI IIS 3	19			
17	XI MIPA 4	24			
18	XI MIPA 5	20			
19	XII IIB 1		16	134	
20	XII IIS 1		31		
21	XII MIPA 1		22		
22	XII MIPA 2		24		
23	XII MIPA 3		21		
24	XII MIPA 4		20		184
25	XII IIS 2	22		50	
26	XII MIPA 5	28			
JUMLAH		202	448	650	650

Sumber: Data Skunder, Dokumentasi TU

7. Sarana Prasarana SMA Darussalam Blokagung

Dalam lingkungan pendidikan, sarana merupakan instrumen yang secara langsung menunjang tujuan pendidikan. Sementara itu, prasarana adalah infrastruktur sistem pendidikan mendukung peralatan yang diperlukan. Sarana prasarana yang sangat memadai diperlukan demi kelancaran kegiatan belajar mengajar. Berikut sarana dan prasarana di SMA Darussalam Blokagung sebagai berikut:

Tabel 1. 5 Daftar Sarana dan Prasarana

No	Nama	Kondisi
1	Ruang belajar 26 ruang kelas	Baik
2	Ruang perpustakaan	Baik
3	Ruang OSIS	Baik
4	Ruang UKS	Baik
5	Ruang Kepala Sekokalah	Baik
6	Ruang Wakil Kepala Sekolah (WKS)	Baik
7	Ruang Guru	Baik
8	Ruang TU	Baik
9	Ruang BK	Baik
10	Ruang laboratorium IPA	Baik
11	Ruang Laboratium TIK	Baik
12	Mushola	Baik
13	Kamar Mandi Guru 3 buah	Baik
14	Kamar mandi Peserta Didik 15 buah	Baik
15	Tempat parkir Motor / Mobil	Baik
16	Lapangan Olahraga	Baik
17	Almari	Baik

Sumber: Data Skunder, Dokumentasi TU

8. Daftar Prestasi SMA Darussalam Blokagung

Berikut merupakan daftar prestasi yang diperoleh SMA Darussalam dari tiga tahun terakhir mulai tahun ajaran 2020 sampai 2024.

Tabel 1. 6 Daftar Prestasi Th. 2020-Sekarang

NO	NAMA	JENIS LOMBA	TINGKAT	JUARA
1	Zulfi Wakhidatus S	Aswaja	Kecamatan	1 Murni
2	Vina Rohmatul Fitriyah	Aswaja	Provinsi	2 Murni
3	Zulfi Wakhidatus S	Biologi	Provinsi	2 Harapan
4	A'qil Siroj Asidiki	Matematika	Kabupaten	2 Harapan
5	Siti Lailatun Nikmah	Bhs Inggris	Kabupaten	1 Murni

6	Mahasin Haikal A	Kitab Arbaun Nawawi	Provinsi	1 Harapan
7	Aji Nur Prasetyo	Kitab Arbaun Nawawi	Provinsi	2 Harapan
8	Dian Ayu Aromawati	Rebana (Festival Ramadhan)	Provinsi	1 Murni
9	Adam Damiri	Tim Pmr (Kepalang Merahan)	Provinsi	2 Murni
10	Adam Damiri	Tim Pmr (Kesehatan Remaja)	Provinsi	3 Murni
11	Tim Pmr Wira Sma Darussalam (Juara Umum)		Provinsi	2 Murni
12	Ulwan Kurniawan	Lkbb Putra (Lomba Kreasi Baris Berbaris)	Kabupaten	3 Murni
13	Dian Nur Hidayati	Lkbb Putri (Lomba Kreasi Baris Berbaris)	Kabupaten	3 Murni
14	Chaerani	Rebana Qotrunnada Putri	Kabupaten	1 Murni
15	Fajjin Amiq	Rebana Musytaq Jiddan Putra	Kabupaten	2 Murni
16	Muchammad Chalwa Ma'sum	Ceramah Agama (Pidato) Putra	Kabupaten	1 Murni
17	Almira Zata Amani	Ceramah Agama (Pidato) Putri	Kabupaten	3 Murni
18	Ittaqi Tafuzi Al-Kailufi	Mtq Putri	Kabupaten	1 Murni
19	Kavin Maulana Ilhami	Tim Teater Saklar Putra	Kabupaten	3 Murni
20	Farah Salsabila	Ceramah Tema Kesehatan	Kabupaten	1 Murni
21	Nur Wahyudi	Great Terbaik Lomba Pmr	Provinsi	1 Murni
22	M. Hunim	Tim Pmr (Kesehatan Remaja)	Provinsi	3 Murni

23	Ihza Fahimul Lu'ayin Al Haris	Tim Pmr (Kreasi Daur Ulang)	Provinsi	3 Murni
24	Agung Budi Prasetyo S	Lkbb Putra (Lomba Kreasi Baris Berbaris)	Kabupaten	3 Murni
25	M Albaet Al Faris	Perwakilan Pramuka Raida (Jawa Timur)	Provinsi	
26	M Syahrul Fikri Habibi	Kepramukaan Kebangsaan Se Jawa Timur	Provinsi	
27	M. Ilyas Faisal Adam	Ldks Kepemimpinan Siswa Se Jawa Timur	Provinsi	
28	Muhammad Ihsan Azzukhruf			Provinsi
29	Almira Zata Amani	Lomba Karaoke Bhs. Mandarin	Provinsi	2 Murni
30	Nuril Aififal Wahyu	Lomba Kaligrafi Arab	Kabupaten	1 Murni
31	Muhammad Ihsan Azzukhruf	Lomba Kaligrafi Arab	Kabupaten	2 Murni
32	M Mahrus Asrori	Ceramah Agama (Pidato) Putra	Kabupaten	2 Murni
33	Khoirul Aziz	Mhq Putri	Kabupaten	2 Murni
34	Nabila Tsabitha Ulin Nuha	Mtq Putri	Kabupaten	3 Murni
35	Farah Salsabila	Rebana Qotrunnada Putri	Kabupaten	1 Murni
36	Tim Olimpiade Pai Sma Darussalam (Juara Umum)		Kabupaten	2 Murni

Sumber: Data Skunder; Dokumentasi TU

B. Verifikasi Data Lapangan

Peneliti terlebih dahulu meminta persetujuan pihak SMA Darussalam Blokagung untuk melakukan penelitian di sekolah tersebut yang berada dibawah naungan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

Penelitian dilaksanakan di SMA Darussalam Blokagung mengenai manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh pihak SMA Darussalam Blokagung. Penyajian data dilanjutkan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun subjek yang akan menjadi

narasumber adalah kepala SMA Darussalam Blokagung, WKS. Humas SMA Darussalam Blokagung, Panitia PPDB, guru dan siswa SMA Darussalam. Berdasarkan kategori yang telah ditentukan, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Temuan analisisnya adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di SMA Darussalam Blokagung

Langkah pertama sekolah untuk mencapai tujuan mereka adalah perencanaan. Dengan adanya sebuah perencanaan diharap mampu meminimalisir kegagalan yang tidak diinginkan, sehingga program yang sudah di rencanakan dapat berjalan dengan lancar. Manajemen pemasaran merupakan faktor penting didalam manajemen sekolah untuk memasarkan dan mengenalkan sekolah kepada masyarakat dengan tujuan untuk menarik minat peserta didik baru dengan jumlah banyak. Maka dari itu, perlu adanya sebuah strategi pemasaran pendidikan. Sekolah perlu menentukan sasaran pasar yang akan dituju. Oleh karena itu, SMA Darussalam Blokagung harus memilih strategi pemasaran pendidikannya dengan lebih hati-hati dan bijaksana agar dapat menarik minat masyarakat terhadap program studinya dan manfaat lainnya di bidang akademik dan non-akademik. Berikut ini akan dipaparkan terkait proses perencanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru di SMA Darussalam Blokagung yang diperoleh dari hasil wawancara bersama dengan Bapak Affan Sucipto, S.Pd. selaku kepala sekolah SMA Darussalam sebagai berikut:

“Upaya yang dilakukan sekolah pada proses awal dalam membentuk sebuah perencanaan pemasaran yaitu dengan cara mencari tahu apa yang sekarang menjadi kebutuhan para peserta didik, sehingga sekolah selalu berusaha mengikuti perkembangan pendidikan terbaru pada saat ini, seperti contoh disekolah SMA Darussalam sudah menerapkan kurikulum merdeka untuk kelas 10, sedangkan untuk kelas 11 dan 12 masih menggunakan kurikulum K 13, kedepannya kurikulum merdeka akan diterapkan kepada seluruh kelas yang ada. Selain itu, upaya yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan program-program sekolah yang ada sehingga ini akan meningkatkan minat peserta didik untuk sekolah disini”. (Selasa, 19 Maret 2024)



Gambar 4. 1 Wawancara bersama kepala sekolah

Sumber: Data Primer, Dokumentasi Peneliti

Usaha yang dilakukan oleh pihak sekolah sangat jeli dalam melihat peluang pasar, berusaha meningkatkan pelayanan maksimal dan memberikan kepuasan peserta didik dalam belajar disekolah, terbukti dengan sekolah menerapkan kurikulum merdeka merupakan langkah yang ditempuh oleh pihak SMA Darussalam dalam berkembang mengikuti progam pendidikan saat ini. Selanjutnya Bapak Affan Sucipto, S.Pd. menambahkan keterangan terkait langkah-langkah yang beliau tempuh dalam menyusun sebuah strategi pemasaran pendidikan sebagai berikut:

“Langkah yang saya lakukan setelah melihat peluang yang ada di luar sana yaitu saya bersama bendahara, WKS kurikulum, WKS kesiswaan, WKS humas, WKS sarpras dan guru melakukan rapat kordinasi membuat perangkat pemasaran pendidikan seperti merencanakan strategi, menentukan waktu dan target pemasaran serta menyusun kepanitiaan penerimaan peserta didik baru di SMA Darussalam Blokagung”. (Selasa, 19 Maret 2024).

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Dedi Setiawan Putra, S.Kom selaku guru sekaligus panitia PPDB SMA Darussalam, beliau menyampaikan bahwa:

“untuk perencanaan strategi pemasaran pendidikan SMA Darussalam, kepala sekolah membentuk panitia PPDB yang terdiri dari beberapa wakil kepala sekolah dan guru yang

kemudian kepala sekolah menyusun perangkat pemasaran yang akan menjadi acuan panitia PPDB dalam mempromosikan sekolah” (Kamis, 09 Mei 2024)

Dalam perencanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA Darussalam Blokagung, maka di susun kepanitiaan PPDB yang terdiri dari wali kelas, guru, WKS kurikulum, WKS kesiswaan, WKS humas dan WKS sarpras, kemudian kepala sekolah membuat sebuah perangkat pemasaran yang akan menjadi pedoman dalam mempromosikan sekolah kepada masyarakat untuk menarik minat peserta didik baru. Dalam mempromosikan sekolah ada beberapa factor penting yang menjadi pertimbangan seperti waktu, tempat, kapan dan dimana proses promosi dilakukan. Hal ini juga di sampaikan oleh bapak Affan Sucipto, S.Pd. beliau mengatakan bahwa:

“Dalam mempromosikan sekolah kita memulai sejak dini yaitu awal tahun ajaran baru, tidak hanya ketika akan penerimaan siswa baru saja. Hal ini kita lakukan agar dapat mengetahui bentuk layanan seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat. Adapun yang menjadi target promosi yang pertama adalah siswa siswi dari MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam karena kedua sekolah ini merupakan peminat terbanyak di SMA Darussalam di sisi lain kita juga sama-sama berada dinaungan ponpes Darussalam Blokagung. Target yang kedua adalah sekolah MTs/SMP yang berada di sekitar daerah Banyuwangi, jika jarak tempuhnya dari rumah melebihi 8 KM, maka di sarankan untuk menetap di pondok pesantren. Target yang ketiga adalah wilayah luar Banyuwangi yang promosinya dibantu langsung oleh pengasuh, alumni serta siswa yang rumahnya diluar Banyuwangi, sehingga tugas kita berusaha menjalin koneksi baik kepada mereka semua. Adapun jumlah kouta yang ditargetkan pada tahun ini adalah 300 siswa baru”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Keterangan diatas juga dipertegas oleh Bapak Anis Amnan Mahfudi, S.T selaku WKS humas SMA Darussalam, beliau menyampaikan bahwa:

“Target utama promosi kita adalah siswa siswi SLTP naik tingkatan dari MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam dikarenakan kita satu naungan dan agar siswa siswi tersebut dapat melanjutkan mondoknya mengingat siswa siswi SMA Darussalam rata-rata merupakan santri disini, kemudian dilanjutkan sekolah

*yang berada disekitar daerah Banyuwangi dan luar Banyuwangi”
(Senin, 25 Maret 2024)*

Target yang dituju oleh pihak SMA Darussalam adalah siswa siswi lulusan MTs atau SMP yang ingin melanjutkan ke jenjang pendidikan berikutnya, khususnya adalah siswa siswi SLTP naik tingkatan dari MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam, kemudian dilanjutkan sekolah di daerah banyuwangi dan diluar banyuwangi. Adapun jangkauan daerah yang menjadi target promosi pihak sekolah adalah seluruh Indonesia mengingat SMA Darussalam merupakan instansi yang berada di bawah naungan pondok pesantren Darussalam yang santrinya berasal dari seluruh plosok negeri Indonesia dengan jumlah kouta yang ditargetkan adalah 300 siswa baru.

Dalam penerimaan peserta didik baru, pihak sekolah tidak pernah membedakan status ekonomi bagi siswa yang ingin mendaftar di SMA Darussalam. Hal ini juga disampaikan oleh bapak Affan Sucipto, S.Pd. beliau mengatakan bahwa:

*“kita tidak pernah membedakan siswa siswi yang ada disini secara status ekonomi, melainkan yang membedakan adalah program jurusan sekolah seperti contoh jurusan MIPA, Bahasa dan IPS. Kemudian sekolah membedakan dalam hal ekstrakurikuler yang dimana siswa dipersilahkan memilih program ekskul mana yang diminati untuk melatih dan mengembangkan bakat para siswa”.
(Selasa, 19 Maret 2024)*

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Anis Amnan Mahfudi, S.T selaku WKS humas SMA Darussalam, beliau menyampaikan bahwa:

“ketika mempromosikan sekolah kepada masyarakat, kita lebih fokus kepada penyampaian informasi terkait sekolah, tanpa melihat status ekonomi masyarakat tersebut, entah mereka dari golongan orang menengah keatas maupun dari golongan orang menengah kebawah, yang terpenting promosi yang kita sampaikan bisa diterima dan bisa menambah minat masyarakat untuk sekolah di SMA Darussalam”. (Senin, 25 Maret 2024)



Gambar 4. 2 Wawancara bersama WKS humas

Sumber: Data Primer, Dokumentasi Peneliti

SMA Darussalam dalam hal pembiayaan sekolah menggunakan sistem terpadu yang di mana tidak ada biaya lain atau tambahan yang dikeluarkan selain biaya yang sudah ditentukan. Pembiayaan di SMA Darussalam terbagi menjadi dua yaitu siswa anak asuh/desa dan siswa pondok yaitu siswa sekaligus santri yang menetap di asrama. Pembiayaan tersebut terdiri dari biaya pendaftaran awal masuk sekolah dan biaya SPP perbulan. Untuk biaya pendaftaran dan SPP anak asuh/desa lebih rendah atau murah dibandingkan dengan siswa pondok dikarenakan ada tambahan pendidikan diniyyah serta kebutuhan dipesantrennya seperti kos makan, listrik, air dan lainnya. Adapun pelayanan pendidikan yang diberikan oleh pihak SMA Darussalam kepada siswanya baik siswa anak asuh atau siswa pondok tidak terdapat perbedaan sama sekali, sehingga seluruh siswa dapat menikmati pelayanan serta fasilitas yang sama.

Pentingnya promosi dalam sebuah lembaga karena dapat mengangkat institusi tersebut ke masyarakat sehingga masyarakat mau menjadi konsumen tetap. Selain target dan waktu yang direncanakan dalam promosi, diharuskan membentuk sebuah tim yang bertugas untuk mempromosikan sekolah, karena berhasil atau tidaknya suatu strategi pemasaran pendidikan tergantung pada pelaksanaan promosi tersebut. Adapun orang yang berperan dalam melaksanakan promosi adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, siswa serta tim yang sudah dibentuk untuk menjalankan promosi tersebut. Disisi lain pihak SMA Darussalam juga di bantu oleh pengasuh pondok pesantren

Darussalam Blokagung dan juga alumni yang berada didaerahnya masing-masing. Hal ini didukung oleh hasil wawancara bersama bapak Affan Sucipto, S.Pd. selaku kepala sekolah, beliau mengatakan bahwa:

“Manajemen pemasaran berperan sangat penting dalam peningkatan peserta didik baru di sini, dengan adanya promosi yang dilakukan oleh sekolah seluruh program kegiatan sekolah dapat dikenal oleh masyarakat luas”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Salah satu langkah untuk memfasilitasi keberhasilan promosi sekolah adalah penggunaan media massa. Sekolah tidak akan dikenal masyarakat luas jika tidak dipromosikan. Promosi yang efektif adalah promosi yang dapat menarik perhatian dan minat calon peserta didik. Promosi yang diterapkan oleh pihak SMA Darussalam yaitu dengan menggunakan media online dan media cetak seperti pembuatan brosur, pemasangan spanduk dan pamflet, pembuatan konten promosi yang menarik. Sebagaimana telah disampaikan oleh Bapak Affan Sucipto, S.Pd. beliau mengatakan bahwa:

“untuk mempermudah tim dalam promosi kita memanfaatkan media massa, baik media online maupun media cetak seperti contoh saya menginstruksikan kepada seluruh guru dan karyawan untuk mengeshare setiap kegiatan yang ada disekolah melalui via WhatsAap, Instagram Atau Facebook. Selain itu dari pihak yayasan juga menginstruksikan kepada seluruh tenaga pendidik untuk memasang banner PPDB di depan rumahnya masing-masing dengan tujuan sebagai promosi, kemudian melakukan pembuatan video kreatif, membuat dan menyebarkan brosur, memasang banner, melakukan kunjungan ke MTs Al Amiriyah dan SMP Plus Darussalam dan ikut serta dalam lomba seperti olimpiade matematika dan sains. juga mengikuti berbagai lomba ekstrakurikuler, seperti festival hadrah, lomba kaligrafi, qiro'ah, pidato dan masih banyak lagi lainnya”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Memanfaatkan media massa baik online maupun offline untuk membantu memaksimalkan kegiatan promosi dalam upaya menarik minat siswa baru SMA Darussalam Blokagung merupakan bagian penting dalam promosi sekolah. Banyak wali murid maupun wali santri yang mensekolahkan anaknya ke SMA Darussalam karena mengetahui dari brosur atau banner yang dipasang dipinggir jalan dan tidak sedikit wali murid yang mengetahui melalui media sosial. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap

sekolah di seluruh Indonesia. Hal ini dipertegas oleh salah satu santri sekaligus siswa dari SMA Darussalam bernama Arif Nur fatwa yang mengatakan bahwa:

“Pertama kali saya mengetahui SMA Darussalam melalui brosur yang saya dapat dari teman saya yang kebetulan adalah santri dan siswa SMA Darussalam, kemudian saya mencari lagi dengan melihat you tube, dari situlah minat saya untuk mondok dan sekolah di SMA Darussalam”. (Ahad, 12 Mei 2024)

Pernyataan di atas juga didukung dengan observasi peneliti pada Sabtu, 15 Mei 2024 pukul 10.00 WIB, berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti saat di SMA Darussalam bahwa adanya brosur yang disebar serta terdapat beberapa titik pemasangan spanduk dipinggir jalan yang bertujuan untuk mempromosikan sekolah dan menarik minat peserta didik baru.

Kualitas pendidik juga harus menjadi pertimbangan, selain promosi yang digunakan dalam strategi pemasaran. Para pegawai diharapkan mampu mengajarkan program-program unggulan yang ditawarkan SMA Darussalam Blokagung, memberikan teladan yang baik kepada siswanya, dan memenuhi syarat sebagai seorang pendidik. Sebagai seorang pendidik juga harapkan mampu menjaga sikap dan berinteraksi baik dengan wali murid. Selain itu, pihak SMA Darussalam berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada siswanya dalam kegiatan belajar mengajar dengan didampingi oleh tenaga pendidik yang professional dan ahli dibidangnya. Jadi ketika siswa merasa senang dengan layanan yang diberikan, maka hal tersebut akan berdampak baik bagi siswa dan juga pihak sekolah. Hal ini dipertegas oleh Bapak Affan Sucipto, S.Pd. beliau mengatakan bahwa:

“Untuk meningkatkan pelayanan kepada seluruh siswa siswi SMA Darussalam, semua guru dituntut untuk bisa profesional dan ahli dibidangnya.. Selain itu guru juga harus pandai berkomunikasi dengan siswa baik berada di kelas atau di luar kelas. Seorang guru juga harus bisa menjadi tempat ternyaman bagi siswanya dan memberikan contoh suri tauladan yang baik”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Dalam rangka menciptakan dan mencari calon peserta didik, SMA Darussalam membuat sebuah strategi yaitu berupa pemberian reward atau penghargaan kepada seluruh siswa yang mendapat prestasi baik dibidang akademik atau non akademik. Hal ini telah disampaikan

oleh Bapak Affan Sucipto, S.Pd. selaku kepala sekolah SMA Darussalam, beliau mengatakan bahwa:

“Upaya mencari calon peserta didik untuk sekolah disini yaitu salah satunya dengan memberikan reward berupa piagam dan uang pembinaan kepada siswa siswi yang berprestasi baik dibidang akademik atau non akademik seperti juara olimpiade sains, peringkat pararel, juara pidato, hadrah dan lainnya. Selain itu, kita juga memberikan reward kepada siswa yang tahfidz 5 juz keatas agar mereka lebih semangat dalam menghafal al quran. Pada masa penerimaan siswa baru saat ini, kami juga memberikan reward kepada 100 pendaftar pertama dengan tujuan calon pesera didik segera mendaftar di SMA Darussalam”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Dari sekian banyak perencanaan yang telah dibuat oleh pihak sekolah yang terdiri dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah, staf dan pihak guru, diharap semua yang sudah disusun bisa terlaksana dengan baik, dan SMA Darussalam ini mampu membentuk karakter dari peserta didik sebagai ciri khas dari sekolah berbasis pesantren yang berada dibawah naungan pondok pesantren Darussalam Blokagung. Pihak SMA Darussalam menerapkan manajemen pemasaran pendidikan dengan menyusun sebuah perencanaan strategi pemasaran yang kemudian dilanjutkan dengan pembentukan tim PPDB serta promosi yang di dukung dengan media massa baik online maupun offline dengan tujuan untuk mempermudah promosi, sehingga SMA Darussalam dapat dikenal oleh masyarakat luas diluar sana. Dalam memaksimalkan pelayanan pendidikan kepala sekolah menuntut kepada seluruh tenaga pendidik untuk lebih profesional dan memberikan contoh yang baik serta mampu menjalin komunikasi yang baik dengan seluruh siswa siswi SMA Darussalam Blokagung.

2. Pelaksanaan Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Di SMA Darussalam Blokagung

Dalam sebuah manajemen, pelaksanaan merupakan langkah selanjutnya yang akan di tempuh oleh pihak sekolah dalam merealisasikan perencanaan yang sudah dibuat. Menurut Bapak Affan Sucipto, S.Pd. selaku kepala sekolah SMA Darussalam, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam proses pelaksanaan kita mengacu pada strategi yang sudah dibentuk dan disepakati sebelumnya, seperti pembentukan

panitia PPDB yang kemudian target promosi yang harus dicapai. Sehingga diharapkan semua tim dapat menjalankan tugasnya dengan maksimal”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Strategi utama sekolah untuk menarik calon siswa dan mempromosikan sekolah adalah pemasaran pendidikan, dan diharapkan terlaksana sesuai dengan rencana yang ditetapkan sekolah. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Anis Amnan Mahfudi, S.T selaku WKS humas SMA Darussalam, beliau mengatakan bahwa:

“banyak sedikitnya siswa yang mendaftar disini, itu tergantung bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan, pentingnya promosi menjadikan kita berusaha dengan semaksimal mungkin agar bisa menyampaikan informasi terkait sekolah kepada seluruh calon peserta didik seperti menyebar brosur, mengunjungi sekolah, memasang banner dan menggunakan media sosial”. (Senin, 25 Maret 2024)

Upaya awal pelaksanaan pemasaran pendidikan adalah berfokus pada pengukuhan tim PPDB, waktu dan lokasi, serta target yang dituju. Sekolah dapat mempromosikan dirinya kapan saja dan setiap hari. Namun waktu yang paling tepat adalah menjelang penerimaan peserta didik baru yang akan berlangsung pada bulan April hingga Juli 2024. Tim PPDB SMA Darussalam melakukan kerja sama dengan sekolah terdekat seperti MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam untuk melakukan sosialisasi brosur dengan mengumpulkan siswa siswi kelas IX. Dapat disayangkan, pihak sekolah SMA Darussalam hanya melakukan kunjungan di MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam, sedangkan disekolah lain yang berada didaerah Banyuwangi kunjungan terkait promosi tidak dilakukan, cukup promosi melalui banner dan media online. Untuk promosi didaerah luar Banyuwangi, pihak SMA Darussalam menggunakan media online dan dibantu oleh para pengasuh dan alumni yang berdomisili diluar Banyuwangi.



Gambar 4. 3 Pemasangan Banner di pinggir jalan

Sumber: Data Primer, Dokumentasi Peneliti

Selain itu SMA Darussalam tidak menargetkan siapa yang boleh atau tidak boleh menjadi pelanggan SMA Darussalam, sehingga sekolah mempersilahkan semua golongan bisa mendaftar tanpa melihat mana yang kaya dan miskin, dan yang selanjutnya, seluruh karyawan, staff dan guru SMA Darussalam berkewajiban untuk dapat mempromosikan sekolah agar masyarakat mengetahui dan mendaftarkan anaknya ke sekolah tersebut. Pendaftaran calon peserta didik baru SMA Darussalam dilakukan secara online dan offline. Hal ini disampaikan oleh Bapak Muhammad Ulil Albab selaku bagian administrasi dan panitia PPDB yang mengatakan bahwa:

“Untuk pendaftaran saat ini dibuka secara online, jadi para calon wali murid bisa mengakses link atau menghubungi contact person yang tertera pada brosur atau banner yang kita pasang, akan tetapi jika ada yang ingin mendaftar secara offline bisa dilayani di kantor SMA Darussalam” (Rabu, 29 Mei 2024)



Gambar 4. 4 Pendaftaran offline di kantor sekolah

Sumber: Data Primer, Dokumentasi Peneliti

Dalam melakukan promosi sekolah, SMA Darussalam menggunakan media promosi yaitu menggunakan media cetak berupa brosur yang disebar dan disosialisasikan, target pertama dan utama adalah siswa siswi SLTP naik tingkatan yaitu siswa siswi MTs Al Amiriyyah dan SMP Darussalam mengingat kedua sekolah tersebut dan SMA Darussalam merupakan instansi dibawah naungan Pondok Pesanteren Darussalam. Untuk memudahkan warga mengetahui informasi pendaftaran siswa baru, panitia PPDB SMA Darussalam memasang banner di tiang pinggir jalan, banner tersebut berisikan tentang program program kegiatan SMA Darussalam. Selain media cetak, media online juga digunakan dalam mendukung keberhasilan promosi seperti pembuatan video kreatif, mengeshare kegiatan-kegiatan yang ada disekolah melalui WhatsAap, Instagram, YouTube, TikTok dan Facebook yang semuanya dengan nama akun smadarussalam. Adapun untuk pendaftaran online bisa mengakses link sebagai berikut <https://linktr.ee/darussalamblokagung> atau <http://www.blokagung.net/psb> atau menghubungi *contact person* 081336036707 atas nama bapak Haniful Adib, M.Pd. dan 085736920759 atas nama bapak Ulil Albab, S.Pd.

Dalam menunjang keberhasilan mempromosikan SMA Darussalam, sekolah ini juga menunjukkan program-program yang dimiliki oleh SMA Darussalam seperti:

a) Program Jurusan

Program jurusan merupakan program unggulan yang ditawarkan oleh SMA Darussalam kepada calon peserta didik, program ini terdiri dari program jurusan bahasa (khusus putri) yaitu bahasa inggris, bahasa mandarin, bahasa jepang dan bahasa korea, kemudian program jurusan MIPA yaitu matematika, biologi, fisika dan kimia dan yang terakhir adalah program jurusan IPS yaitu sosiologi, ekonomi, geografi dan sejarah. Dengan adanya program jurusan ini, mampu untuk mengembangkan keahlian dan menarik minat calon peserta didik sekolah di SMA Darussalam serta mereka diperbolehkan untuk memilih program mana yang diminati.

b) Budaya Disiplin dan Berdo'a di Pagi Hari

Budaya disiplin merupakan perilaku yang harus tertanam didalam diri seorang siswa siswi SMA Darussalam. Hal ini dibuktikan dengan siswa diharuskan berangkat kesekolah pukul 07:00 dengan menggunakan seragam lengkap sesuai dengan jadwalnya yang kemudian dilanjutkan dengan pembacaan istighasah asmaul husna sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai dan seluruh guru dimohon untuk mendampingi siswanya. Strategi atau prosedur ini bertujuan agar masyarakat, khususnya orang tua siswa, mengetahui bagaimana metode pengajaran di sekolah ini juga dapat memproyeksikan citra positif di masyarakat. Hal ini juga sebagai bentuk promosi sekolah dan menunjukkan kepada masyarakat mengapa sekolah ini lebih unggul dibandingkan sekolah lainnya.

c) Program Ekstrakurikuler

Ekstrakurikuler adalah latihan yang dilakukan oleh siswa SMA Darussalam di luar jam pelajaran di bawah arahan dan pengawasan pembimbing. Latihan-latihan ini diharapkan dapat menumbuhkan kapasitas bakat, minat, dan karakter siswa yang sebenarnya. Adapun program ekstrakurikuler SMA Darussalam dibagi menjadi dua yaitu:

1) Ekstrakurikuler Umum

- a) Kepramukaan (wajib)
- b) Teater
- c) Tata Boga
- d) Tata Rias
- e) Seni Lukis
- f) Cinematografi
- g) Seni Musik (Band)
- h) Sepak Bola
- i) Bola Voli
- j) Bulu Tangkis
- k) Tenis Meja

- l) Atletik
- m) Jurnalistik
- n) Desain Grafis
- o) PMR
- 2) Ekstrakurikuler Agama
 - a) Tahfidzul Qur'an
 - b) Rebana
 - c) Pidato Bahasa Arab
 - d) Syarkhil Qur'an
 - e) Kaligrafi
 - f) Qiro'at

Dengan jenis kegiatan seperti di atas, diyakini akan banyak yang tertarik untuk bersekolah di SMA Darussalam Blokagung. SMA Darussalam menyatakan sekolah ini tidak sekedar mempromosikan sekolah di sela-sela kepentingan tersebut, namun juga sangat memperhatikan pendidikan dalam kehidupan beragama dan sosial yang harus saling membantu bekerja sama untuk terciptanya kerukunan dan kemajuan SMA Darussalam Blokagung. Hal lain juga disampaikan oleh Bapak Affan Sucipto, S.Pd. beliau mengatakan bahwa:

“Dalam proses pelaksanaan kita memperhatikan pada lima unsur yaitu yang pertama penampilan, baik penampilan gedung sekolah maupun penampilan guru disini agar sekolah ini terlihat menarik dan disiplin, yang kedua adalah sikap sopan dan ramah yang harus dimiliki oleh seluruh karyawan, guru dan siswa disini, ketiga profesionalisme yaitu guru yang ada disini merupakan guru yang ahli dibidangnya, keempat pedagogik yaitu kemampuan guru dalam menguasai kelas saat KBM berjalan, kelima adalah pelayanan, bagaimana cara kita memberikan pelayanan terbaik kepada siswa yang ada disini”. (Selasa, 19 Maret 2024)

Kegiatan yang dilakukan pihak SMA Darussalam dalam proses pelaksanaan selain promosi adalah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi siswa siswinya, disiplin, profesional dan bersikap sopan, sehingga dalam hal ini dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas para siswa siswi yang kedepannya akan memberikan timbal balik yang menguntungkan bagi sekolah. Ketika seorang siswa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepadanya, maka secara tidak langsung dia akan mempromosikan sekolah tersebut kepada orang lain.

Pernyataan di atas didukung dengan observasi peneliti pada Selasa, 28 Mei 2024 pukul 07.00 WIB, berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti saat di SMA Darussalam bahwa pelaksanaan

pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik sekolah juga menunjukkan program-program seperti siswa dan guru datang tepat waktu dan berseragam lengkap sesuai dengan jadwalnya kemudian dilanjutkan mengikuti pembacaan isstighasah serta kegiatan belajar mengajar yang sesuai dengan program jurusan siswa masing-masing dikelas. Meskipun begitu, masih terdapat beberapa siswa yang datang terlambat akan tetapi langsung ditangani oleh kesiswaaan. Disisi lain guru serta staff yang berada disana juga sangat sopan dan ramah serta professional dibidangnya.

Pernyataan lain juga disampaikan oleh salah satu siswa SMA Darussalam bernama Arif Nur Fatwa yang mengatakan bahwa:

“selama saya sekolah di SMA Darussalam, saya mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang memadai, sehingga memudahkan saya untuk belajar dan membuat saya lebih nyaman dalam kegiatan belajar mengajar”. (Ahad, 12 Mei 2024)

Promosi seperti itu memberikan dampak yang baik bagi sekolah karena banyak yang mendaftarkan diri mereka ke SMA Darussalam. Hal ini dibuktikan dengan prosentase jumlah kenaikan siswa di SMA Darussalam pertahunnya yaitu:

Tabel 1. 7 Daftar Kenaikan Siswa Pertahun

NO	TAHUN	JUMLAH SISWA
1	2022	615
2	2023	639
3	2024	650

Sumber: Data Skunder, Dokumentasi TU

Dari tabel diatas, terdapat peningkatan siswa yang masuk di SMA Darussalam setiap tahunnya. Kenaikan ini jelas tidak terlepas dari usaha dan jerih payah pihak sekolah dalam mempromosikan dan meningkatkan pelayanan serta fasilitas yang ada. Peneliti juga mewawancarai salah satu siswa SMA Darussalam bernama Ahmad Nizar Ulin Nuha terkait alasan mengapa memilih SMA Darussalam sebagai sekolah yang diinginkannya, ia mengatakan bahwa:

“saya sekolah di SMA Darussalam karena tertarik dengan fasilitas yang memadai dan jurusan MIPAny, serta program ekstrakurikuler yang banyak dan juga guru disini semuanya ramah” (Sabtu, 25 Mei 2024).

Untuk tenaga pendidik yang ada di SMA Darussalam semuanya sudah menyelesaikan pendidikan S1 sesuai dengan bidangnya, bahkan rata-rata guru disini alumni dari pondok pesantren Darussalam. Semua guru disini sudah sesuai dengan pengalaman mengajar Pelajaran umum maupun agama. Maka dari itu, promosi yang dilakukan oleh panitia PPDB dengan membagi beberapa guru untuk datang kesekolah untuk mensosialisasikan progam unggulan dari masing-masing jurusan yang ada di SMA Darussalam.

Dalam proses penetapan biaya SMA Darussalam menggunakan sistem pembayaran terpadu, proses penetapan biaya ini dilakukan dengan adanya rapat kordinasi pihak sekolah dan pihak pondok pesantren dengan mempertimbangkan segala pelayanan dan fasilitas yang akan diberikan, sehingga antara pelayanan dan harga yang ditetapkan dapat seimbang dan wali santri atau wali murid tidak merasa terbebani, biaya pendaftaran dikategorikan menjadi tiga yaitu siswa naik tingkatan, siswa dan santri baru serta siswa baru tidak mondok. Biaya yang dikeluarkan saat pendaftaran sudah termasuk dengan seragam sekolah. Sedangkan biaya SPP perbulan juga dikategorikan menjadi dua yaitu siswa pondok dan siswa desa, yang dimana SPP anak desa lebih murah di banding dengan anak pondok, dikarenakan bagi siswa pondok masih ada pendidikan diniyyah dan kos makan serta fasilitas lainnya. Pembayaran SPP perbulan meliputi buku paket, LKS, kaos olahraga, atribut sekolah, PKL dan tasyakur kelas akhir. Untuk biaya yang dikeluarkan oleh calon peserta didik sepadan dengan pelayanan serta fasilitas yang diberikan, sehingga banyak wali murid dan siswa yang merasa puas dengan apa yang sudah mereka rasakan.

Tabel 1 . 8 Daftar Biaya Pendaftaran dan SPP Th. 2024

NO	NAMA	PENDAFTARAN	SPP (Perbulan)
1	Siswa Naik Tingkatan	Rp. 2.895.000	
2	Siswa & Santri Baru	Rp. 3.590.000	Rp. 755.000
3.	Siswa Baru (Desa)	Rp. 2.730.000	Rp. 255.000

Sumber: Data Skunder, Dokumentasi TU

Lulusan dari SMA Darussalam sebagian besar dapat diterima diperguruan tinggi yang ada diseluruh Indonesia, baik negeri maupun swasta, hal ini membuktikan bahwa pihak sekolah selalu berusaha memberikan mutu kualitas yang tinggi baik dalam segi pelayanan maupun fasilitas. Sehingga proses ini akan menumbuhkan citra yang

baik bagi sekolah dan dapat dijadikan sebagai bahan promosi untuk meningkatkan minat calon peserta didik sekolah di SMA Darussalam Blokagung.

3. Evaluasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di SMA Darussalam

Langkah manajemen selanjutnya adalah evaluasi, yang mengikuti berbagai tahapan setelah perencanaan dan pelaksanaan. Tujuan evaluasi ini adalah untuk mengetahui sejauh mana rencana kerja yang telah disusun sebelumnya telah dilaksanakan. Perbaikan dapat segera dilakukan jika ditemukan masalah atau kekurangan. Menurut Bapak Affan Sucipto, S.Pd. selaku kepala sekolah mengatakan bahwa:

“evaluasi sangat penting dilakukan karena untuk mengukur seberapa jauh keberhasilan kita, dengan adanya evaluasi kita menjadi tahu bagian mana yang kurang maksimal dan perlu diperbaiki, sehingga setiap hari saya selalu mengamati segala proses yang ada untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi. Untuk pelaksanaannya yaitu dengan melakukan rapat koordinasi bersama dengan wakil kepala sekolah dan tim PPDB, membahas apa saja yang menjadi kendala dan mencari solusinya bersama”.
(Selasa, 19 Maret 2024)

Oleh karena itu, evaluasi yang dilakukan oleh pengelola lembaga pendidikan SMA Darussalam tidak hanya dilakukan di akhir tahun pembelajaran saja, akan tetapi dilakukan setiap hari, perbulan, pertengahan semester dan akhir semester, semua ini bertujuan untuk membahas program-program mana yang perlu diperbaiki setiap harinya dan mana yang perlu dihapus. Jika terdapat suatu masalah maka akan dipecahkan dan dicari solusinya bersama demi menjaga kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan kepada siswa SMA Darussalam. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Anis Amnan Mahfudi, S.T selaku WKS humas SMA Darussalam yang mengatakan bahwa:

“langkah awal yang kita evaluasi adalah bagian internal yaitu apa yang menjadi kekurangan kita, kita perbaiki bersama seperti contoh meningkatkan pelayanan dan fasilitas serta kedisiplinan, sehingga ketika masalah internal sudah teratasi, maka insya allah masalah eksternal pun juga akan bisa kita hadapi”. (Senin, 25 Maret 2024)

Pentingnya evaluasi bagi suatu lembaga pendidikan dapat menjadikan lembaga tersebut berbenah kearah yang lebih baik. Hal ini

juga membuktikan bahwa SMA Darussalam sangat memperhatikan kualitas baik dalam segi pelayanan maupun fasilitas. Kemudian dilanjutkan dengan persiapan program kegiatan terdekat yang akan dilakukan berikutnya agar lebih matang dalam pelaksanaannya.

Pelaksanaan evaluasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam terkait perencanaan adalah dengan mengkaji ulang strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan melakukan koordinasi bersama dengan tim PPDB, sehingga dari situ dapat diketahui strategi mana yang kurang maksimal, mengingat strategi tidak hanya berlaku pada jangka pendek melainkan juga jangka panjang. Sedangkan dalam pelaksanaan pemasaran, evaluasi yang dilakukan adalah dengan mengukur tingkat keberhasilan dari strategi dan kinerja yang diterapkan. Sehingga terdapat batas minimal yang harus dicapai oleh pihak sekolah untuk dijadikan sebagai tolak ukur dalam keberhasilan. Menurut Bapak Affan Sucipto, S.Pd. selaku kepala sekolah beliau mengatakan bahwa:

“Pelaksanaan evaluasi itu terbagi menjadi beberapa bagian, ada evaluasi harian, evaluasi bulanan, evaluasi persemester dan evaluasi tahunan. Setiap evaluasi kita selalu membahas terkait kekurangan serta solusi dari program yang sudah berjalan dan program baru apa yang akan dilaksanakan. Dalam setiap evaluasi kita juga tidak lepas membahas terkait promosi sekolah karena ini merupakan faktor penting, jika program sudah berjalan maka langkah selanjutnya adalah mempublikasikannya kepada seluruh masyarakat”. (Selasa, 19 Maret 2024).

Pernyataan di atas diperkuat dengan observasi yang dilakukan peneliti pada Selasa, 20 Mei 2024 pukul 06.30 WIB, berdasarkan pengamatan peneliti, setiap pagi semua staff dan guru SMA Darussalam melakukan briefing pagi yang dipimpin oleh kepala sekolah sebelum kegiatan belajar mengajar berlangsung, dalam kegiatan ini kepala sekolah selalu memberikan motivasi serta evaluasi diri setiap harinya, seperti membahas guru yang telat atau tidak seragam atau pun menyampaikan program kerja dalam waktu jangka dekat.

BAB V

PEMBAHASAN

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan strategi, menetapkan biaya, melakukan promosi serta menyalurkan gagasan, produk dan jasa agar terciptanya kegiatan jual beli yang menguntungkan organisasi. Dalam sebuah promosi, strategi pemasaran merupakan komponen yang paling penting. Sebagaimana tertuang pada bab 1 bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan daya tarik minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung”. Menganalisis temuan hasil wawancara dan observasi peneliti yang diperoleh dari pihak-pihak yang bersangkutan terhadap manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru yang disertai bersama dokumentasi pendukung hasil temuan.

Sesuai hasil temuan peneliti mengenai efektivitas manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik, temuan peneliti dianalisis menggunakan dasar kajian teori dan fakta yang terjadi di lapangan, baik dari hasil wawancara, observasi hingga dokumentasi yang pada bab sebelumnya sudah dipaparkan dengan memadukan tiga teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Berikut fokus pembahasan dalam hal ini meliputi tiga komponen yaitu:

1. Bagamainan Perencanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru?

Perencanaan manajemen pemasaran pendidikan telah dilaksanakan berdasarkan proses manajemen secara keseluruhan, yaitu meliputi perencanaan hingga pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai (Smith; Li; Rafferty, 2020). Kegagalan atau kendala yang dihadapi pada saat implementasi dapat diminimalisir dengan rencana yang telah ditetapkan sejak awal. Dalam hal ini, sejumlah perangkat pemasaran akan digunakan setiap tahun sebagai hasil dari strategi pemasaran yang diterapkan.

Temuan pertama dalam perencanaan strategi pemasaran pendidikan yang telah dibahas pada bab sebelumnya dalam meningkatkan minat peserta didik mencakup empat rencana, yaitu:

- a) Penyusunan strategi pemasaran
- b) Pembentukan tim PPDB
- c) Penentuan biaya
- d) Penentuan media promosi

Kegiatan dalam penerimaan peserta didik baru telah direncanakan dengan baik. Hal ini terbukti dengan adanya tahapan penyusunan program

kerja bersama kepala sekolah. Pada umumnya kegiatan penerimaan siswa baru ini tidak lepas dari kerjasama dan koordinasi dari pihak sekolah yang bersangkutan.

Menurut Junaris dan Haryanti (2022:4) Manajemen pemasaran pendidikan merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian secara efektif dan efisien seluruh kegiatan pemasaran pendidikan untuk mengembangkan karakter peserta didik secara utuh dan memberikan layanan intelektual yang bermutu dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi. Pemasaran ini berfokus pada bagaimana memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan siswa. Pelayanan tersebut tentunya perlu didukung oleh tenaga ahli dibidangnya, mempunyai sumber daya dan fasilitas yang cukup, serta selalu meningkatkan kualitas lulusan.

Proses penerapan manajemen pemasaran pendidikan di SMA Darussalam Blokagung terdiri dari tindakan perencanaan yaitu merencanakan segala sesuatu yang akan dilakukan dan kemudian diorganisasikan oleh setiap bagian pendidikan sesuai dengan bidang dan kemampuannya. Terdapat beberapa tahapan dalam perencanaan pemasaran pendidikan yaitu:

1. Identifikasi Pasar

Identifikasi pasar merupakan langkah untuk mempelajari dan memahami perilaku konsumen. Identifikasi pasar ini juga harus mempertimbangkan peluang yang diinginkan oleh masyarakat secara keseluruhan. Menurut hasil yang peneliti lakukan di SMA Darussalam Blokagung berdasarkan narasumber peneliti, pihak sekolah menyadari bahwa calon peserta didik memiliki banyak perbedaan dalam hal keinginan. Oleh sebab itu, proses identifikasi dalam pemasaran pendidikan terhadap situasi dan kondisi calon peserta didik adalah menjadi sorotan utama. Untuk situasi ini, SMA Darussalam memiliki program-program pemasaran yang menyesuaikan dengan keadaan masyarakat sekitar. Pada awalnya pihak sekolah melakukan survei untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan masyarakat. Hal ini memungkinkan sekolah menghadirkan produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini terbukti dengan pihak SMA Darussalam sudah menerapkan kurikulum merdeka. Langkah selanjutnya adalah mengontrol perkembangan program selanjutnya secara berkala agar sekolah selalu mengetahui perubahan sosial baru dan apa yang perlu diikuti oleh peserta didik.

2. Segmentasi Pasar

Segmentasi adalah pengelompokan pelanggan potensial ke dalam kelompok yang lebih kecil. Segmentasi pasar digunakan untuk

mengidentifikasi dan menargetkan pelanggan berdasarkan karakteristik, kebutuhan dan keinginan dari setiap konsumen, kemudian membaginya sesuai dengan yang mereka butuhkan. Menurut hasil yang peneliti lakukan di SMA Darussalam Blokagung, pihak sekolah menggunakan segmentasi pasar berdasarkan kebutuhan kelompok konsumen. Pertama berdasarkan ekonomi sosial, sekolah ini menerima seluruh calon peserta didiknya apapun status social ekonominya. Oleh karena itu, mereka akan diterima dengan baik di SMA Darussalam. Kedua berdasarkan wilayah, jangkauan daerah yang di tuju yaitu Banyuwangi dan luar Banyuwangi. Ketiga berdasarkan program jurusan yaitu mengelompokkan peserta didik sesuai dengan program yang diambil.

3. Targeting

Targeting adalah proses memilih segmen pasar mana yang akan dimasuki. Tujuan dari penargetan ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempermudah menjangkau segmen yang diinginkan. Dalam konteks lembaga pendidikan, langkah awal adalah penentuan target calon peserta didik, yaitu mengetahui dengan benar siapa calon peserta didik yang akan dimasuki. Tujuan dari upaya ini adalah untuk memudahkan sekolah dalam membuat produk layanan pendidikan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Menurut hasil yang peneliti lakukan di SMA Darussalam Blokagung berdasarkan narasumber peneliti bahwa target calon peserta didik SMA Darussalam terbagi menjadi dua yaitu yang pertama merupakan peserta didik MTs atau SMP yang berada disekitar daerah Banyuwangi, yang kedua adalah calon peserta didik yang berada diluar Banyuwangi atau diluar jawa yaitu dengan melakukan promosi melalui alumni atau santri/siswa yang asalnya dari luar jawa dengan jumlah kuota yang ditargetkan adalah 300 siswa baru.

4. Positioning

Positioning adalah suatu upaya untuk membuat suatu barang menjadi unik dan mempunyai keunggulan dibandingkan dengan pesaing atau untuk menjelaskan kelebihan barang tersebut agar pembeli tertarik. Menurut hasil yang peneliti lakukan di SMA Darussalam Blokagung terbukti bahwa SMA Darussalam merupakan sekolah memiliki ciri khas tersendiri yaitu sekolah dengan berbasis pesantren dibawah naungan Pondok Pesantren Darussalam dan memiliki berbagai program-program unggulan seperti program jurusan bahasa, MIPA dan IPS serta program ekstrakurikuler yang sudah di akui oleh masyarakat.

2. Bagaimana Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru?

Penerimaan peserta didik sangat dipengaruhi oleh penerapan strategi manajemen pemasaran pendidikan. Tindakan yang akan diambil harus sesuai dengan rencana yang telah dibuat diawal dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan. Dalam melaksanakan pemasaran pendidikan, seluruh struktur sekolah ikut dalam mengambil bagian dalam kegiatan pemasaran, namun tetap ditugaskan pada tupoksinya masing-masing.

Para ahli dapat memanfaatkan sejumlah poin bauran pemasaran ketika menerapkan pemasaran pendidikan. Perpaduan bauran pemasaran dalam konteks pendidikan merupakan komponen yang sangat penting dan dapat dipadukan, sehingga dapat menciptakan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan. Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu *product* (produk pendidikan), *price* (harga pendidikan), *place* (lokasi pendidikan), *promotion* (promosi pendidikan), *person* (sumber daya pendidikan), *physical evidence* (bukti fisik pendidikan), *process* (proses pendidikan).

a) *Product* (Produk Pendidikan)

Suatu model pendidikan yang bergerak pada bidang tertentu merupakan produk pemasaran yang dimaksud ketika memasarkan jasa pendidikan. Dalam hal ini, pihak sekolah harus memberikan beberapa tawaran produk atau program sekolah kepada masyarakat baik dibidang agama maupun umum dengan ciri khas tersendiri dari sekolah tersebut, dengan harapan jika masyarakat sudah memilih sekolah tersebut maka Masyarakat akan mendapatkan apa yang mereka inginkan. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan di SMA Darussalam, bahwa sekolah tersebut memiliki program jurusan MIPA, Bahasa dan IPS dan program ekstrakurikuler.

b) *Price* (Harga Pendidikan)

Harga adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk suatu produk. Dalam konteks layanan pendidikan, harga mencakup semua biaya yang terkait dengan penerimaan layanan tersebut. Biaya pendidikan digunakan memajukan sekolah dan kemudian sisanya dijadikan sebagai kas sekolah untuk menjamin kualitas yang baik. Harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium dan lain-lain. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan di SMA Darussalam, biaya pendaftaran di SMA Darussalam memiliki tiga kategori yaitu siswa naik tingkatan, siswa dan santri baru serta siswa baru anak desa. Sedangkan SPP perbulan dibedakan menjadi dua kategori yaitu siswa pondok dan siswa desa. Perbedaan dari keduanya adalah terletak pada penambahan pelayanan

dan fasilitas khusus siswa pondok seperti madrasah diniyyah, kos makan, air, listrik dan lain-lain.

c) *Place* (Lokasi Pendidikan)

Lokasi merupakan tempat dimana jasa tersebut beraktifitas dan dihasilkan. Dalam konteks jasa pendidikan place adalah lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah cukup menjadi pertimbangan bagi calon peserta didik dalam menentukan keputusannya. Yang menjadi daya tarik tersendiri adalah lokasi yang nyaman, strategis, dan mudah dijangkau. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan di SMA Darussalam, lokasi SMA Darussalam sangat strategis karena terletak di daerah yang ramai penduduk dan mudah diakses menggunakan motor atau mobil oleh masyarakat. Siswa siswi yang bersekolah disini berasal dari masyarakat sekitar dan juga berasal dari luar jawa yang diharuskan menetap dipondok pesantren Darussalam Blokagung.

d) *Promotion* (Promosi Pendidikan)

Promosi adalah proses memperkenalkan produk kita kepada orang lain agar pembelian dan penjualan berlangsung dan menguntungkan kedua belah pihak. Promosi artinya memberikan informasi dan membujuk pelanggan mengenai kelebihan barang yang ditawarkan. Dalam lingkup pemasaran pendidikan, promosi pendidikan yang akan di promosikan adalah jasa pendidikannya. Media cetak dan media online yang dapat memudahkan serta memaksimalkan kegiatan promosi dapat dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan promosi. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan di SMA Darussalam, bahwa dalam pelaksanaan promosi sekolah, SMA Darussalam menggunakan media cetak seperti pembuatan dan penyebaran brosur, memasang spanduk dipinggir jalan, dan juga menggunakan media online seperti Website, YouTube, Instagram, TikTok, WhatsAap Dan Facebook. Selain itu, pihak sekolah juga melakukan kunjungan kesekolah akan tetapi hanya di MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam dikarenakan focus utama adalah kedua sekolah tersebut, sedangkan sekolah lain didaerah sekitar Banyuwangi tidak melakukan kunjungan.

e) *People* (Orang)

People dalam konteks pendidikan adalah keterlibatan seseorang dalam proses penyampaian jasa pendidikan, meliputi tata usaha, kepala sekolah, guru dan karyawan. Materi dan sumber daya pendidikan ini sangat penting bagi administrasi pendidikan dan bahkan berfungsi sebagai kekuatan pendorong di balik layanan pendidikan berbasis sekolah. Suatu lembaga atau organisasi pendidikan baik kualitas maupun kuantitasnya akan dibangun dengan sumber daya manusia yang kompeten. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan di SMA Darussalam, bahwa SMA Darussalam memiliki struktur organisasi yang

jelas dan lengkap terdiri dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah, tenaga pendidik dan kependidikan yang semuanya bertugas sesuai dengan job tugasnya masing-masing. Semua tenaga pendidik dan kependidikan diuntut untuk bisa memberikan suri taulan yang baik dan sikap ramah tamah yang harus selalu ditampilkan baik sesama tenaga pendidik, siswa dan juga wali murid. Selain itu juga adanya jalinan komunikasi antara pihak sekolah dengan wali murid.

f) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical evidence (bukti fisik) adalah dimana pelayanan dilakukan dan langsung terhubung dengan pelanggan. Dalam dunia pendidikan bukti fisik yang dimaksud yaitu gedung-gedung dan bangunan sekolah yang disitu menjadi tempat sekaligus sarana bagi pihak sekolah untuk memberikan jasa pelayanan kepada siswanya. Menurut hasil penelitian yang peneliti lakukan di SMA Darussalam, bahwa terdapat gedung-gedung sekolah dan sarana lainnya sudah dijelaskan didaftar sarana prasarana.

g) *Process* (Proses)

Proses merupakan suatu teknik dalam rangkaian kegiatan untuk menyampaikan pelayanan dari pembuat sampai ke pembeli. Proses merupakan suatu kegiatan belajar mengajar yang berlangsung terus menerus dalam lingkungan pendidikan, dimana guru mengajarkan teori dan praktek kepada siswa untuk membantu mereka memahami materi yang diajarkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di SMA Darussalam, bahwa proses pendidikan yang berlangsung disekolah tersebut berjalan dengan lancar, efektif dan kondusif, terbukti dengan aktifnya kehadiran guru dan siswa dikelas, guru menerangkan dan murid mendengarkan serta mencatat, dan juga diadakan praktek demi memaksimalkan pemahaman siswa.

3. Bagaimana Evaluasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di SMA Darussalam?

Evaluasi merupakan proses akhir dalam menentukan bagaimana suatu pekerjaan perencanaan dan pelaksanaan dilaksanakan, maka evaluasi merupakan ruang lingkup penting yang harus ada dalam suatu proses manajemen. Dalam hal ini, evaluasi diperlukan untuk menyempurnakan strategi tahun berikutnya. Pengambilan keputusan berdasarkan seperangkat kriteria yang telah disepakati dan dapat dipertanggungjawabkan. Penilaian ini dilakukan oleh kepala sekolah secara langsung kepada bawahannya yang telah bekerja, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga anggota organisasi yang diberi tugas sesuai dengan tupoksinya dapat bertanggung jawab atas kinerjanya.

Dengan menampilkan program-program yang dimiliki dan mengedepankan mutu pelayanan pendidikan, para staf pengajar berhasil melaksanakan program-program yang telah dikembangkan dan disediakan bagi peserta didik. Di SMA Darussalam, kepala sekolah melakukan evaluasi pemasaran pendidikan setiap saat sehingga apabila kegiatan yang dilakukan kurang efektif dapat segera diperbaiki. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan rapat koordinasi bersama pihak sekolah dan tim PPDB untuk mengkaji ulang strategi yang sudah ditetapkan. Mengukur tingkat keberhasilan dari kinerja yang sudah dilakukan oleh pihak sekolah dan panitia PPDB. Jika kegiatan tidak sejalan dengan tujuan yang diharapkan, maka hasilnya pun tidak akan efektif. Jika dikaitkan dengan manajemen pemasaran pendidikan di SMA Darussalam, terlihat kinerja dari tim PPDB sangat profesional dalam menjalankan tugasnya mempromosikan dan melayani pendaftaran calon peserta didik, menjalankan perangkat pemasaran dengan waktu yang tepat dan melakukan sosialisasi brosur dan program-program yang dimiliki oleh sekolah kepada siswa SLTP Darussalam yang sudah ditetapkan. Waktu pelaksanaan evaluasi terbagi menjadi beberapa bagian yaitu evaluasi harian, bulanan, persemester dan evaluasi tahunan, yang semuanya membahas terkait perkembangan dan kekurangan serta kinerja dari setiap unsur sekolah.

Dalam memasarkan suatu produk pendidikan, peningkatan mutu pendidikan juga menjadi perhatian yang tidak kalah pentingnya karena konsumen akan mempertimbangkan mutu sekolah ketika mendaftar ke sekolah tersebut. Jika dilihat dari manajemen pemasaran pendidikan SMA Darussalam terlihat dari kinerja tim PPDB yang mumpuni, bekerja sesuai strategi yang telah ditentukan oleh kepala sekolah, ketepatan waktu dalam promosi serta mampu menggunakan alat media promosi dengan maksimal.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil mengenai peran manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan:

1. perencanaan yang dibuat yaitu: menyusun strategi pemasaran seperti menentukan target, waktu, tempat promosi dan alat promosi, pembentukan panitia PPDB, penetapan biaya pendaftaran dan SPP perbulan selama 1 tahun ajaran.
2. Pelaksanaan yang dilakukan yaitu panitia PPDB bertugas mempromosikan sekolah dan melayani pendaftaran siswa baru. Target utama promosi adalah siswa SLTP darussalam, sekitar Banyuwangi dan diluar Banyuwangi. Waktu pelaksanaan pada bulan April 2024 sampai bulan Juli 2024 dengan target jumlah kuota 300 siswa baru. Alat promosi yang digunakan adalah media cetak seperti brosur dan banner, media online seperti WhatsAap, Tiktok, Instagram, YouTube dan Fecebook. Selain itu promosi juga dibantu oleh pengasuh, alumni dan wali murid. Biaya pendaftaran dan SPP bulanan dikategorikan sesuai dengan jenisnya yaitu siswa pondok atau siswa desa.
3. Evaluasi yang dilakukan adalah melakukan rapat kordinasi bersama pihak sekolah dan tim PPDB untuk mengkaji ulang strategi yang sudah ditetapkan. Mengukur tingkat keberhasilan dari kinerja yang sudah dilakukan oleh pihak sekolah dan panitia PPDB.

B. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teori

Ditemukan kesesuaian manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Darussalam Blokagung, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah siswa di SMA Darussalam setiap tahunnya.

2. Implikasi Kebijakan

Adanya manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik terdapat penerapan kebijakan yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan promosi sekolah oleh seluruh elemen sekolah.

C. Keterbatasan Peneliti

Peneliti telah melakukan kegiatan dengan optimal, namun dalam sebuah penelitian pastinya tidak lepas dengan adanya keterbatasan yang ada. Berikut ini adalah keterbatasan penelitian:

1. kurangnya waktu dalam melakukan penelitian yang mana tidak maksimal dalam mengambil data yang diperoleh
2. Menggunakan alat elektronik dalam lingkup pondok pesantren sangat dibatasi dan menjadi permasalahan.
3. Kurangnya keistiqomahan dan semangat peneliti dalam melakukan penelitian dan mengerjakan skripsi, sehingga ini menjadi kendala internal yang harus ditangani sendiri oleh peneliti.

D. Saran

Saran yang penulis berikan agar kegiatan manajemen pemasaran pendidikan di SMA Darussalam Blokagung dapat berjalan lancar dan membuahkan hasil yang maksimal tanpa mengurangi rasa hormat semua pihak, antara lain:

1. Peneliti menyarankan bahwa SMA Darussalam dalam promosi untuk melakukan kunjungan kesekolah disekitar daerah Banyuwangi, karena selama ini, pihak SMA Darussalam hanya melakukan kunjungan di sekolah MTs Al Amiriyyah dan SMP Plus Darussalam dalam rangka promosi.
2. Peneliti menyarankan bahwa SMA Darussalam menjalin hubungan baik serta memperkuat komunikasi dengan wali murid dan alumni yang dilakukan oleh semua pihak SMA Darussalam, karena memiliki jalur komunikasi yang terbuka dengan berbagai pihak memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan minat peserta didik terhadap pemasaran pendidikan.
3. Peneliti menyarankan bahwa SMA Darussalam lebih meningkatkan kedisiplinan serta pelayanan dan fasilitas, agar menumbuhkan citra yang baik dan dapat memuaskan peserta didik.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Al Quddus dan Terjemahanya, (Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2022)
- Abdussamad, Zuhri. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Dewi, Asmara, Sovia Masayu. 2020. *Evaluasi Manajemen Pemasaran Di Sekolah Ar Raudah Kota Bandar Lampung*. Jurnal Evaluasi Dan Pembelajaran, (Online), Vol.,2, No. 1 (<https://jepjurnal.stkipalitb.ac.id> diakses 24 Mei 2024)
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fawzi, Marissa Grace Haque dkk. 2022. *Strategi pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pancal Books.
- Iqbal, Muhammad, Saiful Annur dkk. 2024. *Strategi Pemasaran Pendidikan Interaktif di SD IT Al Bukhori School Banyuasin*. Jurnal Manajemen Pendidikan, (Online), Vol.,10, No. 1 (<http://jurnal.radenfatah.ac.id> diakses 24 Mei 2024).
- Iswahyudi, Muhammad Subhan, Indra Budaya, Purwoko, dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran (Strategi Dan Praktek Yang Efektif)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia
- Jumiati, Elimawaty Rombe dkk. 2024. *Strategi Pemasaran Pada Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Siswa Baru Di Kalukubula Preschool*. Jurnal Riset Rumpun Ekonomi, (Online), Vol.3, No. 1 (<https://doi.org/10.55606/jurrie.v3i1.2594> diakses 24 Mei 2024).
- Junaris, Imam. & Haryanti, Nik. 2022. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ngatno. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Press Digimedia.
- Napitupulu, Sabar dkk. 2021. *Manajemen Pemasaran pendekatan Praktis dengan teori-teori para ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Nugroho, Jefri Putri dkk. 2021. *Teori Prilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management

- Nurdiana, Pristiyono, Mulkan Ritonga. 2023. *Analisis Pemasaran Interaktif Dalam Menarik Minat Konsumen Berbelanja Online Dan Kepuasan Berbelanja*. Journal of Trends Economics and Accounting Research, (Online), Vol.,3, No. 4 (<https://journal.fkpt.org/index.php/jtear> diakses 20 Maret 2024)
- Prayogo, Adi, dkk. 2023. *Pengaruh Brand Image, Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen*. Jurnal Ilmu Multidisiplin, (Online), Vol.,1, No. 4 (<https://greenpub.org/JIM> diakses 17 Februari 2024)
- Pristiwanti, Desi dkk. 2022. *Pengertian Pendidikan*. Jurnal Pendidikan dan Konseling, (Online), Vol.,4, No. 6 (<https://journal.universitaspahlawan.ac.id> diakses 25 Desember 2023).
- Rahmatillah, Kholifah Insiyah dkk. 2024. *Minat Pembelian Konsumen Pada Kopi Senja Dengkol Singosari: Peran Harga Dan Lokasi Dalam Persepektif Pemasaran*. Jurnal Akuntansi Manajemen, (Online), Vol.,2, No. 1 (<https://sinar.indocakti.ac.id> diakses 25 Maret 2024)
- Susanti, Desi. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Dalam membeli Produk tupperware Pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru*. Jurnal Menara Ekonomi, (Online), Vol.,3, No. 5, (<https://www.jurnal.umsb.ac.id> diakses 25 Desember 2023).
- Stansyah, Maulana Rifky, Muhammad Tegar, dkk. 2023. *Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food*. Jurnal Pendidikan Tata Niaga, (Online), Vol.,11, No. 1. (<https://ejournal.unesa.ac.id> diakses 01 Februari 2024).
- Saleh, Muhammad Yusuf. & Said, Miah. 2019. *Konsep & Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA cv.
- Shobri, Muwafiqus, Farahiyatin Nisa dkk. 2022. *Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah*. Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora dan Pendidikan, (Online) Vol. 4, No. 2 (<https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id> diakses 20 Mei 2024).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. 2005. Jakarta: PT Armas Duta Jaya.
- Wijaya, David. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Yusuf, Munir. 2018. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Sulawesi Selatan: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo.

Zusrony, Edwin. 2020. *Peilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Dokumentasi



Wawancara bersama panitia PPDB sekaligus guru SMA Darussalam

SMA DARUSSALAM
Blokagung Tegalsari Banyuwangi

PSPDB
TAHUN AJARAN
2024/2025

REGISTER NOW

PROGRAM JURUSAN :
[1] IPS [2] IPA [3] BAHASA (PI)

PRESTASI SISWA/SISWI

1. Lulus Simulasi Berprestasi Nasional
2. Juara 2 Gerakan Jamban Tingkat Desa Karangrejo 2023
3. Juara Favorit Lomba Nasional Hari Lahir Gerakan Pemuda Islam (GPI) 2023
4. Juara Harapan 1 Olimpiade Sains dan Matematika 2023
5. Juara 2 MOW Nasional di Sleman Malang 2023
6. Juara 2 Grand Arady Ikada Fair 2023
7. Juara 1 Gema Arady UINBA 2023
8. Juara 1 Lomba Fashion Show UMSYA 2023
9. Juara 4 Besar Speech di UIN Malang 2023
10. Juara 10 Besar Story Telling di UIN Malang 2023
11. Juara 10 Besar Biologi di UIN Jember 2023

A. EKSTRA KURIKULER UMUM

1. Ketrampilan (wajib)
2. Tenis
3. Taekwondo
4. Tarian
5. Seni Lukis
6. Cinematografi
7. Seni Musik (Band)
8. Sepakbola
9. Bola Voli
10. Bulu Tangkis
11. Tari
12. Atletik
13. Jurnalistik
14. Purnama Olahraga
15. PMR

B. EKSTRA KURIKULER AGAMA

1. Tahfidzul Quran
2. Hotsan
3. Pidato Bahasa Arab
4. Syarah Quran
5. Khatam
6. Qasidat

D. CLUB BAHASA

1. Bahasa Inggris
2. Bahasa Melayu
3. Bahasa Arab
4. Bahasa Korea

D. CLUB SCIENCE (IPA)

1. Matematika
2. Biologi
3. Fisika
4. Kimia

E. CLUB SOCIAL (IPS)

1. Sosiologi
2. Sejarah
3. Geografi
4. Sejarah

MOTTO :
"Smart Is Crucial, Character Is More"
CERDAS ITU PENTING, TAPI
AKHLAK JAUH LEBIH PENTING

Contact Person

1. Khairul Anis, M.Pd. [081336036707]
2. Uli Alhas, S.Pd. [085736920759]

QR CODE

Brosur pendaftaran SMA Darussalam



Wawancara bersama siswa SMA Darussalam

Skripsi New

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	3%
2	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	2%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	repository.library-iaida.ac.id Internet Source	1%
9	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%



YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM

SMA DARUSSALAM

STATUS : TERAKREDITASI "A"

NPSN : 20525832 NIS : 300140 NSS : 302052523062

BLOKAGUNG KARANGDORO TEGALSARI BANYUWANGI

Website : www.smadarussalam.sch.id E-mail : smadarussalambwi@gmail.com

Alamat : Jl. Pon. Pes. Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur Kode Pos 68491 Telp. (0333) 4460483

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor: 31/0345/429.245.300140/V1/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AFAN SUCIPTO, S.Pd.
 NIPY : 31207090180138
 Pangkat/ Gol Ruang : Non PNS
 Jabatan : Kepala sekolah
 Unit Kerja : SMA Darussalam Tegalsari

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : ROIS MAHMUDI
 NIM : 2011111030
 Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (MPI)

Nama mahasiswa tersebut di atas telah melakukan observasi penelitian untuk tugas akhir di SMA Darussalam Tegalsari, pada tanggal 15 April 2024 s.d 30 Mei 2024 dengan judul **"MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Banyuwangi, 18 Juni 2024

Kepala Sekolah

AFAN SUCIPTO, S.Pd.
 NIPY 31207090180138



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
Blokagung - Banyuwangi

Alamat : PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi, No Hp : 08113129333
 E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website : uimsya.ac.id, Kode Pos : 68491

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

Pada hari ini Minggu Tanggal Tiga Puluh Bulan Juni Tahun
 Dua Ribu Dua Puluh Empat. Tim Penguji skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan telah menguji
 skripsi saudara :

Nama : Rois Mahmudi
 Prodi : MPI (S.1)
 NIM : 201111030
 Judul Skripsi : Manajemen Pemasaran Pendidikan
Dalam Meningkatkan Minat Peserta
Didik Di Tula Darussalam
Blokagung Banyuwangi

Berdasarkan proses dan hasil ujian, tim penguji berkesimpulan bahwa mahasiswa tersebut :

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

dengan ketentuan:

- ☐ Revisi
☐ Tanpa Revisi
☐ Menempuh ujian ulang

Blokagung, 30/06 2024

Ketua

Penguji I

Penguji II

Mengetahui,

Dekan

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

Catatan :

1. Jika Revisi,
 Batas akhir pengumpulan hasil revisi pada tanggal 05/07 2024
2. Jika Ujian Ulang
 Pelaksanaan Ujian ulang pada Tanggal : 2024

NAMA	ROIS MAHMUDI	
NIM	2011111030	
FAKULTAS	TARBIYAH DAN KEGURUAN	
ANGKATAN	20201	
PROGRAM STUDI	S1 MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM	
PERIODE	20232	

No	Periode	Hari/Tgl Pertemuan	Catatan Pertemuan/Konsultasi PA	Keterangan
1	20232	13 Juni 2024	PENGECHEKAN DATA KESELURUHAN	PENGECHEKAN TOTAL
2	20232	05 Juni 2024	ABSTRAK	PENULISAN ABSTRAK DAN PENGAMBILAN POIN-POINNYA
3	20232	31 Mei 2024	DAFTAR PUSTAKA	BIMBINGAN TENTANG PENGISIAN DAFTAR PUSTAKA DAN PENGECHEK AN
4	20232	28 Mei 2024	BAB 6 KESIMPULAN	BIMBINGAN TENTANG PENGAMBILAN KESIMPULAN DAN KRITIK SARAN
5	20232	28 Mei 2024	BAB 6 KESIMPULAN	BIMBINGAN TENTANG PENGAMBILAN KESIMPULAN DAN KRITIK SARAN
6	20232	14 Mei 2024	BAB 5 PEMBAHASAN	BIMBINGAN TENTANG PENGOLAHAN DATA DAN TEORI
7	20232	08 Mei 2024	VERIFIKASI DATA	BIMBINGAN PENULISAN DAN TEMUAN DATA
8	20232	27 Maret 2024	BAB 4 PENELITIAN	BIMBINGAN DISKUSI TENTANG MENDAPATKAN DATA DAN PERTANYAAN YANG TEPAT SESUAI JUDUL PENELITIAN
9	20232	27 Januari 2024	METODE PENELITIAN	BIMBINGAN ULASAN METODE PENELITIAN DAN GAMBARAN ANALISIS DATA
10	20232	09 Januari 2024	ALUR PIKIR PENELITI	BIMBINGAN PENJELASAN ALUR PIKIR PENELITI
11	20231	04 Januari 2024	ACC SEMINAR PROPOSAL	PENGECHEKAN
12	20231	29 Desember 2023	METODE PENELITIAN	LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN , DAN MENENTUKAN INSTRUMEN PENELITIAN
13	20231	28 Desember 2023	RUMUSAN MASALAH	MENENTUKAN RUMUSAN MASALAH DENGAN MENYESUAIKAN LATAR BELAKANG MASALAH
14	20231	21 Desember 2023	PENELITIAN TERDAHULU	MENCARI KESESUAIAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN YANG AKAN DITELITI
15	20232	20 Desember 2023	BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	BIMBINGAN MENEMUKAN TEORI TENTANG MANAJEMEN PEMASARAN
16	20231	08 Desember 2023	LATAR BELAKANG MASALAH	MENEMUKAN KEMENARIKAN JUDUL DAN MENEMUKAN AYAT- AYAT ALQUR'AN YANG TEPAT
17	20231	01 Desember 2023	PENGAJUAN JUDUL	KONSULTASI JUDUL DAN BEBERAQA MASALAH

8/20/24, 10:41 AM

SISTEM INFORMASI MANAJEMEN AKADEMIK UIMSYA BLOKAGUNG ::

No	Periode	Hari/Tgl Pertemuan	Catatan Pertemuan/Konsultasi PA	Keterangan
18	20232	28 November 2023	MASALAH DAN TUJUAN PENELITIAN	BIMBINGAN PERUMUSAN MASALAH DAN TUJUAN PENELITIAN
19	20232	14 November 2023	BAB 1 LATAR BELAKANG	BIMBINGAN PENYESUAIAN LATAR BELAKANG DAN JUDUL
20	20231	09 November 2023	KONSULTASI KEMENARIKAN JUDUL	MENEMUKAN KEMENARIKAN JUDUL DAN MENEMUKAN AYAT- AYAT ALQUR'AN YANG TEPAT
21	20232	01 Oktober 2023	PENGAJUAN JUDUL	BIMBINGA DAN PENJELASAN FOKUS PENELITIAN

Mengetahui,
Penasehat Akademik

BANYUWANGI, 20 JUNI 2024
Mahasiswa

Dr. SITI AIMAHA, S.Pd.I., M.Si
NIDN.2101058001

ROIS MAHMUDI
2011111030

Daftar Riwayat Hidup



Nama : Rois Mahmudi

NIM : 2011111030

TTL : Cahya Maju, 01 Februari 2002

Agama: Islam

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Alamat: Ds. Tebing Suluh, Kec. Lempuing,
Kab. OKI, Prov. Sumatra Selatan

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Instansi
MI	2009	2014	MI Miftahul Huda
SLTP	2014	2017	MTs Al Amiriyyah
SLTA	2017	2020	MA Al Amiriyyah
Perguruan Tinggi	2020	Sekarang	Universitas KH. Mukhtar Syafa'at

Riwayat Pendidikan Non Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Instansi
ULA	2014	2018	Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah
WUSTHO	2019	2020	Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah
ULYA	2020	2022	Madrasah Diniyyah Al Amiriyyah



لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا

"Jangan engkau bersedih sesungguhnya allah bersama kita "
(QS. At-Taubah : 40)

