



IMPLEMENTASI MANAJEMEN PROMOSI
DAN PENGUATAN *NETWORKING* DALAM PENINGKATAN
JUMLAH PESERTA DIDIK SMK MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG BANYUWANGI



Disusun Oleh:
M. NIJAM FAHMI

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PROMOSI DAN PENGUATAN
NETWORKING DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA
DIDIK SMK MUKHTAR SYAFA'AT BLOKAGUNG
BANYUWANGI**



Oleh :

M. NIJAM FAHMI

NIM : 19111140121

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

SKRIPSI
IMPLEMENTASI MANAJEMEN PROMOSI DAN PENGUATAN
***NETWORKING* DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA**
DIDIK SMK MUKHTAR SYAFA'AT BLOKAGUNG
BANYUWANGI



Oleh :

M. NIJAM FAHMI

NIM : 19111140121

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

**PRASYARAT GELAR
IMPLEMENTASI MANAJEMEN PROMOSI DAN PENGUATAN
NETWORKING DALAM PENINGKATAN JUMLAH PESERTA
DIDIK SMK MUKHTAR SYAFA'AT BLOKAGUNG
KARANGDORO TEGALSARI BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institut Agama Islam
Darussalam Blokagung Banyuwangi untuk memenuhi salah satu
persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan (S. Pd.)

Oleh :

M. NIJAM FAHMI

NIM : 19111140121

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

PERNYATAAN

Merupakan Dengan Judul

IMPLEMENTASI MANAJEMEN PROMOSI DAN PENGUATAN
NETWORKING DALAM PENINGKATAN JUMLAH PROJECTA
DIDIK SMK MUKHTAR AYAT A'AT BLOKAGUNG
BANYUWANGI

Telah disetujui untuk diajukan
dalam sidang skripsi Pada tanggal

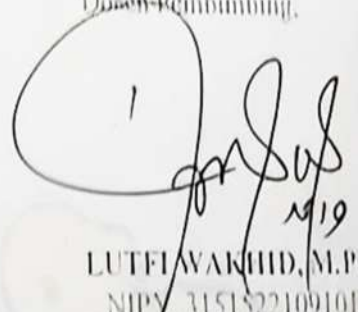
Kamis, 04 Januari 2024

Mengetahui,

Ketua Prodi,


ARKAFIDZ NIZAM FAHMI, S.Pd., M.H.
NIP. 3151905109301

Dosen Pembimbing,


LUTFI WAHID, M.Pd
NIP. 3151522109101

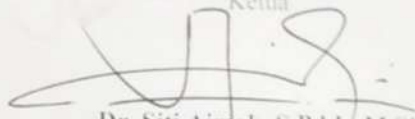
PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi saudara **M. Nizam Fahmi** telah di munaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Biokagang Tegalsari Banyuwangi pada tanggal:

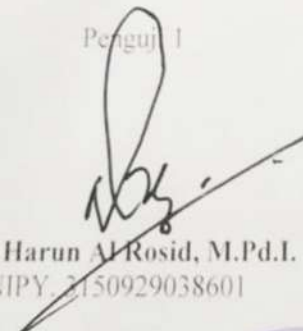
07 Januari 2024

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

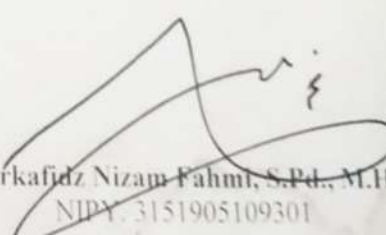
Tim Penguji:
Ketua


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

Penguji 1


Moh. Harun Al Rosid, M.Pd.I.
NIPY. 3150929038601

Penguji 2


Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H
NIPY. 3151905109301



Dekan

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ
فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu.

Kemudian, jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, maka kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur'an) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu beriman kepada Allah dan hari kemudian. Yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.

(QS. An-Nisa, 59)

Persembahan:

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Segenap pengasuh pondok pesantren Darussalam dan terkhusus KH. Ahmad Hisyam Syafa'at dan KH. Muhammad Hasyim Syafa'at penyejuk hati dengan segenap kalam hikmahnya.
2. Bapak dan ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayangnya dengan tulus, sehingga mampu menjadi motivator terbesar dalam setiap langkah menggapai cita-cita hingga tak ada kata yang mampu diungkapkan untuk membalas kasih sayang panjenengan. Semoga Allah selalu memberikan semua yang terbaik bagi panjenengan.
3. Keluarga terkasih yang tak mampu untuk disebutkan satu-persatu, karena tanpa kehadiran kalian semua tiada berarti.
4. Kepada Pengurus Pondok Pesantren Putra Darussalam yang telah memberi semangat dan dukungan dalam menyusun skripsi.
5. Teman-temanku semuanya, yang telah menghiburku dikala gelisah, menegurku dikala salah dan mendukungku dikala berjuang, semoga pertemanan kita kekal sampai

akhirat Amin

**PERNYATAAN KEASLIAN
TULISAN SKRIPSI**

Bismillaahirrahmanirrahiim

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya:

Nama : M. NIJAM FAHMI

NIM : 19111140121

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat Lengkap : Dusun Krajan Desa Tamansuruh Kec.
Glagah Kab. Banyuwangi

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



Banyuwangi, 02
Januari 2024


M. NIJAM FAHMI
NIM : 191111401

ABSTRACT

M. Nijam Fahmi, 2021. Implementation of Promotion Management and Networking Strengthening in Increasing the Number of Students of Muktar Syafaat. Islamic Education Study Program. Supervisor : Lutfi Wakhid M.Pd.

Keywords: Promotion Management, Networking Strengthening, Students

The rapid development of technological advances in various fields has had a positive and negative impact on Promotion Management, in the form of increasingly fierce competition with other schools which will result in a decrease in the number of students. The amount of competition to increase the number of students each year, the school implements the Education Promotion Strategy Management.

The objectives of this study are to: To find out the management of promotion and strengthening of Networking in increasing the number of students of SMK Mukhtar Syafaat.

For the method used is a qualitative method. Where is the qualitative research method with a descriptive approach because the data used is data not numbers. Data collection techniques used are Interview, Observation and Documentation. Research subjects: Head of the foundation, Principal of SMK Mukhtar Syafaat.. The data examination technique uses data triangulation, observer triangulation, theory triangulation, method triangulation. Data analysis using SWOT analysis, interactive analysis of three models.

The results of the study show that: of teaching and educational staff are alumni of Islamic boarding schools so that a religious nuance is created in the school environment, of the educational curriculum is sourced from the Ministry of Religion, Implementation of activities involves internal and external stakeholders to optimize program implementation in achieving the number of students, Evaluation according to with basic competencies (KD) for all subjects so that of the output of SMK Mukhtar Syafaat.

ABSTRAK

M. Nijam Fahmi. 2024. “Implementasi Manajemen Promosi Dan Penguatan Networking Dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik Smk Mukhtar Syafa’at Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi”.program studi manajemen pendidikan islam Pembimbing: Lutfi Wakhid M.Pd.

Kata kunci: Manajemen Promosi, Penguatan Networking, Peserta Didik.

Implementasi pesatnya kemajuan teknologi di berbagai bidang telah menimbulkan dampak positif dan negatif pada Manajemen Promosi, yang berupa persaingan dengan sekolah-sekolah lainnya semakin ketat yang mana akan mengakibatkan penurunan dalam jumlah siswa. Banyaknya persaingan untuk saling meningkatkan jumlah siswa di tiap tahunnya, maka sekolah menerapkan Manajemen Strategi Promosi pendidikan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk : 1) Untuk mengetahui Manajemen promosi. 2) penguatan Networking dalam meningkatkan jumlah peserta didik.3) Adanya pengembangan pesatnya kemajuan teknologi di berbagai bidang telah menimbulkan dampak positif dan negatif pada Manajemen Promosi, yang berupa persaingan dengan sekolah-sekolah lainnya semakin ketat yang mana akan mengakibatkan penurunan dalam jumlah siswa.

Untuk Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Dimana metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena data-data yang digunakan adalah data bukan angka. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Subjek penelitian adalah Kepala sekolah SMK Mukhtar Syafaat. Teknik pemeriksaan Data menggunakan Triangulasi data, Triangulasi Pengamat, Triangulasi Teori, Triangulasi Metode. Analisis data menggunakan Analisis SWOT, Analisis interaktif tiga model.

Hasil penelitian menunjukan bahwa : 1. Tenaga pendidik dan kependidikan adalah alumni pondok pesantren sehingga tercipta nuansa *relegius* di lingkungan sekolah. Kurikulum pendidikan bersumber dari Kemenag, 2Pelaksanaan kegiatan melibatkan *stakeholder* internal dan eksternal untuk mengoptimalkan pelaksanaan program dalam pencapaian jumlah peserta didik, Evaluasi sesuai dengan kompetensi dasar (KD) semua mata pelajaran sehingga *output* SMK Mukhtar Syafaat banyak diterima di beberapa Perguruan Tinggi di seluruh Indonesia.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji pada Allah SWT, skripsi ini hanya bisa selesai semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya.

Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I., M.H selaku Pengasuh PondokPesantren Darussalam Blokagung
2. Dr. H. Abdul Kholiq Syafa'at selaku Ketua Senat IAI DarussalamBlokagung Banyuwangi.
3. Dr. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I selaku Rektor IAI DarussalamBlokagung Banyuwangi.
4. Dr. Siti Aminah, S.Pd.I., M.Si. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
5. Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd.,M.H selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi.
6. Lutfi Wakhid M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Dalam Penulisan Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi.
8. Imam Mahmudi, S.Pd. selaku kepala sekolah SMK Mukhtar Syafaat
9. Seluruh pendidik dan tenaga kependidikan SMK Mukhtar Syafaat yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman Prodi Manajemen Pendidikan Islam Angkatan 2019 Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan IAIDA seperjuangan.
11. Dan semua pihak baik secara langsung dan tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannyaPenulisannya skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah SWT yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya. Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena, dengan kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan proposal skripsi ini mohon maaf sebagai insan yang dho'if. Akhirnya kepada *Allah Azza Wajalla*, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga proposal skripsi ini tersusun dengan ridlo-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Ya Robbal' Alamin*.

Banyuwangi, 07 Januari 2024

M. NIJAM FAHMI

DAFTAR ISI

COVER DALAM.....	i
PRASYARAT GELAR	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined. ii
PENGESAHAN PENGUJI	vv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
vPERNYATAAN KEASLIAN	vvi
ABSTRAK	vivii
ABSTRACT	vii Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ixx
DAFTAR ISI	xxi
DAFTAR TABEL	xiiixiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxivv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Masalah Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Definisi Istilah	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	10
C. Alur Pikir Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Jenis Penelitian	18
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	18
C. Subjek Penelitian	19
D. Kehadiran Peneliti.....	19

E. Sumber Data	19
F. Teknik Pengumpulan Data.....	20
G. Keabsahan Data	21
H. Analisis Data.....	22
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	24
A. Gambaran Umum Penelitian.....	24
B. Verifikasi Data Lapangan	26
BAB V PENUTUP	43
A. Kesimpulan.....	43
B. Implikasi Penelitian	43
C. Saran	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Data Siswa Tahun 2022/2023	25
Tabel 4. 2 Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 ALUR PENELITIAN.....	16
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Plagiat 30% Per Bab
4. Angket/kuesioner penelitian
5. Kartu Bimbingan
6. Biodata Penulis
7. Lampiran lain yang mendukung penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan di lingkungan sekolah, kantor-kantor atau tempat-tempat lainnya bahkan di pasar pun memerlukan promosi, hal ini digunakan sebagai keuntungan dari sebuah rencana agar berhasil. Promosi termasuk dalam berdagang, tetapi beda tempat beda juga maknanya. Sedangkan di sekolah promosi dimaknai sebagai mempromosikan, memperkenalkan, memproses dalam suatu tujuan, berbeda dengan promosi di pasar yang dimaknai sebagai berdagang secara langsung atau bertatap muka.

Di dalam Islam berdagang mempunyai aturan-aturan yang sudah di atur dengan baik, Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika ke Islaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala dalam surah an Nisa' ayat 29 :

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 kalian memakan*

harta-harta kalian di antara kalian dengan cara

yang bathil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling

ridha. Dan janganlah kalian dengan perdagangan yang kalian

saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian“.(

lajnah pentashih mushaf al Quran : 29).

Dari kutipan surah an Nisa' ayat 29, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam melakukan sebuah tujuan, penting adanya strategi yang baik agar mendapatkan hasil yang baik pula dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan yang fatal.

Menurut Wijaya (2012 :55) Setiap sekolah harus selalu berusaha agar tetap hidup, berkembang, dan mampu bersaing. Jadi setiap sekolah perlu menentukan dan menerapkan strategi atau cara, serta melakukan aktivitas pemasaran jasa pendidikan. Aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan sekolah dapat mengubah penilaian masyarakat terhadap kualitas sekolah dalam jangka panjang dan merupakan cara untuk membangun citra sekolah secara keseluruhan.

Dari Undang-undang sisdikna pemasaran pendidikan/ Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa; hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan konsidi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani serta tidak diskriminatif; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan sebagainya.

Adanya pengembangan pesatnya kemajuan teknologi di berbagai bidang telah dan terus menimbulkan dampak positif maupun negatif pada strategi pemasaran, yang berupa persaingan dengan sekolah-sekolah lainnya semakin ketat yang mana akan mengakibatkan penurunan dalam jumlah siswa. Pemasaran akan banyaknya persaingan untuk saling meningkatkan jumlah siswa ditiap tahunnya, maka sekolah menerapkan strategi-strategi pemasaran jasa pendidikan.

Dengan adanya strategi pemasaran di sekolah maka kemungkinan kecil strategi dalam pemasaran tidak mengalami penurunan dengan cara menerapkan berbagai strategi-strategi yang sudah ditetapkan atau dibuat oleh pihak sekolah tersebut. Dalam upaya mempercepat pengembangan pemasaran di dalam dunia pendidikan khususnya jenjang pendidikan sekolah kejuruan, untuk terciptanya strategi-strategi pemasaran yang menghasilkan/menguntungkan di setiap sekolah.

SMK mukhtar syafaat adalah sekolah yang di dirikan oleh yayasan pondok pesantren mukhtar syafaat. Dengan dilatar belakangi oleh adanya permintaan dari para pengasuh pondok pesantren mukhtar syafaat agar yayasan membuat wadah bagi anak anak lulusan SMP dan mts mukhtar syafaat yaitu salah satu lembaga pendidikan yang juga berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren mukhtar syafaat, yang pada waktu itu sudah mulai memiliki lulusan Sehingga agar lulusan SMP dan mts ini tetap bisa berada di pesantren tanpa harus sekolah keluar pesantren. Pertumbuhan banyaknya jumlah peserta didik dari tahun ke tahun terus bertambah walau peningkatanya masih terbilang sedikit, namun peserta didik SMK mukhtar syafaat juga memiliki peserta didik yang berasal dari berbagai propinsi dari seluruh tanah air Indonesia.

Dari pemaparan diatas ada beberapa permasalahan yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian hal hal yang terkait dengan apa saja strategi promosi yang di lakukan oleh pihak sekolah, dan bentuk penguatan networking yang di terapkan oleh pihak sekolah dan alumni Pondok Pesantren Mukhtar Syafaat dalam meningkatkan peserta didik.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Implementasi yang dilakukan oleh Pengelola sekolah dalam promosi untuk meningkatkan jumlah peserta didik SMK Mukhtar Syafa'at Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023?
2. Bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan oleh Pengelola sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik SMK MUKHTAR SYAFA'AT blokagung karangdoro tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023?
3. Bagaimana penguatan Networking SMK MUKHTAR SYAFA'AT blokagung karangdoro tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023?

C. Masalah Penelitian

Permasalahan yang menjadi fokus utama dalam rumusan masalah penelitian ini adalah tentang bagaimana Manajemen Promosi Dan Penguatan Networking Dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik Smk Mukhtar Syafa'at Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Implementasi yang dilakukan oleh Pengelola sekolah dalam promosi untuk meningkatkan jumlah peserta didik SMK mukhtar syafaat blokagung tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023.
2. Untuk mengetahui Strategi Promosi yang dilakukan oleh Pengelola sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik SMK mukhtar syafaat blokagung tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023.
3. Untuk mengetahui penguatan Networking SMK mukhtar syafaat blokagung tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2022/2023.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan kajian yang berkaitan dengan Strategi promosi dan penguatan networking dalam peningkatan jumlah siswa di SMK mukhtar syafaat blokagung tegalsari Banyuwangi.

2. Kegunaan Praktis

Bagi peneliti :

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan mengetahui secara langsung bagaimana Implementasi Manajemen Promosi Dan Penguatan Networking Dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik Smk Mukhtar Syafa'at Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi.

Bagi pembaca :

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai sumber pengetahuan tambahan bagi pembaca dalam bidang manajemen pendidikan, Implementasi Manajemen Promosi Dan Penguatan Networking Dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik Smk Mukhtar Syafa'at Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi..

F. Definisi Istilah

Dari penelitian ini dipaparkan beberapa definisi istilah untuk memudahkan dan memahami dari judul skripsi diatas yaitu sebagai berikut :

1. Implementasi adalah tindakan – tindakan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang diarahkan pada terciptanya

tujuan – tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan.

2. Manajemen Promosi adalah kegiatan, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut.
3. Networking adalah proses membangun koneksi dan hubungan dengan orang lain. Ini tentang membuat lembaga dikenal orang lain, dan kemudian mampu menampilkan lembaga dengan cara yang membuat lembaga mudah diingat.
4. Peserta Didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Promosi

a. Pengertian

Menurut Tjiptono (2001 : 219) Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sistaningrum (2002 : 98) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" maupun "konsumen potensial" agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Dan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang.

Sedangkan strategi promosi menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Menurut Philip Kotler, pengertian strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Menurut Stanson, promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Sedangkan menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel, promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon.

Dari beberapa pengertian tersebut, sebagai suatu istilah penawaran, promosi adalah upaya perusahaan mempengaruhi para pelanggan atau konsumen agar mau menggunakan produk ataupun

jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. Promosi meliputi unsur-unsur pemberian informasi dan pengaruh terhadap perilaku pelanggan. Bisa juga diartikan bahwa promosi sebagai suatu upaya produsen untuk berkomunikasi dengan para pelanggan guna mempengaruhi pelanggan agar membawa kepada tindakan yang diinginkan perusahaan yaitu mempunyai konsumen.

b. Tujuan Promosi

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah terhadap produk, mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya. Dalam praktiknya promosi dapat dilakukan berdasarkan pada tujuan-tujuan sebagai berikut:

- a. Modifikasi tingkah laku Promosi berusaha untuk merubah tingkah laku dan pendapatan serta memperkuat tingkah laku yang ada. Penjualan (sebagai sumber) selalu menciptakan kesan baik tentang dirinya (promosi kelembagaan) atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan.
- b. Memberitahu Kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Promosi yang bersifat informatif ini penting bagi konsumen karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk membeli.
- c. Membujuk Promosi yang bersifat membujuk diarahkan untuk mendorong pembelian. Perusahaan tidak ingin memperoleh tanggapan secepatnya tetapi lebih mengutamakan untuk menciptakan kesan positif. Hal ini dimaksudkan agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap perilaku pembeli.
- d. Mengingat Promosi dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat. Ini berarti perusahaan juga berusaha untuk mempertahankan pembeli yang ada.

c. Bauran Promosi

Bauran promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.

Menurut Kotler dan Gery A, bauran promosi adalah rumusan khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Sedangkan menurut Basu Swasatha, bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi lainnya, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Promotion mix atau bauran promosi merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada pokoknya, variabel-variabel yang ada di dalam promotional mix tersebut ada empat (ada juga yang berpendapat lebih dari empat variabel), yaitu:

1) Personal selling

Personal selling adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk mencapai penjualan. Dalam personal selling terjadi interaksi langsung, saling bertatap muka antara pembeli dan penjual. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah, sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Penyampaian berita atau percakapan yang mereka lakukan sangat fleksibel karena dapat menyesuaikan dengan situasi yang ada. Kegiatan personal selling ini tidak hanya terjadi di tempat pembelian saja, tetapi juga dapat dilakukan di tempat penjual atau toko.

2) Periklanan

Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Komunikasi yang dilakukan oleh sponsor bersifat

massal karena menggunakan media massa seperti : radio, televisi, surat-kabar, majalah, surat pos, papan nama, dan sebagainya. Iklan yang dipasang pada media-media tersebut dapat memberikan umpan-balik kepada sponsornya (berupa tanggapan) meskipun dalam tenggang waktu tertentu atau tidak secepat personal selling. Dalam kegiatan periklanan ini terdapat dua keputusan penting yang harus diambil yaitu : menentukan iklan yang harus disampaikan kepada pasar yang dituju dan memilih media yang paling sesuai. Periklanan memiliki lima fungsi utama yaitu:

- a) Memberikan informasi Para ahli ekonomi telah menekankan adanya faedah kegunaan waktu, tempat, bentuk, dan milik dalam pemasaran, sebuah barang akan lebih berharga bagi seseorang apabila dia dapat memperolehnya setiap waktu, setiap tempat dan memilikinya dengan mudah. Ada satu faedah lagi yang tidak kalah penting yakni faedah informasi (information utility). Jadi periklanan dapat menambah nilai pada suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen.
- b) Mempengaruhi atau membujuk Periklanan tidak hanya memberitahu saja, tetapi juga memberi sifat membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan menyatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik daripada produk yang lain. Dalam hal ini, iklan yang sifatnya membujuk tersebut lebih baik dipasang pada media seperti televisi atau majalah, umumnya orang tidak ingin dibujuk atau didorong untuk membeli produk yang sudah jelas dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.
- c) Menciptakan kesan (image) Sebuah iklan akan mempunyai suatu kesan tertentu tentang apa yang diiklankannya. Dalam hal ini pemasangan iklan selalu berusaha untuk menciptakan iklan yang sebaik-baiknya, misalnya dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk, dan suasana yang menarik. Terkadang pembelian sebuah barang tidak dilakukan secara rasional atau memperhatikan nilai ekonomisnya, tetapi lebih mendorong untuk mempertahankan atau meningkatkan gengsi, seperti pembelian mobil, toko, rumah yang megah dan sebagainya.
- d) Memuaskan keinginan Sebelum memilih dan membeli produk, kadang orang ingin diberitahu lebih dulu. Sebagai contoh mereka ingin mengetahui lebih dulu tentang gizi, vitamin dan harga pada produk makanan yang paling baik

untuk keluarga, jadi periklanan merupakan suatu alat yang dapat dipakai untuk mencapai tujuan, dan tujuan itu sendiri berupa pertukaran yang saling memuaskan.

- e) Sebagai alat komunikasi Periklanan adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara efektif dan efisien. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memberikan kemungkinan kepada orang lain untuk menghubungi pihak yang bersangkutan, sehingga akan terjadi komunikasi pada kedua pihak. 3) Promosi Penjualan Promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecernya. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain : peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya. Biasanya kegiatan ini dilakukan bersama-sama dengan kegiatan promosi lain, dan biayanya relatif lebih murah dibandingkan periklanan dan personal selling. Selain itu promosi penjualan juga lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan dimana saja.

Adapun tujuan dari promosi penjualan yaitu:

- a) Merangsang/mendorong pelanggan untuk membeli
- b) Memperoleh pelanggan baru
- c) Mempertahankan kontak hubungan dengan pelanggan
- d) Memperkenalkan produk baru
- e) Menjual lebih banyak kepada pelanggan lama dan mendidik pelanggan.

Di dalam syari'at islam seseorang dibolehkan menyebutkan keistimewaan dan kelebihan yang ada pada dirinya ketika ada masalah besar yang mendorong hal tersebut. Misalnya untuk memperkenalkan diri kepada orang yang belum mengenalnya atau kemaslahatan lain yang sejenis.

Di antaranya bisa kita lihat apa yang dikisahkan Allah dalam Al-Qur'an mengenai Nabi Yusuf –'alaihissalam-ketika beliau berkata kepada Raja:

اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ

“... Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir); Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan”. (QS. Yusuf : 55)

Hal ini juga berlaku terhadap pujian yang diberikan seseorang kepada barang atau jasa yang dia jual, dan tentunya hal ini lebih dibolehkan lagi dari memuji diri sendiri. Sebab pada dasarnya hukum asal memuji diri sendiri itu terlarang kecuali karena ada maslahat tertentu seperti yang disebutkan di atas. Hal ini berdasarkan firman Allah :

فَلَا تَزْكُوا أَنْفُسَكُمْ

“... Maka janganlah kamu mengatakan dirimu suci...” (QS. An-Najm : 32)

Sedangkan pujian seseorang terhadap produk yang dia jual berbeda, karena tidak ada dalil yang melarang dan mengharamkannya, sebaliknya hukum asal dari pujian jenis ini dibolehkan.

2. Networking

Networking ialah membangun hubungan dengan orang lain atau organisasi yang berpengaruh terhadap kesuksesan profesional maupun personal. Karena *networking* lebih dari sekadar berkenalan, melainkan berbagi potensi dan informasi, mendapatkan integritas dan mempengaruhi, dan menciptakan visi yang mengarahkan kemampuan masing-masing individu untuk melakukan sesuatu terhadap orang lain.

Hasil penelitian Szogs, dkk. (2003) menyimpulkan bahwa kekuatan dan kemajuan suatu bangsa ditentukan oleh empat komponen pokok. Komponen tersebut adalah inovasi memberikan kontribusi sebesar , jejaring kerjasama (*networking*) berkontribusi , teknologi berkontribusi , sementara sumber daya alam (*natural resources*) hanya berkontribusi sebesar . Berdasarkan hasil penelitian ini jelas bahwa sumber daya alam tidak memberikan sumbangan yang berarti bila tidak dikelola oleh SDM yang inovatif dan memiliki jejaring kerjasama (*networking*) yang kuat dalam mengembangkan semua potensi yang dimiliki. Begitu juga pendidikan, *networking* akan berkontribusi terhadap kemajuan pendidikan. Organisasi sekolah tidak mungkin mengisolasi dirinya dari kehidupan masyarakat yang lebih luas. Sekolah sebagai masyarakat kecil untuk melaksanakan tugas pendidikan atau

belajar bagi mereka yang belum siap melaksanakan peran sosial dalam masyarakat seharusnya dapat membangun kerjasama atau kemitraan dengan lembaga-lembaga lain dalam masyarakat.

Menurut Dr. Frank Minirth dalam bukunya berjudul *You Can*, beliau mengungkapkan bahwa *networking* adalah seni berkomunikasi satu sama lain, berbagi ide, informasi dan sumberdaya untuk meraih kesuksesan individu ataupun kelompok.

Secara garis besar dalam membangun *networking* haruslah berlandaskan prinsip saling menguntungkan dan komunikasi dua arah. Bila banyak orang merasa kurang berhasil membangun *networking* karena mereka hanya berkenalan atau bertukar kartu nama. Membangun kekuatan *networking* hanya dapat dikerjakan dengan cara yang terorganisasi dan yang paling penting adalah memiliki tujuan dan nilai-nilai yang sama, inilah yang disebut sebagai budaya kerja dalam *networking*. Budaya Kerja inilah yang akan menjadi katalisator yang ampuh dalam pencapaian tujuan sesuai nilai-nilai yang disepakati bersama. Jadi, tidak semua “perkumpulan” itu akan membuahkan hasil yang maksimal, karena jika hanya berkumpul tanpa memiliki nilai yang sama, maka kecenderungan untuk saling menonjolkan diri menjadi sangat tinggi.

Networking setara pentingnya dengan kemampuan komunikasi. Syarat utama membangun *networking* terletak pada kemampuan komunikasi. Mulailah dengan membuka komunikasi dengan orang lain. Gunakan inisiatif untuk berkenalan dengan seseorang atau beberapa orang dalam sebuah kesempatan. Setiap orang yang anda temui adalah pintu menuju kesuksesan. Syarat lain yang tak kalah penting yaitu memiliki dan menerapkan sikap *giving and sharing*, serta menciptakan tujuan.

Networking sering diperantaraioleh kegiatan *lobbying*, dan sebaliknya *lobbying* sering dipermudah jika memiliki *networking* yang kuat dan luas. *Lobbying* pada dasarnya merupakan usaha yang dilaksanakan untuk dapat mempengaruhi pihak-pihak tertentu dengan tujuan memperoleh hasil yang *favorable*. *Favorable* tidak berarti harus mencapai sasaran yang diinginkan atau selalu menguntungkan, tetapi lebih pada pembentukan sudut pandang positif terhadap topik *lobbying* dari pandangan pihak-pihak yang menjadi target *lobbying*.

Pengertian *lobbying* menurut Anwar (1997) adalah suatu upaya informal dan persuasif yang dilakukan oleh satu pihak (perorangan, kelompok, swasta, pemerintah) yang memiliki kepentingan tertentu untuk menarik dukungan dari pihak pihak

yang dianggap memiliki pengaruh atau wewenang, sehingga target yang diinginkan tercapai. Pendekatan secara persuasif menurut pendapat ini lebih dikemukakan pada pihak pelobi dengan demikian dibutuhkan keaktifan untuk pelobi untuk menunjang kegiatan tersebut.

Agar *lobbying* yang dilakukan berhasil, perlu diperhatikan beberapa petunjuk teknis sebagai berikut:

1. Perlu mengenal atau mengidentifikasi target atau sasaran dengan baik. Pengenalan ini diperlukan agar dapat disesuaikan cara pendekatan yang akan dilakukan, atau pemilihan teknik komunikasi yang akan dipergunakan. Mendekati orang yang mudah tersinggung dan selalu serius dengan mendekati orang yang penyabar dan suka bercanda, tentu sangat berbeda. Kekeliruan atas hal ini akan berakibat fatal.
2. Performance /penampilan diri yang baik. Seseorang yang melakukan *lobbying* harus mampu menampilkan diri dengan baik, sehingga menimbulkan kesan yang positif bagi pihak yang dilobby.
3. Memperhatikan situasi dan kondisi.
4. Mengemas pesan. Seseorang akan mudah tertarik bila menyaksikan sesuatu yang dikemas atau diatur dengan rapi dan baik.
5. Jangan takut gagal. Pepatah mengatakan kegagalan adalah keberhasilan yang tertunda. Hal yang biasa bahwa tidak semua usaha pasti berhasil apalagi dalam waktu cepat dan singkat.

3. Peserta Didik

Siswa atau yang biasa disebut dengan peserta didik merupakan salah satu dari komponen pendidikan yang tidak bisa ditinggalkan, karena tanpa adanya peserta didik tidak akan mungkin proses pembelajaran dapat berjalan. Peserta didik merupakan komponen manusiawi yang menempati posisi sentral dalam proses belajar-mengajar. Didalam proses belajarmengajar, peserta didik sebagai pihak yang ingin meraih cita-cita, memiliki tujuan dan kemudian ingin mencapainya secara optimal.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.

Menurut Sudarwan Danim (2010: 1) "Peserta didik merupakan sumber utama dan terpenting dalam proses pendidikan

formal”. Peserta didik bisa belajar tanpa guru. Sebaliknya, guru tidak bisa mengajar tanpa adanya peserta didik. Oleh karena itu kehadiran peserta didik menjadi keniscayaan dalam proses pendidikan formal atau pendidikan yang dilembagakan dan menuntut interaksi antara pendidik dan peserta didik.

Sudarwan Danim (2010: 2) menambahkan bahwa terdapat hal-hal esensial mengenai hakikat peserta didik, yaitu:

1. Peserta didik merupakan manusia yang memiliki diferensiasi potensi dasar kognitif atau intelektual, afektif, dan psikomotorik.
2. Peserta didik merupakan manusia yang memiliki diferensiasi periodisasi perkembangan dan pertumbuhan, meski memiliki pola yang relatif sama.
3. Peserta didik memiliki imajinasi, persepsi, dan dunianya sendiri, bukan sekedar miniatur orang dewasa.
4. Peserta didik merupakan manusia yang memiliki diferensiasi kebutuhan yang harus dipenuhi, baik jasmani maupun rohani, meski dalam hal-hal tertentu banyak kesamaan.
5. Peserta didik merupakan manusia bertanggung jawab bagi proses belajar pribadi dan menjadi pembelajar sejati, sesuai dengan wawasan pendidikan sepanjang hayat.
6. Peserta didik memiliki adaptabilitas didalam kelompok sekaligus mengembangkan dimensi individualitasnya sebagai insan yang unik.
7. Peserta didik memerlukan pembinaan dan pengembangan secara individual dan kelompok, serta mengharapkan perlakuan yang manusiawi dari orang dewasa termasuk gurunya.
8. Peserta didik merupakan insan yang visioner dan proaktif dalam menghadapi lingkungannya.
9. Peserta didik sejatinya berperilaku baik dan lingkunganlah yang paling dominan untuk membuatnya lebih baik lagi atau menjadi lebih buruk.
10. Peserta didik merupakan makhluk Tuhan yang memiliki aneka keunggulan, namun tidak akan mungkin bisa berbuat atau dipaksa melakukan sesuatu melebihi kapasitasnya.

Disamping itu Oemar Hamalik (2004: 99) menjelaskan bahwa “Peserta didik merupakan salah satu komponen dalam pengajaran, disamping faktor guru, tujuan, dan metode pengajaran”. Sedangkan Samsul Nizar (2002: 47) menjelaskan bahwa “Peserta didik merupakan orang yang dikembangkan”.

Dilain pihak Abu Ahmadi (1991: 251) juga menjelaskan tentang pengertian peserta didik yaitu “Peserta didik adalah orang

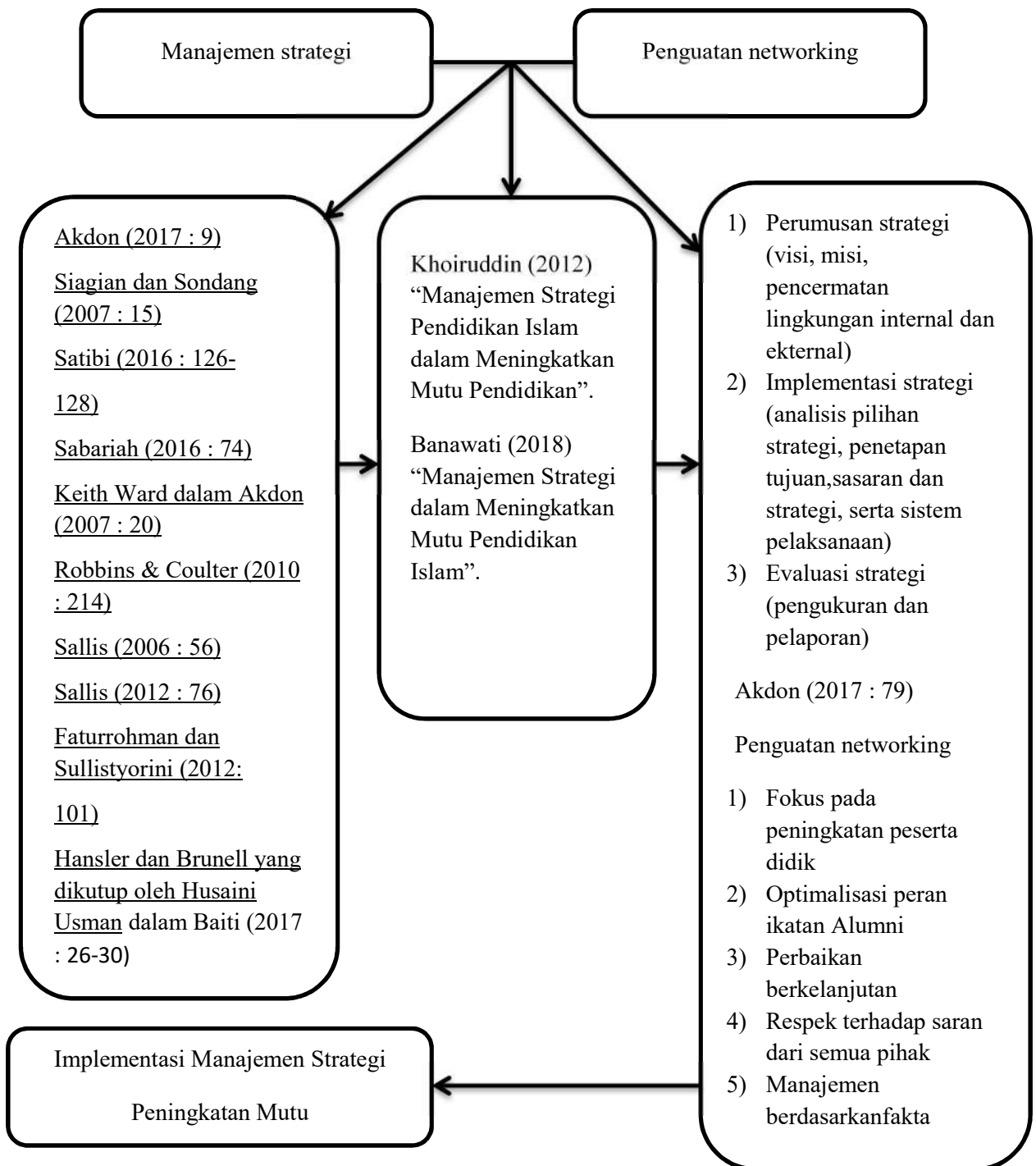
yang belum dewasa, yang memerlukan usaha, bantuan, bimbingan orang lain untuk menjadi dewasa, guna dapat melaksanakan tugasnya sebagai makhluk Tuhan, sebagai umat manusia, sebagai warga negara, sebagai anggota masyarakat dan sebagai suatu pribadi atau individu”.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa peserta didik adalah seseorang yang mengembangkan potensi dalam dirinya melalui proses pendidikan dan pembelajaran pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu. Peserta didik bertindak sebagai pelaku pencari, penerima dan penyimpan dari proses pembelajaran, dan untuk mengembangkan potensi tersebut sangat membutuhkan seorang pendidik/guru.

B. Alur Pikir Penelitian

Manajemen promosi dapat diartikan sebagai suatu seni atau taktik untuk mencapai tujuan tertentu yaitu menarik perhatian konsumen/target. Manajemen promosi merupakan sub organisasi yang berorientasi pada kekuatan suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensinya. Dalam setiap tahapan manajemen Promosi sangat memperhatikan berbagai ancaman dan peluang dari lingkungan eksternal maupun kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam lingkungan internal organisasi. Untuk itu setiap tahapan dalam manajemen promosi harus disusun secara sistematis mulai dari tahap perumusan atau perencanaan promosi dengan berlandaskan visi, misi, dan tujuan organisasi, proses implementasi promosi diwujudkan dengan adanya program-program yang telah disesuaikan dalam perumusan yang sudah dipertimbangkan dengan lingkungan internal dan eksternal lembaga. Untuk selanjutnya yaitu evaluasi dari setiap promosi yang sudah diterapkan untuk perbaikan berkelanjutan dalam organisasi agar tetap menjaga eksistensinya dengan bertambahnya jumlah peserta didik dan tetap berorientasi ke depan.

Oleh karena itu manajemen promosi merupakan suatu upaya yang dapat membantu stakeholder untuk mengelola lembaga pendidikan yang dipimpinnya agar setiap proses yang telah dirumuskan untuk mencapai tujuan berjalan dengan efektif dan efisien. Melalui manajemen promosi, stakeholder dapat mengantisipasi ancaman dan kelemahan lembaganya serta memanfaatkan setiap peluang dan kekuatan yang telah dimiliki sehingga setiap tindakan yang dilakukan secara sistematis dan tep sesuai dengan tujuan dan harapan yang sudah dirumuskan bersama.



Gambar 1: Kerangka konseptual
Sumber: Olahan Peneliti

C. Preposisi

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

1. Dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen promosi, sehingga SMK Mukhtar Syafaat menjadi dapat terus memaksimalkan usahanya dalam peningkatan jumlah peserta didik, mulai dari perencanaan sampai hasil.
2. Penelitian Manajemen promosi di SMK Mukhtar Syafaat perlu dan sangat penting dilakukan, mengingat sebuah lembaga pendidikan tidak bisa lepas dari kegiatan promosi sekolah untuk tetap mempertahankan eksisistensinya sebuah lembaga pendidikan, oleh karena itu SMK Mukhtar Syafaat membutuhkan peranan sebuah manajemen promosi yang baik.
3. Dengan adanya penelitian ini akan diketahui faktor-faktor penghambat dan pendukung promosi SMK Mukhtar Syafaat, yang mana untuk selanjutnya SMK Mukhtar Syafaat menjadi lebih mudah terhadap segala sesuatu yang dianggap sebagai penghambat dalam promosi dapat teratasi, karena adanya sebuah pengertian atau faktor faktor manajemen promosi lewat penelitian ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif yakni penelitian yang bersifat mendeskripsikan hasil penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah penelitian dalam bentuk pemaparan apa yang dilihat, didengar, dirasakan, dan ditanyakan pada objek terkait untuk mendapatkan data secara fakta. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015 : 29): menyatakan bahwa pada tahap deskripsi peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan ditanyakan untuk mendapatkan informasi dan data yang kemudian disusun secara jelas untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

Pada penelitian ini peneliti mengkonsentrasikan pada implementasi strategi promosi dan penguatan Networking dalam peningkatan peserta didik di SMK Mukhtar Syafaat dengan data yang dikehendaki peneliti berupa data dalam bentuk deskriptif yaitu dengan bentuk kata-kata tertulis dan perilaku yang dapat diamati kemudian diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Arifin dalam Imron (2016 : 54): “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat-sifat atau karakteristik suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu”.

Adapun alasan peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat atau menjadi pengumpul data (*instrument*) tentang implementasi manajemen strategi promosi dan penguatan Networking dalam peningkatan peserta didik di SMK Mukhtar Syafaat. Dengan demikian, dalam penelitian ini sangat di mungkinakan bagi peneliti untuk melakukan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan. Sehingga peneliti memiliki peran yang cukup besar, karena yang terjadi di tempat penelitian perlu uraian lebih lanjut dalam penulisan laporan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di lembaga SMK Mukhtar Syafaat di Desa Karangdoro, lembaga ini berlokasi di Dsn. Blokagung, Ds. Karangdoro, Kec. Tegalsari. Kab. Banyuwangi dan terletak disebelah timur pondok pesantren Mukhtar Syafaat dan waktu

penelitian dilakukan selama kurang lebih 3 bulan dimulai bulan Maret sampai Oktober 2023, peneliti memilih SMK Mukhtar Syafaat di Desa Karangdoro dalam penelitiannya karena SMK Mukhtar Syafaat di Desa Karangdoro dibawah naungan lembaga pondok pesantren Mukhtar Syafaat dan peneliti masih aktif mengajar di masdrasah Diniyyah di pesantren tersebut sehingga lokasi penelitian mudah dijangkau.

C. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam masalah ini sangatlah penting dan utama, Karena dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti sendiri atau bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama dan efektif. Sesuai dengan penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan adalah sangat penting dan diperlukan secara optimal. Peneliti menjadi kunci utama dalam mengungkapkan makna dan sekaligus sebagai alat pengumpul data. Karena itu peneliti juga harus terlibat langsung dalam kehidupan orang-orang yang diteliti sampai pada tingkat keterbukaan antara kedua belah pihak. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan. Peneliti melakukan penelitian di SMK Mukhtar Syafaat di Desa Karangdoro dengan menggali data tentang pembiayaan pendidikan di SMK Mukhtar Syafaat di Desa Karangdoro.

D. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini yang termasuk subyek penelitian adalah merupakan individu-individu ataupun kelompok yang akan menjadi bahan maupun fokus yang diamati dalam penelitian. Menurut Moleong (2012:97) subjek penelitian adalah sumber informasi pada penelitian yang dibutuhkan untuk pengumpulan data. Baik informasi tersebut yang didapat berupa data primer (sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data) atau data sekunder (Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data) Data tersebut bisa diperoleh dari : Kepala Sekolah, WKS Sekolah, Dll.

E. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling utama dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang didapat juga akan tidak sesuai lebih-lebih menyimpang dari yang diharapkan. Sumber data meliputi dua jenis yaitu :

- 1) Data primer, yaitu data yang dihasilkan dari objek penelitian secara langsung, yaitu dari observasi dan wawancara informan penelitian yaitu Kepala sekolah, WKS sekolah, bendahara sekolah dan lain-lain.
- 2) Data sekunder yaitu data-data yang diperoleh dari Kepala sekolah, WKS sekolah, bendahara sekolah dan lain-lain.. Adapun pada bagian ini jenis data sekunder berupa data tertulis, dan foto foto kegiatan sekolah.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan 3 tahapan sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015: 309) menyatakan “Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alami), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam, dan dokumentasi”.

1. Wawancara (*interview*)

Afifudin dan Ahmad Saebani dalam Imron (2016 : 62): “Mengatakan wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap serta tatap muka”. Wawancara (*interview*) adalah metode pengumpulan data yang dijalankan dengan mengadakan tatap muka dan tanya jawab langsung kepada informan/narasumber.

Jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara terstruktur. Menurut Afifudin dan Ahmad Saebani dalam Imron (2016 : 62) “Wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang pertanyaannya telah disiapkan, seperti menggunakan pedoman wawancara. Ini berarti peneliti telah mengetahui data dan menentukan fokus serta perumusan masalahnya”. Pertanyaan wawancara digunakan sebagai pedoman peneliti dalam pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian strategi promosi pengelola SMK Mukhtar Syafaat dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

2. Observasi

Menurut Afifudin dan Ahmad Saebani dalam Imron (2016: 62): “Observasi partisipatif adalah peneliti dalam melakukan observasinya ikut melibatkan diri kedalam kehidupan sosial sehari-hari dilokasi penelitian”. Metode observasi ini digunakan untuk menggali data terkait dengan strategi promosi yang digunakan oleh pengelola SMK Mukhtar Syafaat dalam

meningkatkan jumlah peserta didik. Jadi metode ini digunakan untuk mengamati secara langsung keadaan dan situasi dalam lembaga pendidikan yang akan diteliti.

3. Dokumentasi

Menurut Mundir Rosyadi yang dikutip oleh Maria Ulfa dalam Imron (2017 : 62) menyatakan bahwa istilah dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis, alat-alat pengumpul datanya disebut form dokumentasi atau form pencatat dokumen, sedangkan sumber datanya berupa catatan atau dokumen.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk memperoleh data tentang letak geografis, keadaan fisik dan non fisik SMK Mukhtar Syafaat serta dokumen-dokumen yang berhubungan dengan upaya meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Mukhtar Syafaat.

G. Keabsahan Data

Dalam penelitian ini pemeriksaan keabsahan data menggunakan model triangulasi yakni peneliti mengumpulkan data sekaligus memeriksa kebenarannya. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015 : 330) menyatakan bahwa triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada sekaligus memeriksa kredibilitas data yang diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Menurut Saebani dalam Imron (2016 : 67) mengatakan bahwa ada empat macam triangulasi dalam teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan diantaranya:

1. Triangulasi data

Menggunakan berbagai sumber data, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu objek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi pengamat

Adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, misalnya pembimbing bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data. Disini peneliti melibatkan pembimbing sebagai pengamat sekaligus memeriksa hasil data-data yang peneliti kumpulkan.

3. Triangulasi teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat. Hal ini dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.

4. Triangulasi metode

Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi dan dokumentasi. Hal ini untuk membandingkan antara hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, untuk menguji hasil data yang telah dikumpulkan.

H. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*strengts, weakness, opportunities, and threats*) dan analisis interaktif 3 model meliputi: Reduksi data, penyajian data dan pengambilan keputusan.

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan tindakan menganalisis data dengan melihat kekuatan (*strengts*) dan kelemahan (*weakness*) yang ada di lingkungan internal lembaga dengan mempertimbangkan peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*) hal ini sesuai dengan pendapat Satibi (2016 : 123) mengatakan bahwa analisis SWOT merupakan alat efektif yang umum digunakan dalam perencanaan strategi pendidik dan terbagi dalam dua elemen yaitu analisis internal dan eksternal lingkungan. Sedangkan menurut Muhammad (2013 : 176) “Manajemen mencoba merumuskan pilihan strategi yang mungkin dapat diimplementasikan dengan cara melakukan refleksi atas berbagai kemungkinan kombinasi dari indikator kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang sudah ditemukan pada langkah sebelumnya”.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang ada di SMK Mukhtar Syafaat serta mencari strategi promosi yang tepat diterapkan untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Mukhtar Syafaat.

2. Analisis interaktif 3 (tiga) model

Menurut Afifudin dan Saebani dalam Imron (2016 : 75): “Analisis data merupakan aktivitas pengorganisasian data. Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, biografi, artikel dan sebagainya”. Dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan di SMK Mukhtar Syafaat untuk meningkatkan jumlah peserta didik dengan menggunakan analisis data 3 model sebagai berikut:

a. Reduksi data

Mereduksi data yang dimaksud di sini adalah memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dianalisis dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data dilakukan sebelum pengumpulan data, saat pengumpulan data dan setelah pengumpulan data. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015: 339) menyatakan “Dalam mereduksi peneliti merangkum, mengambil data yang pokok dan penting”.

b. Penyajian data

Menyajikan data dalam bentuk uraian singkat seperti grafik, tabel, pitogram dan sejenisnya untuk memudahkan memahami apa yang terjadi dalam penelitian. Sesuai yang disampaikan Sugiyono (2015: 341) menyatakan bahwa penyajian data kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk deskripsi yakni uraian data penelitian dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi terkait strategi promosi yang diterapkan di SMK Mukhtar Syafaat dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

c. Pengambilan Keputusan (*Drawing and Conclusion*)

Menurut Soegiono (2011: 53) Pengambilan keputusan adalah langkah akhir dari teknik pengumpulan data yang telah diklasifikasikan dan tersaji rapi, kemudian dipilih lagi mana yang akan dijadikan sumber data penelitian dan selanjutnya dijadikan pedoman untuk mencari data-data baru yang diperlukan.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Profil Sekolah

1. Identitas Sekolah

Nama Sekolah	: SMK MUKHTAR SYAFA'AT
NSS/NPSN	: 402052523036 / 20584050
Status	: Swasta
Tahun Pendirian	: 16 Juni 2011
Alamat	: Jl. KH. Mukhtar Syafa'at
Dusun	: Blokagung RT/RW 02/04
Desa	: Karangdoro
Kecamatan	: Tegalsari
Kabupaten	: Banyuwangi
Provinsi	: Jawa Timur
Luas Tanah Sekolah	: 7090 m ²

2. Data Kepala Sekolah

1. Nama	: IMAM MAHMUDI, S.Pd
2. NIP	: 01107029
3. Golongan	: GTY
4. Tempat tanggal lahir	: Banyuwangi, 27 Februari 1987
5. Alamat	: Tegalrejo, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur
6. HP / WA	: 082334201537

3. Data Siswa 3 (tiga tahun terakhir):

Tahun pelajaran	Jurusan	kelas X		Kelas XI		Kelas XII		Jumlah (Kls X + XI + XII)		
		Jml Siswa		Jml Siswa		Jml Siswa		Jml Siswa		Jml Rombel
		L	P	L	P	L	P	L	P	
2024/2025	Teknik dan Bisnis Sepeda Motor	14	0	8	0	11	0	33	0	1
	Rekayasa Perangkat Lunak	11	2	14	9	16	3	41	14	1
	Perbankan Syariah	0	11	0	5	0	11	0	27	1
2023/2024	Teknik dan Bisnis Sepeda Motor	8	0	11	0	8	0	27	0	1
	Rekayasa Perangkat Lunak	14	9	16	3	11	10	41	22	1
	Perbankan Syariah	0	5	0	11	0	11	0	27	1
2022/2023	Teknik dan Bisnis Sepeda Motor	11	0	8	0	22	0	41	0	1
	Rekayasa Perangkat Lunak	16	3	11	10	14	9	41	22	1
	Perbankan Syariah	0	11	0	11	0	13	0	35	1

4. Pendidik dan Tenaga Kependidikan

a. Kepala sekolah

No.	Jabatan	Nama	Jenis Kelamin		Pend Akhir	Masa Kerja
			L	P		
1	Kepala Sekolah	Imam Mahmudi, S.Pd.	√		S.1	7 th
2	GTY	Agus Supriyono, SE	√		S.1	12 th
3	GTY	Aula Izatul Aini, ME		√	S.1	5 th
4	GTY	Rini Asih, S.Pd		√	S.1	8 th
5	GTY	Hadi Sapuwan, S.Pd	√		S.1	11 th
6	GTY	Siti Badriyah, S.Pd		√	S.1	10 th
7	GTY	Jainul khotimah, S. Sos		√	S.1	9 th
8	GTY	Ali Fauzi S. Pd	√		S.1	3 th
9	GTY	Muhamad Hayatudin, S.Kom	√		S.1	6 th
10	GTY	Habib Rosyidin, S.Pd	√		S.1	3 th
11	GTY	Anang Prastawa, ST	√		S.1	3 th
12	GTY	Hairul Anwar, S.ST	√		S.1	3 th
13	GTY	Mia Dwi Fitriani, S.Pd		√	S.1	5 th
14	GTY	Hidayatul Munawaroh, S.Pd		√	S.1	2 th
15	GTY	Umi Irawati, S.H I		√	S.1	3 th
16	GTY	Binti Wakhidah, S.E		√	S.1	4 th
17	GTY	Hanif Ali Barbar, S.Pd	√		S.1	3 th
18	GTY	Ahmad Hasbi Fikri, S.Pd	√		S.1	4 th
19	GTY	Ilya Ruzhan	√		SMK	3 th
20	GTY	Moh Ajib Fikri F	√		SMK	3 th
21	GTY	Nindya Febri Setyo Utami, S.P		√	S.1	3 th
22	GTY	Muhtar Wahyudi	√		SMK	1 th
23	GTY	Wisnu Habibi	√		SMK	1 th

b. Guru

1. Kualifikasi Pendidikan, Status, Jenis Kelamin, dan Jumlah

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah dan Status Guru				Jumlah
		GTY/PTY/PPPK/PNS		GTT/Guru Bantu		
		L	P	L	P	
1.	S2	-	1	-	-	-
2.	S1	10	9	-	-	19
3.	D-4	-	-	-	-	-
4.	D3/Sarmud	-	-	-	-	-
5.	D2	-	-	-	-	-
6.	D1	-	-	-	-	-
7.	≤ SMA/ sederajat	4	-	-	-	4
Jumlah		14	9	-	-	23

2. Jumlah guru dengan tugas mengajar sesuai dengan latar belakang pendidikan(keahlian)

No.	Guru	Jumlah guru dengan latar belakang pendidikan sesuai dengan tugas mengajar				Jumlah guru dengan latar belakang pendidikan yang TIDAK sesuai dengan tugas mengajar				Jumlah
		D1/D2	D3/Sarmud	S1/D4	S2/S3	D1/D2	D3/Sarmud	S1/D4	S2/S3	
1.	IPA	-	-	1	-	-	-	-	-	1
2.	Matematika	-	-	1	-	-	-	-	-	1
3.	Bahasa Indonesia	-	-	1	-	-	-	-	-	1
4.	Bahasa Inggris	-	-	1	-	-	-	-	-	1
5.	Pendidikan Agama	-	-	1	-	-	-	-	-	1
6.	PAI	-	-	1	-	-	-	-	-	1
7.	Penjasrkes	-	-	1	-	-	-	-	-	1
8.	Seni Budaya	-	-	1	-	-	-	-	-	1
9.	PPKn	-	-	1	-	-	-	-	-	1
10.	Produktif	-	-	4	-	-	-	-	-	4
11.	Kwu	-	-	-	-	-	-	1	-	1
12.	Lainnya: Bahasa Jawa	-	-	-	-	-	-	1	-	1
Jumlah		-	-	13	-	-	-	2	-	15

5. a) Data Ruang Belajar (Kelas)

Kondisi	Jumlah dan ukuran				Jml. ruang lainnya yg digunakan untuk Ruang Kelas (e)	Jumlah ruang yg digunakan untuk Ruang Kelas (f)=(d+e)
	Ukuran 7x9 m ² (a)	Ukuran > 63m ² (b)	Ukuran < 63 m ² (c)	Jumlah (d) = (a+b+c)		

Baik	-	-	-	-	-	4
Rusak ringan	-	-	-	-		
Rusak sedang	2	-	-	-		
Rusak Berat	2	-	-	-		
Rusak Total	-	-	-	-		

Keterangan kondisi:

Baik	
Rusak ringan	Kerusakan 25 > 25 %
Rusak sedang	Kerusakan 25 > 26 %
Rusak berat	Kerusakan > 65%
Rusaki total	

b)

c) Data Ruang Belajar Lainnya (di isi dalam angka)

Jenis Ruangan	Jumlah Ruang	Ukuran(px l)	Kondisi*)	Keterangan
Perpustakaan Sekolah				BELUM PUNYA
Laboratorium IPA				BELUM PUNYA
Toilet/WC	3	3 x 2	Rusak Sedang	Sanitasi kurang lancar.
Ruang BP/BK	1	5 x 6	Rusak Sedang	Kondisi masih baik
Ruang Guru	1	5 x 7	Rusak Ringan	Ruangan kurang memadai
Ruang Kepala Sekolah	1	3 x 7	Rusak Ringan	Ruangan kurang memadai
Ruang Tata Usaha	1	3 x 7	Rusak Ringan	Ruangan kurang memadai
Ruang OSIS	1	3 x 7	Rusak Ringan	Ruangan kurang memadai
Gudang	1	3 x 2	Rusak Ringan	Ruangan kurang memadai

d) Data Ruang Kantor (di isi dalam angka)

Jenis Ruangan	Jumlah Ruang	Ukuran (pxl)	Kondisi*)
1. Kepala Sekolah	1	3 x 7	Rusak ringan
2. Guru	1	5 x 7	Rusak ringan
3. Tamu	1	7 x 3	Rusak ringan
Lainnya: WC Kep. Sek	-	-	-

e) Data Ruang Penunjang (di isi dalam angka)

Jenis Ruangan	Jumlah Ruang	Ukuran (pxl)	Kondisi*)	Jenis Ruangan	Jumlah Ruang	Ukuran (pxl)	Kondisi
1. KM/WC	3	2 x 1,5	Rusak Sedang				
Ruang							

7. Prestasi Akademik: Nilai Ujian Sekolah (US)

No.	Mata Pelajaran	Rata-rata Nilai US	
		Tahun 2021/2022	Tahun 2022/2023
1	PENDIDIKAN AGAMA DAN BUDI PEKERTI	85	88
2	PPKn	87	90
3	BAHASA INDONESIA	89	92
4	BAHASA INGGRIS	86	85
5	MATEMATIKA	85	89
6	IPA	90	92
7	PAI	89	86
8	SENIBUDAYA	92	85
9	PJOK	88	90
10	PRAKARYA / KETERAMPILAN	91	87
11	MULOK :		
	1. BAHASA JAWA	90	85

a. Angka Kelulusan dan Melanjutkan

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Kelulusan dan Kelanjutan Studi				
		Jumlah Peserta Ujian	Jumlah Lulus	% Kelulusan	% Lulusan yang Melanjutkan Pendidikan	% Lulusan yang TIDAK Melanjutkan Pendidikan
1	2022/2023	40	40	100%	85%	15%

Kepala Sekolah

SMK Mukhtar



MAHMUDI, S.
Pd.NIP:

**SMK MUKHTAR SYAFA'AT
KABUPATEN BANYUWANGI**

NO.	JENIS USULAN	VOLUME	KONDI SI	KET.
1	Rehabilitasi Ruang Kelas	3 Ruang	2 Rusak Sedang & 2 Rusak berat	Mendesak
2	Rehabilitasi Kantor	1 Ruang	Rusak Sedang	Mendesak
3	Rehabilitasi Toilet/WC	4 Ruang	4 Rusak berat	Mendesak
4	Pengadaan Perpustakaan	1 Ruang	Belum Punya	Mendesak
5	Pengadaan Lab. Perbankan Syariah	1 Ruang	Belum Punya	Mendesak
6	Pengadaan Papan Nama Sekolah	1 Paket	Belum Punya	Mendesak
7	Pengadaan Lab, Komputer	2 Paket	Belum punya	Mendesak
8	Pengadaan Alat Praktek TBSM	1 Paket	Belum punya	Mendesak
9	Pengadaan Alat Peraga PJOK	2 Paket	Belum punya	Mendesak
10	Pengadaan Alat Pramuka	2 Paket	Belum punya	Mendesak
11	Pengadaan Ruang Praktek Siswa TBSM	1 Unit	Belum Punya	Mendesak
12	Pengadaan Ruang Unit Praktik Jurusan (UPJ) TBSM,RPL dan PBS	1 Buah	Belum Punya	Mendesak
13	Pengadaan Meubeler (Meja, Kursi, dan Almari)	100 Set	50% rusak berat	Mendesak

Kepala Sekolah

~~SAIK~~ Mukhtar



MAHMUDI, S.
Pd.

NIP: -

A. Temuan Tenelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

SMK mukhtar syafaat blokagung karangdoro tegalsari Banyuwangi berdiri di dalam lingkungan yayasan pondok pesantren mukhtar syafaat, dan termasuk salah satu lembaga di bawah naungan pondok pesantren mukhtar syafaat. Tepatnya terletak di arah selatan kantor Desa karangdoro sekitar 7090 M. Kecamatan tegalsari. Sebagai sekolah yang berada di Dalam lingkungan Pondok Pesantren mukhtar syafaat tentunya mempunyai posisi yang sangat strategis karena dapat memfasilitasi para santri putra dan santri putri untuk mengikuti pendidikan formal dengan mudah tanpa harus meninggalkan pondok pesantren. Letak sekolah juga berdampingan dengan Gedung SMP ,mts mukhtar syafaat, sehingga sangat memberi kemudahan peserta didik lulusan SMP dan mts untuk melanjutkan sekolahnya tanpa perlu keluar pesantren dan harus beradaptasi lagi. Hal ini berdasarkan profil smk mukhtar syafaat.

Berkaitan dengan upaya pengembangan sekolah juga dikuatkan dengan Rencana Kegiatan Tahunan Madrasah (RKTM) tahun 2017/2018 tentang upaya untuk senantiasa memprioritaskan bidang akademik, sarana fisik maupun fasilitas penunjang lainnya pada masa-masa awal keberadaan SMK yang masih dalam pertumbuhan. Dalam keadaan belum memiliki gedung sendiri, kegiatan belajar mengajar dilaksanakan pada gedung pinjaman yaitu: gedung Madin.

Kondisi masyarakat sekitar SMK mukhtar syafaat tepatnya di kelurahan Blokagung kecamatan tegalsari adalah mayoritas beragama Islam dan sangat agamis dengan berbagai tingkat pekerjaan dan penghasilan yang diperoleh dari berbagai profesi seperti Pegawai Negeri Sipil, pedagang, buruh pabrik, dan pertanian. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan kepala Sekolah yang menyatakan bahwa keseluruhan peserta didik SMK mukhtar syafaat menempati di pondok pesantren putra dan putri.

Nuansa agamis masyarakat sekitar SMK mukhtar syafaat juga dibuktikan dengan pengamatan peneliti pada bulan oktober dimana keseluruhan peserta didik SMK mukhtar syafaat bertempat di pondok pesantren mukhtar syafaat , khusus peserta didik putri SMK mukhtar syafaat bertempat di asrama putri sebagian.

Dari gambaran tersebut dapat diketahui jika minat masyarakat terhadap SMK mukhtar syafaat semakin meningkat jumlahnya. Hal ini dikarenakan adanya prestasi yang diperoleh SMK mukhtar syafaat perkembangannya lebih baik setiap tahun, baik dalam bidang akademik maupun non akademik dan juga didukung nuansa agamis di lingkungan sekolah.

2. Paparan Data Penelitian

Berdasarkan data-data yang telah peneliti kumpulkan baik melalui observasi, wawancara maupun dokumentasi, berikut ini paparan data terkait tema yang ada di lokasi penelitian:

a. Data Tentang Implementasi Manajemen promosi di SMK mukhtar syafaat untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

Penerapan manajemen promosi memuat beberapa tahapan terutama dalam mencetak *output* pendidikan yang berkualitas di tengah pesatnya persaingan pendidikan. Selain itu peran *stakeholder* dan kerja sama setiap karyawan di lembaga pendidikan harus berjalan secara sinergis. Berikut beberapa tahapan Strategi promosi di SMK mukhtar syafaat :

- a. Perumusan visi, misi, dan tujuan SMK mukhtar syafaat melibatkan *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal

Tahapan pertama sebagai promosi yang diterapkan di smk mukhtar syafaat adalah perumusan visi, misi yang dirumuskan oleh kepala sekolah dan berbagai elemen sekolah diantaranya Ketua Tata Usaha, dewan komite, dan pihak-pihak yang berperan penting di madrasah seperti Wakil Kepala Sekolah (WKS) baik WKS kurikulum, kesiswaan, humasy dan berbasis pada kebutuhan siswa, sedangkan tujuan madrasah disesuaikan sebagaimana yang tertuang dalam UUD No. 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional (SISDIKNAS).

- b. Beberapa langkah implementasi Manajemen Strategi Promosi di SMK mukhtar syafaat

Implementasi Strategi promosi pertama melalui pengelolaan Sekolah dengan pembagian tugas tenaga pendidik dan kependidikan sesuai dengan job descriptionnya. Kemudian sistem pendidikan dengan menggunakan 2 sistem kurikulum yaitu sistem pendidikan kementerian agama

(KEMENAG) dan sistem pendidikan nasional (SISDIKNAS), terbangunnya sebuah manajemen melalui kebersamaan, pembiayaan pendidikan diperoleh dari Anggaran Dana BOS dan swadaya masyarakat.

- c. Evaluasi Strategi promosi di SMK mukhtar syafaat oleh Kemenag. Evaluasi Strategi promosi dilakukan secara terus-menerus dan berjenjang atau berkelanjutan dan setiap saat karena K13 sekarang menggunakan evaluasi proses setiap kompetensi dasar (KD), untuk kemudian yakni pengklasifikasian tentang kemampuan peserta didik dengan mendapatkan pelayanan yang berbeda. Evaluasi yang dilakukan berbentuk evaluasi proses yaitu bukan hanya pemberian motivasi dan pengontrolan akan tetapi juga melalui pendampingan dalam setiap tugas yang dikerjakan oleh setiap pendidik dan tenaga kependidikan di SMK Salafiyah Darul Falah oleh *stakeholder* dan elemen yang bertugas seperti Wakil Kepala Sekolah (WKS).

b. Data tentang Strategi Promosi yang diterapkan SMK mukhtar syafaat untuk meningkatkan jumlah peserta Didik.

Setelah diklasifikasi faktor pendukung dan penghambat dari hasil temuan penelitian di rumuskan strategi Promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK mukhtar syafaat:

- 1) SMK mukhtar syafaat menerapkan nilai-nilai islami, baik dalam pembelajaran maupun kehidupan sehari-hari dan memprioritaskan penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) serta Life Skill (Kecakapan Hidup)

- 2) SMK mukhtar syafaat ini memiliki 2 keunggulan, sebagai berikut.

- 1) Program wajib mondok; 2) Sarana prasarana yang cukup: yaitu mempunyai ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang laboratorium komputer, laboratorium otomotif, Masjid, lapangan olahraga, kantin Sekolah. Hal ini membuat kesenjangan antara keunggulan yang dimiliki Sekolah dengan jumlah peserta didik yang ada.

c. Data tentang penguatan Networking SMK mukhtar syafaat tahun pembelajaran

Tugas Kepala Sekolah sebagai manager (pengelola) dan juga sebagai leader (pemimpin) dalam organisasi sekolah, memiliki tugas di samping pengembangan akademik, juga pengembangan Networking sekolah. Dua tugas ini sangat penting dan saling mendukung satu dengan lain. Bahwa kegiatan akademik di sekolah terjadi sebagai proses sosial sehingga dibutuhkan Networking antara mereka yang terlibat dalam proses akademik. Di dalam proses akademik, dibutuhkan hubungan networking antara guru dan peserta didik, antara peserta didik dengan peserta didik lain, junior dengan senior, antara peserta didik dengan tenaga

administratif. Kegiatan belajar pada dasarnya adalah saling bekerja sama dan saling membantu, sehingga hubungan Networking dalam kegiatan akademik sangat dibutuhkan dalam aktivitas belajar di sekolah.

B. Pembahasan

1. Implementasi Manajemen Strategi Promosi SMK mukhtar SYAFAAT dalam peningkatan peserta didik.

Implementasi Strategi Promosi dalam sebuah lembaga merupakan hal yang kompleks karena mencakup banyak hal dan terus berkaitan terutama dalam upaya mencetak Sekolah yang berkualitas. Adapun langkah manajemen Promosi di SMK MUKHTAR SYAFAAT adalah sebagai berikut:

Tenaga pendidik dan kependidikan adalah beberapa alumni pondok pesantren sehingga tercipta nuansa *relegius* di lingkungan Sekolah seperti jabat tangan ketika datang ke sekolah, pembacaan al-Quran sebelum proses pembelajaran, sholat dhuha dan sholat berjamaah.

Selain itu tenaga pendidik dan kependidikan di SMK MUKHTAR SYAFAAT merupakan lulusan pondok pesantren. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan kepala SMK MUKHTAR SYAFAAT :

“Implementasi Strategi Promosi merupakan hal yang kompleks karena menyangkut proses yang berkaitan dan terstruktur terutama dalam meningkatkan mutu pendidikan di Sekolah harus disusun mulai dari penempatan tenaga pendidik dan kependidikan sesuai dengan job descriptionnya, sehingga tenaga pendidik dan kependidikan dapat melaksanakan tugasnya dengan baik. Selain itu sebagian besar dari guru disini adalah lulusan pesantren dan Alumni Pondok Pesantren mukhtar syafaat sini sehingga tercipta nuansa agamis di lingkungan sekolah”. (24 Juni 2021)

Informasi yang serupa juga disampaikan oleh WKS. Kurikulum SMK MUKHTAR SYAFAAT, yang mengatakan bahwa:

“Dalam pemberian tugas guru maupun karyawan di SMK MUKHTAR SYAFAAT disesuaikan dengan bidang keahlian masing-masing, faktor pendukung lainnya sebagian guru adalah alumni pesantren sehingga ada nuansa agamis tersendiri di lingkungan sekolah”.

Wawancara tersebut sesuai dengan data yang diperoleh peneliti dari WKS. Kurikulum pada saat observasi dan data yang diperoleh oleh peneliti di SMK MUKHTAR SYAFAT berupa data tenaga pendidik dan kependidikan sekaligus jadwal mengajar dan pendidikan terakhir yang

ditempuh tenaga pendidikan dan kependidikan di SMK MUKHTAR SYAFAAT. *“Sistem pendidikan, pengajaran dan pengelolaan di SMK MUKHTAR SYAFAAT menggunakan dua sumber atau manajemen yaitu mengikuti SISDIKNAS dan juga sistem pendidikan Kemenag . mapel dari kemenag juga sebagai upaya penanaman iman dan taqwa kepada peserta didik melalui pembelajaran”*.

Informasi tentang kolaborasi antara SISDIKNAS dan sistem pendidikan Kemenag ini sesuai dengan yang disampaikan WKS kurikulum SMK MUKHTAR SYAFAAT:

“SMK MUKHTAR SYAFAAT dalam upaya penanaman pengetahuan dan kepribadian yang relegius pada peserta didik diantaranya melalui pembekalan ilmu agamis melalui pembelajran sesuai mapel dari kemenag”.

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan pengamatan yang dilakukan peneliti di lokasi penelitian, dan juga didukung dengan dokumentasi dan data yang ditemukan peneliti tentang jadwal pelajaran ilmu pengetahuan umum sesuai dengan SISDIKNAS dan ilmu pengetahuan agama sesuai dengan Kemenag. Dimana merupakan mata pelajaran umum dan kejuruan sesuai dengan SISDIKNAS dan mata pelajaran keagamaan meliputi (Fiqih, Al-Quran Hadist, Aqidah Akhlaq, Sejarah Kebudayaan Islam (SKI), dan Bahasa Arab). Adapun jadwal pelajaran sesuai dengan dokumentasi yang ditemukan peneliti berupa jadwal mata pelajaran sekaligus jumlah jam pelajaran kegiatan pembelajaran.

Informasi tersebut sesuai dengan observasi dan dokumentasi yang ditemukan peneliti berupa keterlibatan anggota internal dan eksternal SMK MUKHTAR SYAFAAT.

Gambar



4.1: KEPALA SEKOLAH SMK MUKHTAR SYAFAAT.

Sumber: SMK MUKHTAR SYAFAAT

Dalam gambar tersebut peneliti wawancara dengan salah satu dewan guru



Gambar 4.2: wawancara dengan dewan guru smk mukhtar syafaat sekaligus pengurus .

Sumber: Dokumentase SMK mukhtar syafaat

dari gambar 4.7 tersebut terlihat keterlibatan pengelola SMK mukhtar syafaat yaitu pengurus Pondok Pesantren mukhtar syafaat yang sekaligus menjadi tenaga pendidik di Sekolah. Dengan adanya keterlibatan antara pengelola Sekolah dan pengurus peserta didik membuktikan bahwa pengelola SMK mukhtar syafaat selalu berupaya menjalin hubungan yang baik di lingkungan pendidik maupun masyarakat dengan melibatkan anggota internal dan eksternal Sekolah dalam berbagai kegiatan yang diadakan Sekolah.

2. Strategi Promosi yang diterapkan untuk meningkatkan Jumlah peserta didik di SMK mukhtar syafaat.

Setelah diklasifikasi faktor pendukung dan penghambat dari hasil temuan penelitian di rumuskan strategi Promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK mukhtar syafaat:

1) SMK mukhtar syafaat menerapkan nilai-nilai islami, baik dalam pembelajaran maupun kehidupan sehari-hari dan memprioritaskan penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) serta Life Skill (Kecakapan Hidup);

2) SMK mukhtar syafaat ini memiliki 2 keunggulan, sebagai berikut.
 1) Program wajib mondok; 2) Sarana prasarana yang cukup: yaitu mempunyai ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang laboratorium komputer, laboratorium otomotif, Masjid, lapangan olahraga, kantin Sekolah, blk las.

3. Strategi Promosi yang diterapkan untuk meningkatkan Jumlah peserta didik di SMK mukhtar syafaat.

Setelah diklasifikasi faktor pendukung dan penghambat dari hasil temuan penelitian di rumuskan strategi Promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK mukhtar syafaat:

1) SMK mukhtar syafaat menerapkan nilai-nilai islami, baik dalam pembelajaran maupun kehidupan sehari-hari dan memprioritaskan penguasaan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) serta Life Skill (Kecakapan Hidup);

2) SMK mukhtar syafaat ini memiliki 2 keunggulan, sebagai berikut.
 1) Program wajib mondok; 2) Sarana prasarana yang cukup: yaitu mempunyai ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang laboratorium komputer, laboratorium otomotif, Masjid, lapangan olahraga, kantin Sekolah

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan penelitian tentang Implementasi Manajemen Promosi Dan Penguatan Networking Dalam Peningkatan Jumlah Peserta Didik Smk Mukhtar Syafa'at Blokagung. Baik melalui wawancara maupun dokumentasi. Maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Implementasi manajemen promosi di SMK mukhtar syafaat meliputi: Tenaga pendidik dan kependidikan adalah alumni pondok pesantren sehingga tercipta nuansa *relegius* di lingkungan sekolah seperti jabat tangan ketika datang ke sekolah, pembacaan al-Quran sebelum proses pembelajaran, sholat dhuhur dan ashar berjamaah.
2. Strategi promosi Kurikulum pendidikan bersumber dari Kemenag sebagai upaya penanaman iman dan taqwa peserta didik melalui pembelajaran dan diprosikan kpd sekolahan serta alumni Pelaksanaan kegiatan melibatkan *stakeholder* internal dan eksternal untuk mengoptimalkan pelaksanaan program dalam pencapaian jumlah peserta didik.
3. Penguatan networking sesuai dengan kompetensi dasar (KD) semua mata pelajaran sehingga membangun koneksi hubungan dengan orang lain agar lembaga mudah diingat di SMK mukhtar syafaat banyak diterima di beberapa Perguruan Tinggi di seluruh Indonesia.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut di atas, disampaikan beberapa saran kepada pengelola SMK mukhtar syafaat dan peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Diharapkan pengelola SMK mukhtar syafaat mampu meningkatkan manajemen strategi promosi dengan lebih baik lagi mulai dari tahap perumusan, implementasi maupun evaluasi strategi promosi baik di lingkungan internal maupun eksternal.
2. Diharapkan tenaga pendidik maupun kependidikan SMK mukhtar syafaat mampu meningkatkan mutu pendidikan guna mencapai visi, misi dan tujuan madrasah

3. Diharapkan memanfaatkan faktor pendukung berupa kekuatan dan peluang untuk meningkatkan jumlah peserta didik SMK mukhtar syafaat semakin baik.
4. Diharapkan pengelola smk mukhtar syafaat bisa mencetak generasi yang unggul baik dalam agama maupun social .
5. Dianjurkan pihak sekolah untuk semaksimal mungkin menrtibkan para siswa karena demi cita -cita yang diharapkan oleh pengasuh dan para dewan guru itu bisa ter capai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

A. Daftar Buku

- Akdon. 2017. *Strategik Management for Education Manajement*. Bandung: Alfabeta.
- Faturrohman, Muhammad & Sulistyorini. 2012. *Implementasi Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Teras.
- Muhammad, Warsono. 2013. *Manajemen Strategik Alat dan Konsep Analisis*. Yogyakarta: Unit penerbitan dan percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Najib, Wiyani dan Sholichin. 2016. *Manajemen Strategik Pendidikan Karakter Bagi Anak Usia Dini*. Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Nata, Abuddin. 2018. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Robbins, Stephen P & Coulter, Mary. 2010. *Manajemen*. Jakarta: Elangga
- Sabariah, Etika. 2016. *Manajemen Stategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sallis, Edward. 2012. *Total Quality Manajemen in Education Manajemen (Mutu pendidikan)*. Jogjakarta: IRCiSoD
- Sallis, Edward. 2006. *Total Quality Manajemen in Education Manajemen Mutu pendidikan*. Jogjakarta: IRCiSoD
- Satibi, Imam. 2016. *Manajemen Strategik Pengembangan Unggulan Vocational School*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Siagan, Sondang P. 2007. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto. 2014. *Manajemen Strategik Komprehensif*. Jakarta: Erlangga.
- Banawati. 2018. *Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Islam*. SD Muhammadiyah “Al Bayyin” Tambakboyoy Pedan Klaten.
- Hidayatuka Nur Baiti. 2017. *Pengaruh Penerapan Manajemen Strategik Terhadap Mutu Pendidikan*. MA Unggulan Mamba’ul Huda Krasak Tegalsari Banyuwangi
- Khoiruddin. 2012. *Manajemen Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. Studi Multi Kasus Mts

- N Kunir Blitar dan SMP Islamic Boording School Ar-Rahmah Malang.
- Santosa Imron. 2016. *Peran Kepemimpinan Kyai Islahul Umam Dalam Mengembangkan Pendidikan Pondok Pesantren Hidayatul Muta'alimin*. Setail Genteng Banyuwangi.
- Ulfah Irani,dkk. 2013. *Rendahnya Kualitas Pendidikan di Indonesia*. Volume 4, No.2, November 2014
- Yulia Nurul Maulida. 2018. *Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. MTs Negeri Grobogan.
- Rosid, M. H. A. R., & Azis, A. A. (2023). "Manajemen Pondok Pesantren Dalam Meningkatkan Mutu Kualitas Santri Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi". Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID), 4(2), 178–193.



Gambar 4.3 bersama siswa SMK Mukhtar Syafaat otomotif .
Jadi selain jurusan RPL juga ada jurusan lain yaitu otomotif.



Gambar 4.4 di blk las mukhtar syafaat.



