

**PERANAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM
PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 1
KASIMBAR**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mengikuti Ujian Proposal Skripsi
Program studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh

**AL-GHIFARI
NIM: 191030008**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM (MPI)
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN (FTIK)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
SULAWESI TENGAH
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, peneliti yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PERANAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 1 KASIMBAR**” benar adalah karya penulis sendiri jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar yang di peroleh karenanya, batal demi hukum.

Palu, 28 Agustus 2023

Peneliti

Al Ghifari
NIM:19.1.03.0008

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Peranan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar” oleh Al Ghifari NIM: 19.10.300.08. Mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat diujikan.

Palu, 28 Agustus 2023 M
28 Safar 1445 H

Pembimbing I,

Dr. Gusnarib, M.Pd.
NIP. 196407071999032002

Pembimbing II,

Dr. Samintang, S.Sos., M.Pd
NIDN. 2007046702

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الْعَلِيمِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِمْ وَأَصْحَابِهِمْ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah swt. Karena berkat nikmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada Nabi besar Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman utamanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua peneliti, Ayahanda Ahyar dan Ibunda Maslian yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan membiayai peneliti dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar hingga saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu serta segenap unsur pimpinan UIN Datokarama Palu yang telah memberikan banyak kebijakan peneliti dalam berbagai hal.
3. Bapak Dr. H. Askar.,M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Bapak Dr. Arifuddin M. Arif, S.Ag selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Kelembagaan, dan Kerjasama.

Bapak Dr. Ahmad Syahid, M.Pd selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Elya Selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK).

4. Ibu Dr. Samintang, S.Sos.,M.Pd Selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Bapak Masmur. S.Pd.,M.Pd Selaku Sekretaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses belajar.
5. Bapak Prof. Dr. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd, selaku Penasehat Akademik yang telah banyak mengarahkan penulis mulai dari awal semester 1 hingga saat ini.
6. Ibu Dr. Gusnarib, M.Pd Selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Samintang, S.Sos.,M.Pd Selaku pembimbing II yang telah ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya untuk membantu, mengarahkan, dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak/Ibu Dosen UIN Datokarama Palu yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti proses perkuliahan, baik secara teoritis maupun aplikatif.
8. Bapak/Ibu Dosen di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan serta para staf Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti dalam menyelesaikan proses studi hingga saat ini.

9. Bapak Drs. Sudirham selaku kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar beserta dewan guru yang mengizinkan dan membantu saya melakukan penelitian dan pengambilan data terkait skripsi saya.
10. Seluruh keluarga, sahabat dan kerabat yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
11. Saudara/saudariku Nining, Moh. Hidayat dan Abdul Khalik Mardani beserta seluruh keluarga besar yang telah meberikan semangat baik materi dan non materi sehingga penulis selalu sabar dan tegar dalam menjalankan hidup, semoga kita semua dalam lindungan Allah Swt.
12. Sahabat-sahabatku seperjuangan alumni 2019, dan terkhusus untuk teman-teman MPI-1 2019, dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat begitu tinggi pada penulis.

Akhirnya, kepada semua pihak penulis senantiasa mendoakan semoga segala bantuan, dukungan dan arahan yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah Swt.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.... Latar Belakang.....	1
B.... Rumusan Masalah.....	7
C.... Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D.... Defenisi Operasional.....	8
E.... Garis-garis Besar Isi.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A.... Penelitian Terdahulu.....	11
B.... Kajian Teori.....	14
1.. Peran Kepemimpinan.....	14
2.. Kepala Sekolah.....	17
3.. Pemasaran Pendidikan	21
a.. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan.....	25
b.. Tujuan Pemasaran Pendidikan.....	26
c.. Penerapan Pemasaran Pendidikan.....	27
d.. Karakteristik Jasa Pendidikan.....	29
e.. Strategi Pemasaran.....	33
C.... Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A..... Jenis Penelitian.....	38
B..... Lokasi Penelitian.....	39
C..... Kehadiran Peneliti.....	39
D..... Data dan Sumber Data.....	40
E..... Teknik Pengumpulan Data.....	42
F..... Teknik Analisis Data.....	44
G..... Pengecekan Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
A... Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	47
B... Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.....	56
C... Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.....	62

BAB V PENUTUP.....	65
A.... Kesimpulan.....	65
B.... Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Dokumentasi
Lampiran II	Daftar informan
Lampiran III	Pedoman Wawancara
Lampiran IV	Surat Pengajuan Pembimbing Skripsi
Lampiran V	Undangan menghadiri Seminar proposal Skripsi
Lampiran VI	Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
Lampiran VII	Daftar Hadir Seminar proposal
Lampiran VIII	Surat Izin Penelitian Untuk Menyusun Skripsi
Lampiran IX	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran X	Kartu Seminar Proposal Skripsi
Lampiran XI	Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Nama : AL GHIFARI
Nim : 19.1.03.0008
Judul Skripsi : PERANAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH
DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA
NEGERI 1 KASIMBAR

Penelitian ini membahas tentang “Peranan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan”. Penelitian ini berfokus pada : (1) Bagaimana peran kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar (2) Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran jasa pendidikan pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab fokus penelitian mengenai peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan dianalisis dengan cara mereduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Agar data yang diperoleh terjamin validitas dan kredibilitasnya maka diadakan pengecekan keabsahan data.

Hasil penelitian yang dilakukan di lapangan menunjukkan bahwa proses pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar sudah memenuhi target dan berjalan dengan baik, karena dilihat dari perkembangan yang meningkat dari tahun ke tahun khususnya dalam hal pemasaran pendidikan. Faktor pendukung pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar yaitu adanya kerjasama antara siswa/siswi, pendidik dan tenaga kependidikan serta masyarakat lingkungan sekolah dalam pengembangan sekolah khususnya pemasaran jasa pendidikan dan tercukupinya sarana dan prasarana yang membantu jalannya proses kegiatan belajar mengajar. Dan faktor penghambat pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar yaitu adanya sekolah saingan yang menjadi hambatan untuk mencapai target pemasaran.

Adapun implikasi atau pengaruh yang dihasilkan dari pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh kepala sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar yaitu dibuktikan dengan perkembangan yang meningkat dari tahun ke tahun, yang dapat dilihat dari pembagian formulir yang melewati target yang telah ditentukan. Dan implikasi yang di peroleh dari penelitian ini adalah kepala sekolah, wakasek humas, dan wakasek kesiswaan serta jajaran guru-guru senantiasa dapat mempertahankan pemasaran jasa pendidikan yang telah dibangun sejak lama dan kemudian selalu berusaha mengembangkan dan memasarkan pendidikan dengan pembaharuan yang ada untuk mengikuti perkembangan zaman agar nantinya menjadi sekolah percontohan khususnya di kecamatan kasimbar.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia pada dasarnya hidup berkelompok baik dalam kelompok besar maupun dalam kelompok kecil untuk menciptakan kondisi kehidupan yang harmonis, dimana anggota kelompok haruslah saling menghormati dan menghargai. Keteraturan hidup perlu selalu dijaga, hidup yang teratur adalah impian setiap insan. Menciptakan dan menjaga kehidupan yang harmonis adalah tugas manusia.

Keberadaan lembaga pendidikan sangat bergantung pada minat peserta didik sebagai konsumennya. Kondisi persaingan antar lembaga pendidikan biasanya ditunjukkan dari sarana dan prasarana yang dapat menunjang pendidikan, sehingga lembaga pendidikan harus mempunyai peran agar bisa memajukan lembaga pendidikan, salah satu peran tersebut yaitu melalui pemasaran pendidikan.

Usaha untuk menciptakan pendidikan yang berkualitas selalu diusahakan oleh masyarakat. Salah satu usahanya adalah dengan mendirikan sekolah yang unggul dan berkualitas. Akibatnya banyak sekali sekolah-sekolah yang baru bermunculan. Dengan banyaknya lembaga pendidikan itu berarti memberikan dampak positif bagi masyarakat, karena semakin banyak sekolah berarti semakin banyak pula pilihan untuk masuk sekolah sesuai kemauan dan kesanggupan masing-masing. Biaya pendidikan yang ditetapkan juga semakin kompetitif pada masing-masing lembaga pendidikan. Namun sebaliknya bagi pengelola sekolah, munculnya banyak sekolah berarti menjadi beban karena akan semakin banyak persaingan.

Setiap organisasi baik dalam skala besar maupun kecil pasti memerlukan *figure* pemimpin. Suatu organisasi dapat diibaratkan seperti kendaraan yang memerlukan pengemudi untuk mengendalikan dan menentukan arah kendaraan. Demikian pula suatu organisasi harus mempunyai pemimpin agar dapat berjalan sesuai dengan arah dan tujuan organisasi tersebut. Untuk memimpin suatu organisasi dibutuhkan pemimpin yang mempunyai keterampilan, kompetensi berwawasan luas serta sikap dan perilaku yang baik.¹

Salah satu kriteria kepemimpinan menurut ajaran Islam sebagaimana Allah swt berfirman dalam Q.S Al Anbiyaa' (21):73.

وَجَعَلْنَاهُمْ أُمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِمْ فِعْلَ الْخَيْرَاتِ وَإِقَامَ صَلَاةٍ
وَإِيتَاءَ الزَّكَاةِ وَكَانُوا لَنَا عِبْدِينَ (الانبیاء: ۳۷)

Terjemahannya:

“Kami telah menjadikan mereka itu sebagai pemimpinan-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah kami dan telah kami wahyukan kepada mereka mengerjakan kebajikan, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, dan hanya kepada kamilah mereka selalu menyembah.”²

Maksud ayat diatas adalah dengan agama kami, bukan memerintah berdasarkan hawa nafsu mereka, tetapi berdasarkan perintah Allah dan agamanya, dan seorang hamba tidaklah menjadi imam (pemimpin) sampai ia mengajak manusia kepada Allah. Yakni berbuat dan memerintahkannya, baik yang terkait dengan hak Allah maupun hak manusia.³

¹Rini Setiawati, Aswanti Setyawati, dan Honny Fiva Akira, *Kepemimpinan di atas Kapal Leadership on a Shipa*, Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik-Vol. 05 No. 03, November 2018, 237-247.

²Departemen Agama RI, *Alqur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Sinar Baru Algensido, 2009), 162.

³**Marwan Hadidi bin Musa**, “Surah Al-anbiya ayat 73,” *Official Website of Marwan Hadidi bin Musa, M.Pd.I.* <https://tafsirweb.com/5585-surat-al-anbiya-ayat-73.html> (6 April 2023).

Kepala sekolah diharapkan dapat memotivasi guru agar aktif bekerja menurut prosedur dan metode tertentu sehingga tugas yang diembannya terlaksana dengan efektif dan efisien.⁴ Kemampuan kepala sekolah tersebut terutama berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman mereka terhadap manajemen, kepemimpinan dan kewenangan yang diberikan kepadanya dalam mengelola lembaga pendidikan. Tidak jarang kegagalan pendidikan dan pembelajaran di sekolah disebabkan oleh kurangnya pemahaman kepala sekolah terhadap tugas-tugas yang harus dilaksanakannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa berhasil tidaknya suatu sekolah dalam mencapai tujuan serta mewujudkan visi dan misinya terletak pada strategi manajemen dan kepemimpinan yang diperankan kepala sekolah, khususnya dalam menggerakkan dan memberdayakan berbagai komponen sekolah.⁵ Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa salah satu kontribusi terbesar dalam menjadikan lembaga pendidikan yang bermutu adalah faktor kepemimpinan. Salah satu aspek yang berpengaruh terhadap efektivitas kepemimpinan adalah perilaku. Dalam suatu jurnal hasil penelitian terhadap integrasi teori sikap dan perilaku kepemimpinan dikemukakan bahwa:

“Combined leader traits and behaviors explain a minimum of 31% of the variance in leadership effectiveness criteria. Leader behaviors tend to explain more variance in leadership effectiveness than leader traits, but results indicate that an integrative model where leader behaviors mediate the relationship between leader traits and effectiveness is warranted.”

Terjemahnya:

⁴Alfianis, *Upaya kepala sekolah Dalam Meningkatkan Motivasi Guru Dalam Mengajar Di Sekolah*, Bahana Manajemen Pendidikan , Jurnal Administrasi Pendidikan, Volume 2 Nomor 1, Juni 2014, 40-51.

⁵Anco, *Berbagai Aspek Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Shautut Tarbiyah, Volume 25 Nomor, Mei 2019.

Gabungan sifat dan perilaku pemimpin menjelaskan minimal 31% varians dalam kriteria efektivitas kepemimpinan. Perilaku pemimpin cenderung menjelaskan lebih banyak variasi dalam efektifitas kepemimpinan dari pada sifat pemimpin, tetapi hasil menunjukkan bahwa model integratif di mana perilaku pemimpin memediasi hubungan antara sifat pemimpin dan efektivitas diperlukan.⁶

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kombinasi sikap dan perilaku kepemimpinan menunjukkan variansi minimum sebesar 31%. Perilaku pemimpin menunjukkan variansi keefektifan kepemimpinan yang lebih besar dari pada sikap pemimpin. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa perilaku pemimpin menjadi mediator antara sikap pemimpin dengan efektivitas kepemimpinan.

Kepemimpinan menurut Wahjosumijo adalah merupakan kemampuan mempengaruhi orang lain, bawahan atau kelompok, kemampuan mengarahkan tingkah laku bawahan atau kelompok, memiliki kemampuan atau keahlian khusus dalam bidang yang diinginkan oleh kelompoknya, untuk mencapai tujuan organisasi atau kelompok.⁷

Pada dasarnya seorang pemimpin mempunyai perilaku dalam memimpin yang berbeda-beda, pemimpin yang berhasil dalam memimpin adalah pemimpin yang dapat memberikan pengarahan, motivasi dan pemantauan (*monitoring*) kepada bawahannya untuk meningkatkan kinerjanya.

Persaingan dalam dunia pendidikan sudah tidak dapat terelakan lagi. Agar bisa mempertahankan eksistensinya lembaga pendidikan dituntut bisa memasarkan sekolahnya. Karena sebagus apapun sekolah jika tidak di promosikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah calon peserta didik dan

⁶D. Scott Derue, et.al, *Trait and Behavioral Theories of Leadership: An Integration and Meta-Analytic Test of Their Relative Validity*, Journal of Personnel Psychology (Vol. 64, 2011), 7.

⁷Wahjosumijo, *Kepemimpinan Kepala sekolah Tinjauan Teoritik Dan Permasalahannya* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 2.

tidak dikenalnya sekolah tersebut oleh masyarakat, maka dari itu pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah.

Selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga untuk menarik sejumlah calon peserta didik yang ada. Untuk itu, sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam pemasaran sekolah guna mempertahankan serta meningkatkan kualitas peserta didik yang ada. Sebagaimana yang dimaksud dalam UU Nomor 9 Tahun 2009 yaitu dibentuknya badan hukum pendidikan nasional dengan menerapkan manajemen berbasis sekolah atau madrasah.⁸ Terdapat beberapa pengertian tentang pemasaran diantaranya adalah :

Menurut John R. Silber yang dikutip Buchari Alma, menyatakan bahwa pemasaran pendidikan adalah suatu proses menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh baik menggunakan bantuan produk fisik maupun tidak untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Peserta didik).⁹

Menurut American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut : *“Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals”*.

Artinya : Bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, harga dan jumlah distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Pada lembaga pendidikan pemasaran bertujuan untuk memberi informasi kepada masyarakat tentang produk sekolah, meningkatkan minat dan ketertarikan

⁸M. Munir. 30 April 2018. *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*, (STAI Darussalam Krempyang Nganjuk)

⁹Galisa Ayu Famela. 2019. *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan*, (Studi Kasus di MTs Negeri 2 Bandar Lampung)

masyarakat tentang produk sekolah, membedakan produk sekolah dengan produk sekolah lainnya.

Kemudian memberi penekanan nilai yang lebih diterima masyarakat dan menstabilkan eksistensi serta kebermaknaan sekolah di masyarakat. Maka dari itu sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang maksimal agar hasil yang di harapkan tercapai dengan baik.

Salah satu pemasaran pendidikan yang sering digunakan oleh lembaga pendidikan pada umumnya yaitu dengan cara menyebarkan brosur, membuat pamphlet, mendatangi lembaga-lembaga pendidikan dan kemajuan teknologi sudah sangat pesat, dimana strategi pemasaran pendidikan yang mulai berkembang saat ini adalah dengan menggunakan media sosial dan ditambah sebagian besar masyarakat sudah mampu menguasai teknologi khususnya media sosial.

Dengan Peranan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran jasa pendidikan diharapkan lembaga pendidikan mampu memasarkan sekolahnya dan menarik minat para calon peserta didik.

Berbicara tentang Peranan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan, maka SMA Negeri 1 Kasimbar yang terletak di Kecamatan Kasimbar merupakan sekolah yang menggunakan kepemimpinan tersebut. Kepemimpinan melalui lembaga-lembaga pendidikan seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi akan menjadi persaingan ketat dalam kepemimpinan.

Berdasarkan hasil observasi awal, peneliti mengamati khususnya dalam bidang peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan, sesuai dengan kebijakan yang diambil oleh kepala sekolah yaitu

memanfaatkan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan untuk ikut serta dalam memasarkan pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar, khususnya memanfaatkan siswa-siswi dan alumni SMA Negeri 1 Kasimbar banyak diterima diperguruan tinggi melalui jalur prestasi, sehingga bisa dapat menarik calon siswa-siswi baru, untuk memilih SMA Negeri 1 Kasimbar sebagai sekolah yang berdaya saing.

Kemudian yang menjadi alasan lain peneliti mengangkat judul ini yaitu ada beberapa siswa-siswi yang tetap memilih SMA Negeri 1 Kasimbar sebagai sekolah mereka, padahal ada beberapa sekolah juga yang ada di Kecamatan Kasimbar seperti Aliyah donggulu, Aliyah baiturrahman dan SMA Negeri 2 Kasimbar, tetapi mereka tetap memilih SMA Negeri 1 Kasimbar sebagai sekolah mereka.

Dari paparan di atas peneliti tertarik meneliti lebih jauh dan berharap agar dapat menggali dan memahami lebih dalam lagi tentang **“Peranan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar”**

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada paparan latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

- a. Bagaimana peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.?
- b. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran jasa pendidikan pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar ?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Pada hakikatnya, setiap kegiatan penelitian mempunyai tujuan dan manfaat. Adapun tujuan dan manfaat penelitian dalam kajian skripsi ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.

2. Manfaat Penelitian

a. Untuk Ilmiah

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi referensi ilmiah khususnya dibidang manajemen mengenai Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran.

b. Untuk Institusi

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk peneliti, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan penelitian ini, peneliti dapat mengedukasi masyarakat mengenai Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran.

D. Defenisi Operasional

1. Kepemimpinan adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi aktifitas yang berkaitan dengan pekerjaan dari anggota kelompok. (Stoner. 1996: 161).

2. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi serta penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. (Ricky W. Griffin.).

3. Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan. (Tjiptono dan Diana. 2020: 3).

4. Strategi merupakan sekumpulan cara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah rencana dalam kurun waktu yang telah ditentukan. (Tjiptono 2011).

5. Kepala Sekolah adalah seorang tenaga fungsionalgur yang diberi tugas untuk memimpin suatu sekolah, yang diselenggarakan proses belajar mengajar, atau interaksi antara guru dan siswa. (Wahjosumidja dalam Ahmad Susanto. 2016: 13).

E. Garis-garis Besar Isi

Skripsi ini terdiri dari 5 bab yang masing-masing bab memiliki pembahasan sendiri-sendiri, namun saling berkaitan erat antara satu dengan yang lainnya. Adapun sistematika pembahasan yakni:

Bab I, berisi tentang pendahuluan yang mengemukakan beberapa hal pokok yang terdiri dari, latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penulisan, dan penegasan istilah serta garis-garis besar isi.

Bab II, berisi tentang kajian pustaka yang terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pemikiran.

Bab III, berisi tentang metode penelitian yang menguraikan sistematika penelitian yang akan dilakukan, yang mencakup uraian beberapa hal, yaitu: jenis penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, tehnik pengumpulan data, dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV, penulis akan menguraikan hasil penelitian sesuai dengan rumusan masalah, terdiri dari profil sekolah, dan hasil penelitian.

Bab V, merupakan bab penutup dari isi skripsi ini yang terdiri dari, kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Peninjauan terhadap penelitian terdahulu atau yang disebut dengan tinjauan pustaka ini dilakukan untuk meninjau sejauh mana masalah dalam penelitian ini pernah ditulis orang lain secara mendalam. Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji kebenarannya berdasarkan metode yang digunakan pada penelitian tersebut. Penelitian terdahulu berfungsi sebagai bahan referensi untuk membandingkan penelitian yang sekarang dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan kajian tentang pemasaran pendidikan. Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang dijadikan tinjauan pustaka dalam penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fathorrozi dan Abd. Muhith tentang “Peran Kepala Sekolah Dalam Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Sekolah Dasar di Jember Jawa Timur”.¹

Penelitian di atas membahas tentang pemasaran pendidikan. Terdapat beberapa perbedaan penelitian dengan yang dilakukan peneliti, salah satunya yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tugas kepala sekolah sebagai manager pemasaran di sebuah Sekolah Dasar di Jember, Jawa Timur. Sedangkan objek yang dituju peneliti adalah peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan.

¹Fathorrozi dan Abd. Muhith, “Peran Kepala Sekolah Dalam Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Sekolah Dasar di Jember Jawa Timur”, *Journal of Islamic Educational Management*, Vol. 3, No. 2, Desember (2021). <http://digilib.uinkhas.ac.id/5396/1/73-Article%20Text-554-1-10-20211228.pdf> (Diakses 19 September 2023).

Namun penelitian di atas pun memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.

Ke dua, penelitian yang dilakukan oleh Dyta Alvionita Indira Subagiyo tentang “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Darul Ulum Ngabar Mojokerto”.²

Penelitian di atas juga membahas tentang pemasaran pendidikan. Terdapat beberapa perbedaan penelitian dengan yang dilakukan peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Tempat penelitian di atas yaitu di sekolah berbasis agama atau madrasah sementara peneliti melakukan penelitian di sekolah umum.

2. Objek penelitian di atas adalah pemasaran pendidikan melalui ekstrakurikuler yang ada di sekolah tersebut sementara objek yang dituju peneliti adalah peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan.

Namun penelitian di atas pun memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.

Penelitian Ke tiga dilakukan oleh Aditia Rini Kusuma Wardani tentang “Strategi Pemasaran Sekolah di SMP Baitul Maal Jurangmangu Kota Tangerang Selatan”.³

Tentunya ada perbedaan dan persamaan pada penelitian di atas dan penelitian peneliti. Adapun perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian Aditia Rini Kusuma wardani ini lebih fokus meneliti tentang strategi pemasaran pendidikan secara global atau secara umum sedangkan peneliti lebih mengfokuskan pada peran pemasaran jasa pendidikan.

²Dyta Alvionita Indira Subagiyo, *Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Darul Ulum Ngabar Mojokerto*, (UIN Sunan Ampel 2019)

³Aditia Rini Kusuma Wardani, *Strategi Pemasaran Sekolah di SMP Baitul Maal Jurangmangu Kota Tangerang Selatan*, (UIN Syarif Hidayatullah 2016).

2. Kemudian adapun persamaan penelitian diatas dan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.

Tabel Kajian Empiris (Penelitian Terdahulu)
“Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar”

Nama Peneliti	Temuan Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Deskriptif Penelitian Kualitatif/ Kuantitatif
Fathorrzi dan Abd. Muhith	Peran Kepala Sekolah Dalam Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Sekolah Dasar di Jember Jawa Timur	Penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.	penelitian di atas memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.	Kualitatif
Dyta Alvionita Indira Subagiyo	Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler di MTs Darul Ulum Ngabar Mojokerto.	Penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.	Objek penelitian tersebut adalah pemasaran pendidikan melalui ekstrakurikuler yang ada di sekolah tersebut sementara objek yang dituju peneliti adalah peran kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan. Dan tempat penelitian tersebut yaitu di sekolah berbasis agama atau madrasah sementara peneliti melakukan penelitian di sekolah umum.	Kualitatif

Aditia Rini Kusuma Wardani	Strategi Pemasaran Sekolah di SMP Baitul Maal Jurangmangu Kota Tangerang Selatan	Penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama- sama meneliti tentang pemasaran pendidikan.	Dalam penelitian ini lebih fokus meneliti tentang strategi pemasaran pendidikan secara global atau secara umum.	Kualitatif
-------------------------------------	--	--	---	------------

B. Kajian Teori

1. Peran Kepemimpinan

Harapan mengenai peran seseorang dalam posisinya, dapat dibedakan atas harapan dari si pemberi tugas dan harapan dari orang yang menerima manfaat dari pekerjaan atau posisi tersebut. Adapun peran kepemimpinan yaitu sebagai berikut.⁴

a. Peran Mencari dan Memberi Informasi

Informasi merupakan jantung kualitas perusahaan atau organisasi; Artinya walaupun produk dan layanan purna jual perusahaan tersebut bagus, tetapi jika komunikasi internal dan eksternalnya tidak bagus, maka perusahaan itu tidak akan bertahan lama karena tidak akan dikenal masyarakat dan koordinasi kerja di dalamnya jelek. Pencarian serta penyampaian atau penyebaran informasi harus dirancang sedemikian rupa sehingga informasi benar-benar sampai kepada komunikan yang dituju dan memberikan manfaat yang diharapkan. Informasi yang disebarkan harus secara terus-menerus dimonitor agar diketahui dampak internal maupun eksternalnya. Monitoring tidak dapat dilakukan asal-asalan saja, tetapi harus betul-betul dirancang secara efektif dan sistemik. Selain itu, seorang pemimpin juga harus menjalankan peran consulting baik ke lingkungan internal

⁴Denizia Rizky. 2015. *Peranan Kepemimpinan*. Universitas Brawijaya : Malang

organisasi maupun ke luar organisasi secara baik, sehingga tercipta budaya organisasi yang baik pula. Sebagai orang yang berada di puncak dan dipandang memiliki pengetahuan yang lebih baik dibanding yang dipimpin, seorang pemimpin juga harus mampu memberikan bimbingan yang tepat dan simpatik kepada bawahannya yang mengalami masalah dalam melaksanakan pekerjaannya.

b. Peran Mempengaruhi Orang Lain

Kepemimpinan merupakan proses dimana seorang individu mempengaruhi sekelompok individu untuk mencapai suatu tujuan. Untuk menjadi seorang pemimpin yang efektif, seorang kepala sekolah harus dapat mempengaruhi seluruh warga sekolah yang dipimpinnya melalui cara-cara yang positif untuk mencapai tujuan pendidikan di sekolah. Secara sederhana kepemimpinan transformasional dapat diartikan sebagai proses untuk mengubah dan mentransformasikan individu agar mau berubah dan meningkatkan dirinya, yang didalamnya melibatkan motif dan pemenuhan kebutuhan serta penghargaan terhadap para bawahan. Pengaruh sebagai inti dari kepemimpinan merupakan kemampuan seseorang untuk mengubah sikap, perilaku orang atau kelompok dengan cara-cara yang spesifik. Seorang pemimpin yang efektif tidak hanya cukup memiliki kekuasaan, tetapi perlu pula mengkaji proses-proses mempengaruhi yang timbal balik yang terjadi antara pemimpin dengan yang dipimpin. Merujuk kepada kamus besar bahasa Indonesia (Balai Pustaka ;1988), pengaruh adalah daya yang timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

c. Peran Membangun Hubungan

Peran pemimpin dalam membangun hubungan contohnya adalah seperti hubungan dalam tim. Peranan kepemimpinan dalam tim Kepemimpinan didefinisikan sebagai proses untuk memberikan pengarahan dan pengaruh pada

kegiatan yang berhubungan dengan tugas sekelompok anggotanya. Mereka yakin bahwa tim tidak akan sukses tanpa mengkombinasikan kontribusi setiap anggotanya untuk mencapai tujuan akhir yang sama. Adapun peranan pemimpin dalam tim adalah sebagai berikut:

1. Memerlihatkan gaya pribadi, proaktif dalam hubungan, mengilhami kerja tim, memberikan dukungan timbal balik, membuat orang terlibat dan terikat, memudahkan orang lain melihat peluang dan prestasi, mencari orang yang ingin unggul dan dapat bekerja secara konstruktif, mengakui prestasi anggota tim, berusaha mempertahankan komitmen dan menempatkan nilai tinggi pada kerja tim.

Seorang pemimpin harus dapat dan mau bekerja untuk jangka waktu yang lama dan kondisi tidak ditentukan. Oleh karena itu, seorang pemimpin harus dapat menunjukkan energi yang positif, seperti, Percaya pada orang lain, Keseimbangan dalam kehidupan, melihat kehidupan sebagai tantangan, Sinergi, Latihan, mengembangkan diri sendiri.

d. Peran Membuat Keputusan

Pemimpin memainkan peran utama dalam proses pembuatan keputusan. Karena wewenang dan kedudukan formalnya sebagai pusat syaraf organisasi, hanya dialah yang bisa mengambil keputusan yang bersifat strategis. Peran pemimpin dalam membuat keputusan adalah sebagai berikut :

1. Peran selaku wiraswastawan (*entrepreneur*) pemimpin bertanggungjawab untuk memajukan dan menyesuaikan organisasinya dengan perkembangan lingkungan. Peranannya selaku pengumpul informasi, suatu ketika mungkin menemukan gagasan-gagasan baru.

2. Peran selaku penghalau gangguan tidak ada suatu organisasi pun yang selalu berjalan mulus. Suatu saat pasti akan mengalami gangguan tertentu yang disebabkan perkembangan situasi atau keadaan.

3. Peran selaku pembagi sumberdaya, peran ini adalah tanggungjawab pemimpin untuk menentukan “siapa akan dapat apa” dalam organisasi yang dipimpinnya. Sumberdaya yang paling penting untuk diatur pembagiannya adalah waktu yang dimilikinya. Selanjutnya pemimpin dibebani tugas untuk mengatur pola hubungan formal yang mengatur bagaimana pekerjaan dibagi dan dikoordinasikan.

4. Peran selaku perunding, penelitian membuktikan bahwa pemimpin menggunakan waktunya yang tidak sedikit untuk mengadakan perjanjian demi perjanjian. Penutupan perjanjian ini nampaknya telah merupakan tugasnya yang rutin, yang mengalir dari kedudukannya sebagai pusat syaraf organisasi dan kewenangan yang dimilikinya dalam organisasi.

2. Kepala Sekolah

Kepala sekolah adalah orang yang bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pendidikan di sekolah dan melakukan kegiatan dalam usaha mempengaruhi orang lain yang ada dilingkungan pada situasi tertentu agar orang lain dapat bekerja dengan penuh rasa tanggung jawab demi ketercapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kepala sekolah adalah orang yang didepan guru, karyawan, dan siswa sekolahnya. Kepala sekolah merupakan orang paling utama mempengaruhi para guru serta aktivitas sekolahnya dalam mewujudkan tujuan pendidikan.⁵

⁵Yusnidar, “Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada MAN Model Banda Aceh,” *Jurnal Ilmiah Didaktika*, Vol. XIV no. 2 (Februari 2014). 323. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id> (Diakses 26 Februari 2023).

Kepala sekolah pada hakikatnya adalah tenaga fungsional yang diberi tugas untuk memimpin penyelenggaraan sekolah. Kepala sekolah memiliki peran yang sangat kuat dalam mengkoordinasikan, menggerakkan dan menyetarakan semua sumber daya pendidikan yang tersedia di sekolah. Kepala sekolah dituntut mempunyai kemampuan manajemen pendidikan dan kepemimpinan yang memadai agar mampu mengambil inisiatif dan prakarsa untuk meningkatkan mutu sekolah.⁶

Sedangkan pengertian kepala sekolah dalam peraturan menteri pendidikan Nasional No.28 Tahun 2010 tentang penugasan guru sebagai kepala sekolah/madrasah, pasal 1 ayat 1 yaitu:

Kepala sekolah adalah guru yang diberi tugas tambahan untuk memimpin Taman Kanak-Kanak/Raudhotul Athfal (TK/RA), Taman Kanak-kanak Luar Biasa (TKLB), Sekolah Dasar/Madrasah Ibtidaiyyah (SD/MI), Sekolah Dasar Luar Biasa (SDLB), Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah (SMP/MTS), Sekolah Menengah Pertama Luar Biasa (SMPLB), Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah (SMA/MA), Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan (SMK), Sekolah Menengah Atas Luar Biasa (SBI) atau sekolah yang tidak dikembangkan menjadi sekolah bertaraf internasional (SBI). Pasal 12 ayat 1 peraturan pemerintah no 28 tahun 1990 tentang pendidikan dasar menyatakan bahwa kepala sekolah bertanggung jawab atas penyelenggaraan kegiatan pendidikan, administrasi sekolah, pembinaan tenaga kependidikan lainnya dan pendayagunaan serta pemeliharaan sarana dan prasarana.⁷

⁶Yusnidar, "Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Kinerja Guru Pada MAN Model Banda Aceh 326.

⁷Aini Safitri, *Manajemen Kepala Sekolah* (Medan: CV Scientific Corner, 2021), 23-24.

Berdasarkan paparan di atas peneliti menarik kesimpulan tentang pengertian kepala sekolah/madrasah adalah orang yang diberi tugas dan tanggung jawab, serta orang yang paling berpengaruh dalam pelaksanaan perjalanan sekolah dari waktu ke waktu demi tercapainya mutu pendidikan yang unggul dari semua bidang dan menjadi sekolah yang memiliki daya saing dengan sekolah lain.

1. Tugas kepala sekolah di antaranya adalah:

Pendidikan yang berkualitas tidak terlepas dari peran seorang pemimpin madrasah yang merupakan komponen dan memiliki peran aktif. Ada hubungan erat antara mutu kepala madrasah dengan berbagai aspek kehidupan madrasah seperti integritas, profesionalitas, inovasi, tanggung jawab, keteladanan, disiplin, pendidikan yang ada di madrasah, kepala madrasah menyadari akan perlunya pendidikan yang terencana, terarah serta konsistensi yang tetap terjaga.⁸ Adapun tugas pokok kepala madrasah pada semua jenjang. Dirjen pendidikan islam mencakup tiga bidang, yaitu: (1) tugas manajerial, (2) supervisi dan (3) kewirausahaan. Uraian tugas pokok tersebut adalah sebagai berikut:

(1) Tugas Manajerial

Tugas kepala madrasah dalam bidang manajerial berkaitan dengan pengelolaan sekolah, sehingga semua sumber daya dapat disediakan dan dimanfaatkan secara optimal untuk mencapai tujuan sekolah secara efektif dan efisien. Tugas manajerial ini meliputi (1) menyusun perencanaan madrasah; (2) mengelola program pembelajaran; (3) mengelola kesiswaan; (4) mengelola sarana dan prasarana; (5) mengelola personal madrasah; (6) mengelola keuangan madrasah; (7) mengelola hubungan madrasah dan masyarakat; (8) mengelola administrasi madrasah; (9) mengelola sistem informasi madrasah; (10) mengevaluasi program madrasah; dan (11) memimpin madrasah.

(2) Tugas Supervisi

Selain tugas manajerial, kepala madrasah juga memiliki tugas pokok melakukan supervisi terhadap pelaksanaan kerja guru dan staf. Tujuannya adalah untuk menjamin agar guru dan staf bekerja dengan baik serta menjaga mutu proses maupun hasil pendidikan di madrasah. Dalam tugas supervisi ini tercakup kegiatan-kegiatan: (1) merencanakan program supervisi; (2) melaksanakan program supervise; (3) menindaklanjuti program supervise.

⁸Makmur Syukri, *Budaya Kerja Kepala Madrasah* (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2021), 4.

(3) Tugas Kewirausahaan

Selain tugas menejerial dan supervisor, kepala madrasah juga memiliki tugas kewirausahaan. Tugas kewirausahaan adalah tujuannya agar madrasah memiliki sumber daya untuk menunjang jalannya madrasah terutama dalam hal keuangan. Selain itu, madrasah juga membutuhkan perilaku wirausaha di kalangan warga madrasah, khususnya siswa.⁹

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa tugas kepala sekolah bukan hanya sebagai penanggung jawab pada sekolah, melainkan juga sebagai konseptor manajerial yang bertanggung jawab pada kontribusi masing-masing demi efektifitas dan efisiensi demi kelangsungan sekolah. Begitu pula optimisme para orang tua yang terkondisikan pada kepercayaan menyekolahkan anak-anaknya pada sekolah madrasah, tidak lain karena menggantungkan cita-citanya pada Kepala sekolah.

2. Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Perlu dibedakan antara pendidik dan tenaga kependidikan, guru jelas adalah pendidik. Di dalam Rancangan Peraturan Pemerintah (RPP) BAB XII, tahun 2005 Pasal 139, Pasal 1 dinyatakan bahwa pendidik mencakup guru, dosen, konselor, pamong belajar, pamong widyaiswara, tutor, instruktur, fasilitator, pelatih dan sebutan lain dari profesi yang berfungsi sebagai agen pembelajaran pada jenjang pendidikan dasar dan menengah serta pendidikan anak usia dini meliputi kompetensi; pedagogik, kepribadian, profesional dan sosial.

Mengenai tenaga kependidikan dinyatakan di dalam Pasal 140 Ayat 1 (RPP, BAB XII/2005) sebagai berikut. Tenaga kependidikan mencakup pimpinan satuan pendidikan, penilik satuan pendidikan nonformal, pengawas satuan pendidikan formal, tenaga perpustakaan, tenaga laboratorium, teknisi sumber belajar, tenaga lapangan pendidikan, tenaga administrasi, psikolog, pekerja sosial, terapis, tenaga kebersihan sekolah, dan sebutan lain untuk petugas sejenis yang

⁹Ibid 93.

bekerja pada satuan pendidikan. Tugas dan tanggung jawab tenaga kependidikan di dalam ayat 2 (Pasal 140/Bab XII/RPP/2005) sebagai berikut:

- 1) Pimpinan satuan pendidikan bertugas dan bertanggung jawab mengelola satuan pendidikan pada pendidikan formal dan atau nonformal.
- 2) Penilik bertugas dan bertanggung jawab melakukan pemantauan penilaian, dan pembinaan pada satuan pendidikan nonformal.
- 3) Pengawas bertugas dan bertanggung jawab melakukan pemantauan, penilaian, dan pembinaan pada satuan pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan anak usia dini jalur formal.
- 4) Tenaga perpustakaan bertugas dan bertanggung jawab melaksanakan pengelolaan sumber belajar di perpustakaan.
- 5) Tenaga laboratorium bertugas dan bertanggung jawab membantu pendidik mengelola kegiatan praktikum di laboratorium satuan pendidikan.
- 6) Teknisi sumber belajar bertugas dan bertanggung jawab mempersiapkan, merawat memperbaiki sarana dan prasarana pembelajaran pada satuan pendidikan
- 7) Tenaga lapangan pendidikan bertugas dan bertanggung jawab melakukan pendataan, pemantauan, pembimbingan, dan pelaporan pelaksanaan pendidikan nonformal
- 8) Tenaga administrasi bertugas dan bertanggung jawab menyelenggarakan pelayanan administrasi pada satuan pendidikan.
- 9) Psikolog bertugas dan bertanggung jawab memberikan pelayanan bantuan psikologis- pedagogis kepada peserta didik dan pendidik pada satuan pendidikan khusus dan pendidikan anak usia dini.
- 10) Pekerja sosial bertugas dan bertanggung jawab memberikan layanan bantuan sosiologis-pedagogis kepada peserta didik dan pendidik pada satuan pendidikan khusus dan pendidikan anak usia dini.
- 11) Pekerja sosial bertugas dan bertanggung jawab memberikan layanan bantuan sosiologis-pedagogis kepada peserta didik dan pendidik pada satuan pendidikan khusus dan pendidikan anak usia dini.
- 12) Tenaga kebersihan sekolah bertugas dan bertanggung jawab memberikan layanan kebersihan lingkungan sekolah.¹⁰

3. Pemasaran Pendidikan

Dunia pendidikan telah memasuki zaman globalisasi, dimana iklim kompetisi sudah merambah pada setiap aspek kehidupan, tidak terkecuali juga

¹⁰Muhammad Yusri Bachtiar, "Pendidik dan Tenaga Kependidikan, *jurnal publikasi pendidikan*", vol 6. No 3 (oktober 2016) 191-197. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=pendidik+dan+tenaga+kependidikan&oq=#d=gs_qabs&t=1684855398754&u=%23p%3Dp0r_epuntisJ (Diakses 23 mei 2023).

pada sektor lembaga pendidikan. Dalam iklim kompetisi seperti saat ini, sangatlah sulit bagi sebuah lembaga pendidikan untuk dapat hidup dengan baik jika tidak memiliki kemampuan menyesuaikan diri dengan cepat dan mampu berkembang dengan berbagai tuntutan pengguna lembaga pendidikan serta untuk memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini.¹¹

Pemasaran sangat baik untuk sektor bisnis umum maupun untuk lembaga pendidikan (terutama sekolah atau madrasah) mutlak diperlukan. Pertama, sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan, untuk level apa saja, kita perlu meyakinkan masyarakat atau pelanggan yakni dalam hal ini adalah peserta didik, orang tua, serta pihak- pihak terkait lainnya, agar lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kedua, kita perlu meyakinkan masyarakat atau pelanggan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka dalam hal ini masyarakat secara umum pada saat ini. Ketiga, kita perlu melakukan kegiatan pemasaran agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, apalagi pelanggan kita. Keempat, agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas serta pelanggan yang berpotensi.¹²

Pemasaran adalah suatu proses usaha seseorang atau sebuah lembaga dalam mempengaruhi, menyalurkan, dan memindahkan kepemilikan dari satu orang ke orang lain yang ada hubungannya dengan barang maupun jasa, agar dapat diterima oleh pengguna jasa atau konsumen. Pemasaran dalam dunia pendidikan dapat disampaikan yakni tentang bagaimana cara mengelola hubungan

¹¹Minarti, Sri. *Manajemen Sekolah (Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri)*. (Yogyakarta: Arruz Media:2011)

¹²Rais, Muhammad. 2013. *Manajemen Marketing Pendidikan Madrasah*. Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Grup.

kepercayaan dengan komunikasi yang efektif, yang mencakup berbagai aspek di dalamnya dari program yang ditawarkan hingga tahapan proses bimbingan belajar yang dilakukan terkait sarana prasarana dan SDM tenaga pendidik serta hasil lulusannya yang dapat mempengaruhi peserta didik sebagai pelanggan dan masyarakat pada umumnya timbul kepercayaan yang besar untuk mempercayakan putra putrinya bergabung dan bersekolah ditempat tersebut. Pemasaran pendidikan adalah usaha berbasis pemasaran jasa yang itu berbeda dari pemasaran berbasis barang.¹³

Dalam dunia pendidikan, pemasaran adalah tentang mengelola hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan klien mereka dalam hal ini peserta didik dan orang tua sebagai wali murid. Pemasaran Pendidikan mencakup berbagai bidang, mulai dari promosi hingga tahap melakukan bimbingan belajar. Namun, tidak tepat hanya mempertimbangkan filosofi dari lembaga penyedia jasa pendidikan saja, permintaan pasar juga tetap harus dipertimbangkan. Konsumen dalam hal ini adalah peserta didik yang memiliki kebebasan dalam menentukan bimbingan belajar mana yang akan mereka pilih. Biaya bimbingan yang dipatok oleh bimbingan belajar atau lembaga pendidikan sekolah bergantung dari minat masyarakat untuk masuk dan memilih sekolah tersebut. Semakin banyak peminatnya maka biaya bimbingan akan semakin tinggi. Namun hal ini tidak terlalu berpengaruh, tergantung dari citra yang dimiliki oleh sekolah atau lembaga pendidikan tersebut dimata masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan. Pendidikan memiliki arti sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta saling menukar dan memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas sekolah/lembaga pendidikan serta sistem pengajaran yang telah

¹³*Buchari Alam. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Pertama. Bandung: CV Alfabeta.*

ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan pemakai jasa pendidikan (orang tua siswa atau wali murid).¹⁴

Fungsi pemasaran jasa pendidikan atau sekolah sendiri termasuk bagian dari teknik pemasaran yang bertujuan untuk mencapai hasil yang lebih baik dibandingkan dengan teknik pemasaran yang tidak dapat mencapai target jumlah siswa atau pengguna jasa pendidikan yang diinginkan. Dan konsep yang dijalankan sebuah organisasi atau lembaga pendidikan antara lain yaitu :¹⁵

(a) Konsep Produksi Konsep ini menyatakan bahwa menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka. Maka dari itu manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi (dari dalam lembaga pendidikan) dan efisiensi distribusi lembaga.

(b) Konsep Produk atau Jasa Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen atau pemakai jasa pendidikan akan menyayangi serta lebih memperhatikan ataupun perhatian terhadap jasa yang ditawarkan dengan standar mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok, dan karenanya organisasi ataupun lembaga pendidikan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan pelayanan jasa.

(c) Konsep Penjualan Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli serta mencoba jasa yang ditawarkan terkecuali lembaga pendidikan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Karenanya diperlukan berbagai teknik penjualan yang sempurna untuk mendapatkan konsumen-konsumen yang baik.

¹⁴*Ibid*

¹⁵Willem Mantja, "Manajemen Pendidikan Dan Supervisi Pengajaran," Malang: Wineka Media (2012)

(d) Konsep Pemasaran Masyarakat Konsep pemasaran kemasyarakatan menyatakan bahwa tugas sebuah organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif serta lebih efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kepercayaan masyarakat.

a. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan

Pelaksanaan Pemasaran adalah tindakan untuk mengeksekusi atau menindaklanjuti proses perencanaan pada saat akan melakukan usaha. Dengan kata lain pelaksanaan pemasaran adalah menjalankan rencana menjadi tindakan nyata dalam mempromosikan atau menginformasikan produk yang kita miliki untuk ditawarkan atau untuk dipilih atau dibeli oleh konsumen. Pelaksanaan pemasaran juga dapat disampaikan sebagai proses yang mengubah rencana pemasaran menjadi aktivitas nyata dan memastikan bahwa aktivitas itu dilaksanakan sedemikian dengan baik.¹⁶

Pelaksanaan pemasaran adalah tahap kedua dari manajemen pemasaran yang berarti suatu rangkaian yang tidak terpisah dari fungsi-fungsi manajemen pemasaran. Pelaksanaan pemasaran adalah tindakan untuk mengeksekusi atau menindaklanjuti proses perencanaan, dengan kata lain pelaksanaan pemasaran adalah proses menjalankan rencana menjadi tindakan nyata dalam pemasaran. Setelah perencanaan pemasaran sudah tersusun dengan baik, maka saatnya kita untuk menjalankan rencana tersebut. Dari proses ini kita akan melihat bahwa betapa pentingnya menyusun perencanaan dengan baik dan teliti. Pelaksanaan pemasaran akan berjalan baik jika apa yang kita lakukan itu berdasarkan perencanaan. Berikut ini adalah proses dalam pelaksanaan pemasaran:¹⁷

¹⁶David Wijaya. 2013. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah." Pendidikan Penabur.

¹⁷Amirullah, Jaja Jahari dan Syaibani. 2018. *Manajemen Madrasah (Teori, Strategi Dan Implementasi)*. Bandung: Alfabeta.

1) Mengutamakan aktivitas yang sudah tersusun sesuai perencanaan. Dalam pelaksanaan pemasaran, kita akan dituntun oleh perencanaan yang sudah tersusun. Mempelajari segala keputusan yang sudah ditetapkan, melihat kondisi lapangan dengan analisis SWOT, serta melakukan aktivitas pemasaran. Seorang yang terjun untuk pelaksanaan pemasaran adalah penentu hasil dari perencanaan.

2) Membuat catatan pada setiap aktivitas yang dilakukan. Kita harus mencatat setiap aktivitas pemasaran secara runtut waktu jika jadwal sudah ditetapkan dalam proses perencanaan. Catat setiap perkembangan dilapangan, kegiatan yang sudah selesai, kegiatan yang sementara dilakukan, dan yang belum selesai. Catat juga setiap transaksi yang terjadi dalam proses pelaksanaan pemasaran.

3) Mengubah catatan menjadi laporan pelaksanaan pemasaran.

b. Tujuan Pemasaran Pendidikan

Seperti salah satu fungsi manajemen, pemasaran bertujuan untuk memberikan arah dan tujuan pada kegiatan-kegiatan lembaga pendidikan. Selain itu, tujuan pemasaran adalah membuat produk perusahaan atau lembaga yang kompetitif karena ada nilai perbedaan dengan competitor. Semakin kuat nilai perbedaan, semakin baik bagi perusahaan atau lembaga. Dalam menemukan perbedaan dibutuhkan kejelian, kecermatan, dan kreativitas tinggi. Di dalam orientasi tujuan pemasaran lembaga pendidikan adalah memaksimalkan kepuasan konsumen. Ada lima faktor dominan atau penentu mutu layanan jasa pendidikan, yaitu:

1) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan guru/dosen untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten.

2) Daya tangkap (*responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pemilik lembaga untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan

bermakna serta kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan konsumen atau pemakai jasa pendidikan, misalnya penyediaan sarana yang sesuai untuk menjamin terjadinya proses yang tepat.

3) Kepastian (*assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya janji dalam promosi.

4) Empaty, yaitu kesediaan guru atau dosen atau karyawan dan pengelola untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada antara lain guru atau dosen serta karyawan harus menempatkan diri sebagai peserta didik atau orang tua serta pelanggan. Apabila pelanggan mengeluh, harus dicari solusi untuk mencapai persetujuan yang harmonis dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.

5) Berwujud (*Fangible*), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi, misalnya gedung dan kebersihan gedung serta penataan ruang yang rapi.

c. Penerapan Pemasaran Pendidikan

Pemasaran pendidikan mempunyai 7 elemen pokok yaitu:

1) Product

Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada customer yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan-keputusan tentang harga, distribusi dan promosi dapat diambil. Produk terdiri atas lima tingkatan yaitu:

a) *Core benefit*, merupakan manfaat dasar yang sebenarnya dibeli oleh customer.

b) *Basic product* atau versi dasar dari suatu produk dalam hal ini misalnya

pengetahuan dan ketrampilan yang memiliki ciri khas.

c) *Expected product*, yaitu sejumlah atribut yang menyertai diantaranya adalah kurikulum, silabus, dan tenaga pendidik, dsb.

d) *Augmented product*, merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, misalnya output dari lembaga tersebut mampu berbahasa inggris baik lisan maupun tulisan, computer, bahasa arab, dsb.

e) *Potensial product*, merupakan seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin didapat produk tersebut dimasa depan diantaranya adalah pengakuan lulusan lembaga tersebut dari dunia kerja.

2) Price

Merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, apabila produk mutu baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan. Pada dasarnya harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan untuk suatu produk yang dihasilkan atau dipasarkan dapat didasarkan atas strategi harga yang sama atau seragam untuk seluruh daerah atau segmen pasar-pasar yang dilayani yang disebut dengan single pricing dan strategi yang tidak seragam atau berbeda-beda untuk beberapa daerah atau segmen pasar yang disebut dengan multi pricing. Suatu lembaga pendidikan menetapkan harga yang berbeda atau tidak seragam umumnya didasarkan pada pertimbangan tujuan dan sasaran yang akan dicapai di masing-masing daerah pemasaran, serta situasi dan kondisi yang ada.

3) Place

Adalah letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang di persepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

4) Promotion

Merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut.

5) People

Dalam pemasaran jasa, orang atau people, merupakan asset utama yang berfungsi sebagai service provider yang sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan.

6) Physical evidence

Unsur-unsur yang termasuk di dalam physical evidence yaitu lingkungan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang dipadukan dengan service yang diberikan, seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

7) Process

Menurut Zaithaml and Bitner, *“process is the actual prosedures, mechanims and floe of activities by which the service is dilivery-the service dilivery and operating sistem”* . Maka proses penyampaian jasa pendidikan merupakan inti (*core*) dari seluruh pendidikan, kualitas dalam seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk circle dalam merekrut pelanggan pendidikan.

d. Karakteristik Jasa Pendidikan

Pada dasarnya jasa adalah sesuatu yang diberikan oleh satu pihak kepada

pihak lain yang sifatnya tidak berwujud dan tidak memiliki dampak perpindahan hak milik. Hal ini sangat erat kaitannya dengan karakteristik jasa yang perlu dipertimbangkan dalam merancang program pemasarannya. Jasa secara umum memiliki karakteristik utama seperti berikut: ¹⁸

1) Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak berwujud seperti produk fisik, yang menyebabkan pengguna jasa pendidikan tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar, dan merasakan hasilnya sebelum mereka mengonsumsinya (menjadi subsistem lembaga pendidikan). Tanda maupun informasi dapat diperoleh atas dasar letak lokasi lembaga pendidikan, lembaga pendidikan penyelenggara, peralatan dan alat komunikasi. Beberapa hal yang akan dilakukan lembaga pendidikan untuk meningkatkan calon pengguna jasa pendidikan adalah sebagai berikut:

- (1) Meningkatkan visualisasi jasa yang tidak berwujud menjadi berwujud.
- (2) Menekankan pada manfaat yang akan diperoleh (lulusan lembaga pendidikan).
- (3) Menciptakan dan membangun suatu nama merek lembaga pendidikan (*education brand name*).
- (4) Memakai nama seseorang yang sudah dikenal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

2) Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa pendidikan tidak dapat terpisahkan dari sumbernya, yaitu lembaga pendidikan yang menyediakan jasa tersebut. Artinya, jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak pada waktu yang sama. Jika peserta didik membeli jasa, akan berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan.

¹⁸Andi Mursidi and Didi Sundiman, "Phenomenon on the Level of Lecturer Education, in Quality of Education and Quality of Graduates," *International Proceedings of Economics Development and Research* 81 (2014): 29

Dengan demikian, jasa lebih diutamakan penjualannya secara langsung dengan skala operasi yang terbatas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dapat menggunakan strategi bekerja dalam kelompok yang lebih besar, bekerja lebih cepat, atau melatih para penyaji jasa agar mereka mampu membina kepercayaan pelanggannya (peserta didik).

3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa pendidikan yang diberikan sering berubah-ubah. Hal ini akan sangat tergantung kepada siapa yang menyajikannya, kapan, serta di mana disajikan jasa pendidikan tersebut. Oleh karena itu, jasa pendidikan sulit untuk mencapai kualitas yang sesuai dengan standar. Untuk mengantisipasi hal tersebut, lembaga pendidikan dapat melakukan beberapa strategi dalam mengendalikan kualitas jasa yang dihasilkan dengan cara berikut:

- (1) Melakukan seleksi dan mengadakan pelatihan untuk mendapatkan SDM jasa pendidikan yang lebih baik.
- (2) Membuat standarisasi proses kerja dalam menghasilkan jasa pendidikan dengan baik.
- (3) Selalu memonitor kepuasan peserta didik melalui sistem kotak saran, keluhan, maupun survei pasar.
- (4) Mudah Musnah (*perishability*)

Jasa pendidikan tidak dapat disimpan dalam jangka waktu tertentu atau jasa pendidikan tersebut mudah musnah sehingga tidak dapat dijual pada waktu mendatang. Karakteristik jasa yang cepat musnah bukanlah suatu masalah jika permintaan akan jasa tersebut stabil karena jasa pendidikan mudah dalam persiapan pelayanannya. Untuk itu, diperlukan program pemasaran jasa yang cermat agar permintaan terhadap jasa pendidikan selalu stabil.

Adapun kualitas jasa pendidikan dapat diketahui dengan cara

membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang diperoleh atau diterima secara nyata oleh mereka dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, pelayanannya dapat dikatakan bermutu. Namun apabila kenyataan lebih dari yang diharapkan, pelayanannya dapat dikatakan bermutu. Sebaliknya, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, pelayanan dapat dikatakan tidak dikatakan bermutu. Namun apabila kenyataan sama dengan harapan, kualitas pelayanan disebut memuaskan. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara pernyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang diterima mereka, dimensi jasa pendidikan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Bukti Fisik (*Tangible*)

Berdasarkan bukti fisik berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 Tentang Standar Nasional Pendidikan yang tercantum dalam pasal 42 bab VII Standar Sarana dan Prasarana Pendidikan yang berisi sebagai berikut:

- (1) Setiap satuan pendidikan wajib memiliki sarana yang meliputi perabot, peralatan pendidikan, media pendidikan, buku dan sumber belajar lainnya bahan habis pakai, serta perlengkapan lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan.
- (2) Setiap satuan pendidikan wajib memiliki prasarana yang meliputi lahan, ruang kelas, ruang pimpinan satuan pendidikan, ruang pendidik, ruang tata usaha, ruang perpustakaan, ruang laboratorium, ruang bengkel kerja, ruang unit produksi, ruang kantin, instalasi daya dan jasa, tempat berolahraga, tempat beribadah, tempat bermain, tempat berkreasi, dan ruang atau tempat lain yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran yang teratur dan berkelanjutan.

b) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera atau cepat, akurat, dan memuaskan.

c) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tangkap adalah kemampuan/kesediaan para staf untuk membantu para peserta didik dan memberikan pelayanan cepat tanggap.

d) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan respek terhadap peserta didik. Jaminan memiliki staf dapat dipercaya, bebas dari bahaya, dan keragu-raguan. Sebagaimana yang tercantum dalam pasal 28 Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005, yang berisi tentang, “Pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional”.

e) Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan peserta didiknya.

e. Strategi Pemasaran

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu strategi selalu berkaitan evaluasi dan pemilihan alternative yang tersedia bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam hal ini tentunya berkaitan dengan pemasaran, maka sebuah lembaga industri baik profit dan non profit tentunya harus memiliki strategi pemasaran yang dapat menghasilkan keuntungan yang banyak, meminimalisir modal dan memiliki banyak dan luas jaringan pelanggan

pada produk kita baik jasa maupun barang. Adapun beberapa konsep strategi pemasaran diantaranya adalah: ¹⁹

1) Segmentasi pasar atau klasifikasi pasar, masing-masing konsumen tentunya memiliki selera dan kebutuhan yang berbeda-beda. Oleh sebab itu sebagai pengusaha harus memiliki target pasar yang tepat sasaran dan jelas, maka perlu klasifikasi jenis pangsa pasar dari heterogen menjadi homogen.

2) Market Positioning, yakni kegiatan atau tindakan yang dilakukan suatu perusahaan profit atau non-profit untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu selalu diingat oleh konsumen karena keunikannya atau ke-khasan dan keunggulan tersendiri. Sehingga konsumen memahami dan menghargai apa yang diciptakan oleh perusahaan termasuk para kompetitor lainnya.

3) Market entry strategi, adalah strategi perusahaan untuk masuk pada segmen pasar tertentu dengan 3 cara yakni; membeli perusahaan dari orang lain, pengembangan dalam perusahaan atau mengembangkan perusahaan yang sudah ada, dan bekerjasama secara produktif dengan perusahaan lain untuk meningkatkan profit penjualan.

4) Strategi pada marketing mix, adalah kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan maupun lembaga pendidikan untuk mempengaruhi konsumen atau pelanggan. Variabel tersebut antara lain adalah produk, harga, tempat, promosi, tingkat partisipasi, proses dan psikologis konsumen.

5) Timing Strategy atau waktu yang tepat, adalah agar strategi pemasaran dapat dilakukan secara efektif dan efisien maka serta menghasilkan output yang memuaskan, maka perusahaan atau lembaga pendidikan harus tahu kapan waktu yang tepat untuk menjalankannya dan mendistribusikannya

¹⁹Sulaiman. 2016. "Strategi Pemasaran Produk." September.

Salah satu strategi pemasaran adalah dengan tehnik promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Tehnik promosi yang digunakan adalah dengan penyebaran brosur. Hal ini dilakukan yang pertama adalah penyebaran kepada internal sekolah seperti guru dan siswa. Yang kedua penyebaran eksternal di luar sekolah atau kepada masyarakat umum. Namun tehnik seperti disadari betul oleh pihak yayasan ternyata kurang menjamin dan terkesan menghambur-hamburkan anggaran saja. Tehnik promosi yang paling menjamin adalah berita dari mulut ke mulut baik dari orang tua siswa atau siswa secara langsung selaku pengguna jasa layanan pendidikan.²⁰

Dalam teori pemasaran diketahui bahwa promosi memegang peranan penting dalam meningkatkan jumlah penjualan. Namun demikian promosi dalam produk jasa tidak memegang peranan penting bahkan dapat berakibat sebaliknya menjadi bomerang. Artinya lembaga yang hanya menonjolkan promosi saja tanpa strategi yang lain akan mengalami penurunan peminat. Oleh karena itu disamping tehnik promosi dengan brosur, menjadikan layanan terbaik kepada siswa sebagai trik promosi tersendiri sehingga siswa dan orang tua siswa akan merasa puas dan dengan sendirinya bercerita dari mulut ke mulut dengan orang tua lainnya. Tehnik promosi membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut sering digunakan lembaga penyedia jasa untuk memasarkan produknya. Adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan menganjurkan konsumen lain agar membeli produk yang sama. Hal ini menjadi keuntungan berlipat bagi penyedia barang dan jasa melalui informasi positif dari konsumen ke konsumen

²⁰Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta

lain dan hal ini lebih terkenal dengan istilah *mouth to mouth advertising*.²¹

Strategi pemasaran pendidikan juga dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Strategi langsung yaitu dengan tehnik promosi dengan menggunakan media cetak maupun media elektronik dan juga berita mulut ke mulut terkait pelayanan yang diberikan. Strategi tidak langsung dilakukan seiring dengan terlaksananya berbagai even baik sifatnya lokal atau internasional. Bentuk-bentuk promosi antara lain; *personal selling*, *mass selling*, *sales promotion*, hubungan masyarakat, *direct selling* dan *word of mouth*. Namun yang merupakan ciri khusus dari promosi di bidang jasa adalah komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Strategi pemasaran selanjutnya adalah strategi differensiasi. Dalam strategi ini sekolah berusaha menjadi unik dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan sekolah sebagai strategi bersaing untuk menarik hati pelanggan yaitu masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan. Porter (1985) dalam bukunya keunggulan bersaing mengatakan bahwa "*the logic of the differentiation strategy requires that a firm choose attributes in which to differentiate it self that are different from its rivals*" atau logika dari strategi differensiasi mengharuskan sebuah perusahaan atau lembaga untuk memilih sifat-sifat istimewa untuk mendiferensiasikan diri yang berbeda dengan yang dipunyai rivalnya. Strategi differensiasi yang digunakan dalam memasarkan jasa pendidikannya dengan melakukan kegiatan spesifik yang dikembangkan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan-keunggulan tersebut berupa prestasi-prestasi yang diraih baik di tingkat kota sampai tingkat internasional. Alma (2011) menjelaskan apabila mutu suatu produk tinggi (lulusan) maka calon pelanggan (orang tua siswa) pun tidak akan segan-segan

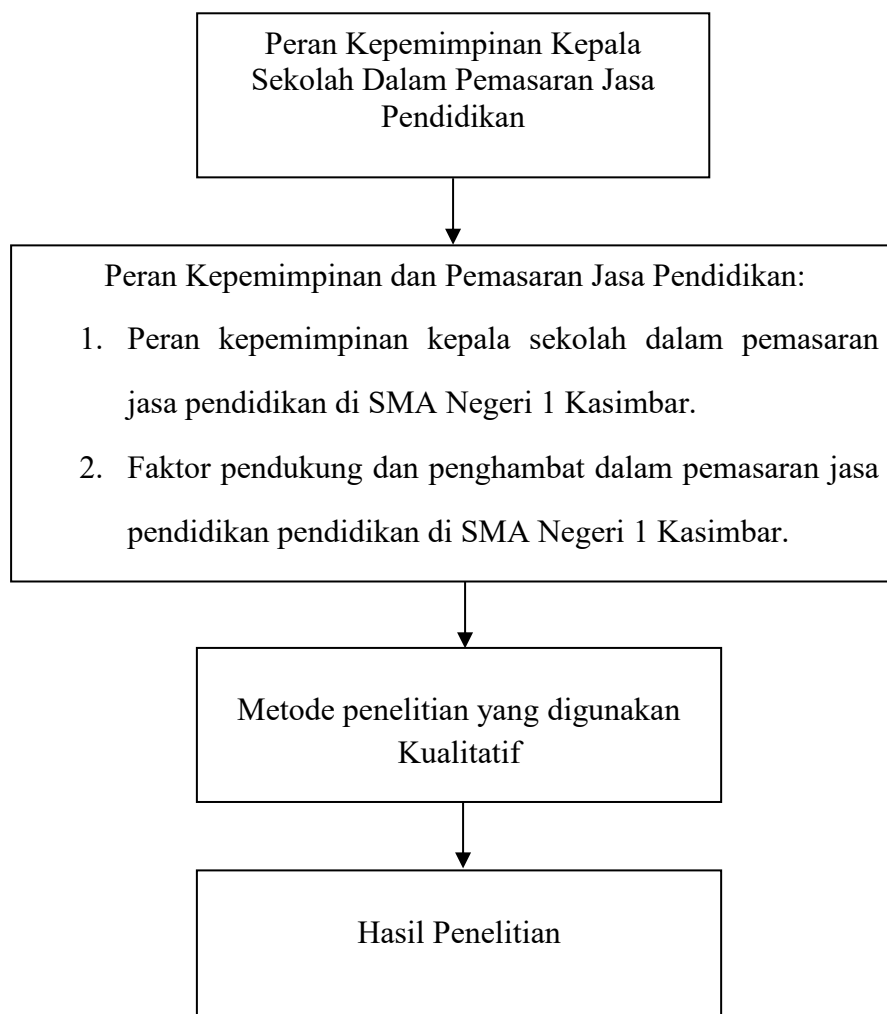
²¹Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta

untuk membayar lebih mahal selama masih berada dalam batas keterjangkauan mereka.

C. Kerangka Pikir

Dalam berfikir maka penulis memerlukan sebuah kerangka pemikiran yang akan digunakan sebagai landasan untuk mengetahui apa yang akan diteliti. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan pada bagan dibawah ini:

Gambar 2.1



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian pendidikan dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan.¹

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan memakai bentuk deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis yang dikumpulkan terutama data kualitatif. Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki.²

Selain itu penelitian deskriptif ini berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, proses yang sedang berlangsung, akibat dan efektifitas yang berlangsung).

Menurut Bogdan dan Taylor seperti dikutip oleh Tohirin dalam bukunya bahwa metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Lebih jauh lagi penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang berupaya membangun pandangan orang-orang yang diteliti secara

¹Nusa Putra, *Metode Penelitian* (Cet. 1; Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 75

²Convelo G. Cevilla, dkk., *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta : Universitas Indonesia, 1993), 73.

rinci serta dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik (menyeluruh dan mendalam) dan rumit.³

Adanya penelitian bertujuan untuk memperoleh data ilmiah yang bersifat alamiah dan tidak menimbulkan hipotesis yang sifatnya menduga-duga berbagai hal. Metode ini lebih mendekati kesesuaian dengan topik kajian skripsi ini, yang menitik beratkan kepada kegiatan penelitian di lokasi objek dalam melakukan penelitian yang menyangkut Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di SMAN 1 Kasimbar.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 1 Kasimbar. Alasan peneliti menjadikannya sebagai lokasi penelitian karena sekolah ini mempunyai pemasaran pendidikan sesuai dengan proposal skripsi penulis, kemudian dari beberapa sekolah yang berada di Parigi Moutong Sulawesi Tengah, penulis menganggap sekolah ini menjadi salah satu sekolah yang dapat dijadikan representasi sebagai sekolah yang memiliki pemasaran pendidikan yang baik dan terus mengalami kemajuan di tiap tahunnya.

Kondisi inilah yang menjadi dasar pertimbangan sehingga peneliti memilih lokasi penelitian, selain itu lokasinya sangat mudah dijangkau, sehingga memudahkan bagi peneliti untuk mengumpulkan data sesuai kebutuhan rencana penyusunan skripsi nantinya. Peneliti sangat berharap agar dapat memperoleh nilai tambah dalam melakukan penelitian ini dan sebagai langkah awal bentuk pengabdian dan aplikasi keilmuan selama melakukan studi.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, kehadiran peneliti sebagai instrumen penelitian sekaligus sebagai pengumpul data. Oleh karena itu, kehadiran peneliti di lokasi

³Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* (Cet. 3; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 2.

dalam usaha melakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pihak pihak yang berhubungan dengan penelitian tersebut.

Kehadiran peneliti di lokasi penelitian bertindak selaku instrumen penelitian sekaligus sebagai pengumpul data, S. Margono mengemukakan bahwa kehadiran Penulis di lokasi selaku instrumen utama adalah sebagai berikut:

Manusia merupakan alat (instrumen) terutama mengumpulkan data. Penelitian kualitatif menghendaki peneliti atau dengan bantuan orang lain sebagai alat utama mengumpul data. Hal ini dimaksudkan agar lebih mengadakan penyesuaian terhadap kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan.⁴

Berdasarkan pada pandangan diatas, maka kehadiran peneliti suatu hal yang penting pada lokasi yang dijadikan objek penelitian. Kehadiran peneliti juga harus diadakan secara resmi yakni dengan cara terlebih dahulu mendapatkan izin penelitian dari pihak kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu. Dengan izin tersebut peneliti melaporkan maksud kehadirannya kepada pihak sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar, yang diawali penyerahan surat penelitian. Berdasarkan surat izin tersebut peneliti mendapat izin dan diterima pihak sekolah untuk melakukan penelitian di sekolah tersebut, untuk melakukan penelitian terhadap pokok masalah sesuai data yang diperlukan.

D. Data dan Sumber Data

Pada hakekatnya, data bagi seorang peneliti adalah sebagai alat atau dasar utama dalam pembuatan keputusan atau pemecahan masalah. Oleh karena itu, data yang diambil harus benar-benar memenuhi kriteria yang dijadikan alat dalam mengambil keputusan. Kriteria data yang lebih sebagaimana dikemukakan oleh J.Supranto dalam buku metode riset aplikasinya dalam pemasaran: “Data yang baik adalah data yang bisa dipercaya kebenarannya (*reliable*), tepat waktu (*up to*

⁴S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet . 2; Jakarta: Rineka Cipta , 2000), 38.

date) dan mencakup ruang lingkup yang luas atau bisa memberikan gambaran tentang suatu masalah secara menyeluruh (*comprehensive*).⁵

Sedangkan sumber data menurut Suharsini Arikunto bahwa “sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh”.⁶ Pencatatan sumber utama melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Jenis data yang diperlukan penulis pada prinsipnya terdiri atas data kepustakaan dan data lapangan. Data-data pustaka adalah data yang dipakai pada pembahasan tentang kajian pustaka. Sedangkan data lapangan terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer (*primary data*) yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, baik melalui wawancara, observasi, maupun laporan dalam bentuk dokumen yang kemudian diolah oleh peneliti. Data primer dapat berbentuk opini subjek secara individual atau kelompok, dan hasil observasi terhadap karakteristik benda (fisik), kejadian dan hasil pengujian tertentu.⁷

Data primer adalah data yang bersumber dari para informan yang ada di lokasi penelitian, seperti kepala sekolah, guru, humas sekolah, dan peserta didik yang mengetahui secara jelas permasalahan yang diteliti. Sehingga peneliti mudah dalam mendapatkan informasi dan data yang valid serta akurat dari penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung data utama. “Data ini dapat bersumber dari literatur-literatur yang mendukung operasionalisasi penulisan hasil

⁵J. Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, (Ed. 3; Jakarta: Fakultas Ekonomi UI, 1981), 2.

⁶Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Ed. Revisi, Cet. 12; Jakarta: 2002), 107.

⁷Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 106.

penelitian”.⁸ Data sekunder bisa berupa data yang diperoleh melalui dokumentasi yang berkaitan dengan objek penelitian yang menunjukkan gambaran umum tentang SMA Negeri 1 Kasimbar, seperti sarana dan prasarana, keadaan pendidik dan peserta didik dan data yang berhubungan terhadap objek penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Selanjutnya, untuk memperoleh data yang obyektif. Maka dalam penelitian penulis menggunakan beberapa tehnik pengumpulan data yang dianggap representatif dalam mendukung terselenggaranya penelitian antara lain:

1. Observasi

Observasi menurut Winarno Surakhmad, Yaitu; Teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan yang dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan situasi buatan yang khusus diadakan.⁹

Adapun data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti berdasarkan hasil observasi diantaranya yaitu:

1. Sekolah tersebut (SMA Negeri 1 Kasimbar) memiliki fasilitas sekolah yang cukup baik seperti, Perpustakaan, ruang kelas, lapangan olahraga, tempat parkir, lab komputer dan biologi, kantin dan lain-lain.

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data di lapangan dengan melaksanakan pengamatan langsung terhadap objek data yang berkaitan dengan Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran jasa Pendidikan yang dibarengi dengan aktivitas pencatatan sistematis terhadap hal-hal yang dilihat berkenaan dengan data yang dibutuhkan. Instrumen penelitian yang digunakan

⁸Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 106.

⁹Winarno Surahmad, *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1978), 155.

dalam obesrvasi langsung adalah alat tulis menulis untuk mencatat data yang didapat di lapangan.

2. Wawancara

Wawancara menurut Joko Subagiyono adalah suatu metode dalam pengumpulan data untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkap pertanyaan-pertanyaan pada informan.¹⁰ Jadi wawancara dapat diartikan sebagai kegiatan tanya jawab yang dilakukan dua orang atau lebih dengan bertatap muka. Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara dengan kepala sekolah, humas sekolah, guru atau tenaga pendidik, wakil kepala sekolah dan staf tata usaha yang berada di wilayah SMA Negeri 1 Kasimbar, dengan cara bertatap muka dan tanya jawab dengan menggunakan pedoman wawancara dan bahan yang dibutuhkan terkait dengan Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar.

Adapun data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti berdasarkan hasil wawancara diantaranya yaitu:

1. Sesuai dengan kebijakan yang diambil oleh kepala sekolah yaitu salah satunya adalah ingin siswa-siwi tamatan SMA Negeri 1 Kasimbar banyak diterima diperguruan tinggi melalui jalur prestasi, sehingga bisa dapat menarik calon siswa-siswi baru, untuk memilih SMA Negeri 1 Kasimbar sebagai sekolah yang berdaya saing.

3. Dokumentasi

Teknik lain yang dapat digunakan peneliti selama mengadakan penelitian untuk memperoleh data di lapangan adalah menghimpun dokumen-dokumen di lingkungan SMA Negeri 1 Kasimbar. Serta dalam tehnik dokumentasi ini penulis

¹⁰Joko Subagiyono, *Metode Penelitian Dalam Teori Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 39.

juga menggunakan kamera sebagai bukti bahwa penelitian benar-benar dilakukan di lokasi dimaksud. Dokumen penting yang menunjang kelengkapan data dan kondisi objektif SMA Negeri 1 Kasimbar seperti sejarah berdirinya sekolah, letak geografis, keadaan guru dan pegawai, sarana dan prasarana, serta dokumentasi wawancara bersama informan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Setelah pengumpulan data dilaksanakan maka selanjutnya peneliti melakukan analisis data sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Menurut *Matthew B. Miles dan A. Michel Hiberman* bahwa reduksi data yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemutusan perhatian dan penyederhanaan, pengabsakan dan transportasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertentu di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung.¹¹

Reduksi data yaitu penulis merangkum beberapa data yang diperoleh di lapangan, kemudian mengambil dari beberapa data yang dianggap mewakili untuk dimasukkan dalam pembahasan ini.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi maka selanjutnya penyajian data yang ditandai sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data maksudnya adalah menyajikan data yang telah direduksi dalam model-model tertentu untuk menghindari adanya kesalahan penafsiran terhadap data tersebut.

¹¹Matthew B. Milles, et at, *Qualitative data analisis diterjemahkan oleh Tjetjep Rohidi dengan judul Analisis data Kualitatif*, buku Sumber Tentang Metode Baru (Cet. 1; Jakarta: UIPress, 1992), 16.

3. Verifikasi Data

Dalam kegiatan memverifikasi, penulis mengambil kesimpulan dengan mengacu pada hasil dari reduksi data. Data-data yang terkumpul dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, penulis pilih yang mana sesuai dengan judul dan membuang yang tidak perlu.

Jadi jelas bahwa uraian-uraian dari teknik analisis data ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menjabarkan uraian-uraian analisis data dan bukan dalam bentuk statistik inferensia, sehingga tehnik analisis data adalah menguraikan beberapa hal yang di peroleh selama penelitian dan tidak dijabarkan dalam bentuk statistik.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data yang shahih, agar data yang diperoleh terjamin validitas dan kredibilitasnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Lexi J. Moleong dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif”, bahwa: Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbarui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas) menurut versi “positisme” dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria dan paradigmanya sendiri”.¹²

Adapun untuk pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data tersebut.¹³

Terdapat tiga jenis triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Yaitu :

¹²Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet, X; Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990, 171.

¹³Ibid 72

1. Triangulasi Sumber.

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari lapangan melalui beberapa sumber dengan cara wawancara. Dengan adanya triangulasi sumber dapat memperoleh data nyata dari lapangan tetapi dengan sumber yang berbeda.

2. Triangulasi Teknik.

Triangulasi teknik adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang berasal dari teknik pengumpulan datanya yang berupa hasil wawancara, observasi, dan kuesioner.

3. Triangulasi Waktu.

Dalam triangulasi waktu pengecekan dapat dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda dalam triangulasi waktu peneliti dapat mengecek data menggunakan trigulasi teknik atau trigulasi sumber tetapi dengan waktu yang berbeda-beda. Hal tersebut sangat jelas bahwa trigulasi sumber, teknik, dan waktu sangat berkaitan antara satu dan lainnya.¹⁴

Pada saat pengambilan data pada penelitian ini penulis melakukan pengambilan data dengan tehnik wawancara dengan narasumber yang berbeda untuk mengkaji pendapat satu sama lainnya dengan waktu yang berbeda sesuai dengan kondisi yang ada dilokasi penelitian.

¹⁴Iwan Hermawan, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, & Mixed Methode* (Kuningan : Hidayatul Qur'an Kuningan, 2019) 119.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat SMA Negeri 1 Kasimbar

SMA Negeri 1 Kasimbar berdiri pada tahun pelajaran 2003/2004 pada tanggal 06 Januari 2003 surat pernyataan menghibahkan tanah. Maka pada tahun Pelajaran 2004/2005 sekolah selesai dibangun dalam penganggaran APBN, selanjutnya pemerintah Kabupaten Parigi Moutong meresmikan sekolah tersebut untuk dapat ditempati dan digunakan sebagai gedung sekolah baru dan diizinkan membuka penerimaan Siswa baru pada bulan Juni 2004 semester ganjil tahun pelajaran 2004/2005. Adapun selaku kepala sekolah pertama masih dirangkap oleh kepala sekolah SMA Negeri 1 Ampibabo yakni: Drs. Usman Pangale. Pada saat itu nama sekolah adalah SMA Negeri 2 Ampibabo tepatnya di Desa Kasimbar Kecamatan Ampibabo. Seiring berjalannya waktu terjadi pemekaran Kecamatan. Maka Kecamatan Ampibabo memekarkan Desa Kasimbar menjadi sebuah Kecamatan kasimbar. Sehingga SMA Negeri 2 Ampibabo yang berada di Desa Kasimbar dilakukan perubahan nama sekolah Menengah berdasarkan Nomen Klatur menurut Kecamatan, sesuai surat edaran Kepala Dinas Pendidikan kab.Parigi Moutong Nomor :047/5869/Disdik, tanggal 26 oktober 2009. Adapun perubahan adalah : SMA Negeri 2 Ampibabo di Kasimbar menjadi SMA Negeri 1 Kasimbar di Kasimbar Kecamatan Kasimbar Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah.

Pada saat peresmian/pembukaan sekolah, jumlah siswa mencapai 147 orang yang terdiri dari 3 kelas dengan keadaan guru yang sangat minim. Disamping itu, fasilitas sekolah juga sangat masih kurang, begitupun juga tenaga administrasinya sehingga membuat kesulitan bagi sekolah dalam penyelenggaraan

proses belajar mengajar ditambah dengan kepala sekolah yang memimpin 2 sekolah langsung, sehingga memberi dampak keterlambatan dalam pengelolaan pelayanan penyelenggaraan kebutuhan pendidikan.

Kemudian pada September tahun 2004 kepala sekolah PLTH mulai mendelegasikan tugas kepada Drs. Sudirham untuk melaksanakan tugas-tugas kepala sekolah dan pada saat itu sedikit demi sedikit mengalami perubahan seperti penambahan siswa dan gedung serta sarana prasarana.

Sejak tahun 2005 ditetapkan kepala sekolah SMA Negeri 2 Ampibabo sebagai kepala sekolah pertama yang bernama Mansur S. pd. dari tahun 2005 sampai 2008, dilanjutkan oleh Abdul Manan S. pd. dari tahun 2008 sampai 2010, dilanjutkan Rafiin Palando S. pd. dari tahun 2010 sampai tahun 2012. Simasa Rafiin Palando ini telah mengalami perubahan nama atau nomen kolatur dari SMA Negeri 2 Ampibabo menjadi SMA Negeri 1 Kasimbar sampai dengan sekarang. Setelah kepemimpinan Rafiin Palando dilanjutkan lagi oleh Drs. Ali Wakano dari tahun 2012 sampai tahun 2013, dimana pada kepemimpinan beliau, siswa pernah mencapai 680 orang dimana pada waktu itu belum ada sekolah tandingan seperti SMK Negeri 1 Kasimbar dan SMA Negeri 2 Kasimbar. Dan pada tahun 2013 jumlah siswa telah mengalami penurunan karena pada saat itu telah diresmikan SMA Negeri 2 Kasimbar. Kemudian setelah kepemimpinan beliau dilanjutkan lagi oleh Dirjan S. pd., M.Si. dari tahun 2013 sampai tahun 2017. Dilanjutkan lagi oleh Drs. Ardin S. pd., M.Si. dari tahun 2017 sampai tahun 2019. Dilanjutkan lagi oleh Misra S.E., MM dari tahun 2019 sampai tahun 2022. Dan terakhir dilanjutkan oleh Drs. Sudirham 2022 sampai dengan sekarang. Dimana jumlah siswa pada saat ini berjumlah 415 orang terdiri 2 jurusan yaitu IPA dan IPS dan sudah menamatkan 17 kali dengan jumlah alumni kurang lebih 2600 orang yang tersebar diberbagai instansi pemerintah dan perusahaan termasuk

wiraswasta, dan sudah berulang kali ganti kurikulum dari KTSP, K13 dan sekarang kurikulum merdeka belajar.

Tabel : 1

Profil SMA Negeri 1 Kasimbar

a.	Nama Sekolah Status NPSN NSS	:	SMA Negeri 1 Kasimbar Negeri 40202948
b.	Alamat Sekolah Provinsi Kabupaten/Kota Kecamatan Kelurahan Kode Pos No Telp. E-mail Luas Tanah Nama Kepala Sekolah No HP	:	JL. TRANS SULAWESI NO. 1 Prov. Sulawesi Tengah Kab. Parigi Moutong Kec. Kasimbar Kasimbar 94462 082290604890 smankasimbar@yahoo.com Drs. Sudirham

Sumber data : Dokumen SMA Negeri 1 Kasimbar, 2023.

Sejak berdirinya pada 2003/2004 dengan nama SMA Negeri 2 Ampibabo kemudian beralih nama menjadi SMA Negeri 1 Kasimbar, sekolah ini telah dipimpin oleh 9 kepala sekolah yakni:

Tabel : II

Nama-Nama Kepala Sekolah Yang Pernah Menjabat Sampai Sekarang

No	Nama	Periode Tahun
1.	Drs. Usman Pangale	2003 - 2005
2.	Mansur S.pd	2005 - 2008
3.	Abdul Manan S.pd	2008 - 2010
4.	Rafiin Palando S. pd	2010 - 2012
5.	Drs. Ali Wakano	2012 - 2013

6.	Drs. Dirjan S.pd., M.Si	2013 – 2017
7.	Drs. Ardin S. pd., Msi	2017 - 2019
8.	Misra S.E., MM	2019 - 2022
9.	Drs. Sudirham	2022 - Sekarang

Sumber data : Dokumen SMA Negeri 1 Kasimbar, 2023.

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa kepala sekolah yang pernah menjabat ataupun yang sedang menjabat sekarang di SMA Negeri 1 Kasimbar semuanya ada Sembilan terhitung dari yang pertama sampai sekarang.

2. Visi, dan Misi Sekolah

a. Visi

“Terwujudnya sekolah unggul yang berwawasan iptek, imtaq dan lingkungan hidup”.

b. Misi

1. Peningkatan keimanan dan ketaqwaan.
2. Peningkatan prestasi Akademik peserta didik dengan mengembangkan kemampuan yang dimiliki.
3. Peningkatan prestasi Non Akademik berdasarkan bakat, minat dan kemampuan peserta didik.
4. Unggul dalam ilmu pengetahuan, teknologi, olahraga dan seni.
5. Peningkatan kualitas proses dan hasil pendidikan.
6. Peningkatan nilai karakter bangsa terhadap peserta didik dalam berinteraksi dengan lingkungan sekolah dan masyarakat.

3. Keadaan guru dan peserta didik di SMA Negeri 1 Kasimbar

Jumlah peserta didik berdasarkan data 2022 / 2023 adalah 414 peserta didik. Dengan rincian kelas kelas X = 133, kelas XI = 152, dan Kelas XII = 129.

Sedangkan para guru yang mengajar di SMA Negeri 1 kasimbar ini berjumlah 30 guru dan 5 TU 1 penjaga sekolah. Dengan latar belakang pendidikan yang berbeda-beda mulai sarjana sampai Magister, daftar nama guru dijabarkan sebagai berikut:

Tabel : III**Nama-Nama Guru SMA Negeri 1 Kasimbar**

NO	NAMA	GURU MAPEL	KETERANGAN
1	Umar A.Amir,SE.M.Si	Ekonomi	Pns Sertifikasi
2	Masita,S.Ag	Pend.Agama Islam	Pns Sertifikasi
3	Amiruddin,S.ag	Pend.Agama Islam	Pns belum sertifikasi
4	Rusni.S.Pd	Biologi	Pns Sertifikasi
5	Hj.Rusni.S.Pd	Bahasa Indonesia	Pns Sertifikasi
6	Zulfiah Sumaga	Matematika	Pns belum sertifikasi
7	Muslimin,S.Pd	PKN	Pns sertifikasi
8	I Gede Nurcaya,SE	Ekonomi	Pns Sertifikasi
9	Muliati,S.Pd	Kimia	Pns Sertifikasi
10	Arfiat,S.Pd	Fisika	Menunggu SK P3K
11	Muliati Hi.Tallu	Bahasa Inggris	Honor
12	Fitriani, S.Pd	Bahasa Indonesia	Menunggu SK P3K
13	Hartini,S.Pd	Matematika	P3K
14	Lisda,S.Pd	PKN	Menunggu SK P3K
15	Moh.Irsan,S.Pd	Bahasa Inggris	Menunggu SK P3K. Sertifikasi
16	Al Ikram, S.Pd	Bahasa Indonesia	Menunggu SK P3K
17	Moh.Ikhwan, S.Pd	Biologi	P3K Sertifikasi
18	Mansyur AL ,Tinapa, S.Pd	BK	Menunggu SK P3K

19	Herawati S.Pd	Bahasa Inggris	Menunggu SK P3K
20	Hajrah, S.Pd	Matematika	Menunggu SK P3K
21	Siti Hajirah, S.Pd,	Sejarah	Menunggu SK P3K
22	Moh.Rifai I Lawangka	Penjas	Menunggu SK P3K
23	Nelan Sriayu, SPd	Fisika	Menunggu SK P3K
24	Moh Nur H Mustafa, SPdi	Prakarya	Menunggu SK P3K
25	Devi Musdalifa, SPd	Geografi	Honor
26	Irma Suryani , SPd	Geografi	Honor
27	Iklima, S.Sos	Sosiologi	Honor
28	Sindi Faradila, SPd	BK	Honor
29	Nisra S Halide, SPd	BK	Honor
30	Nurmawadah, SPd	Seni Budaya	Honor

Sumber data : Dokumen SMA Negeri 1 Kasimbar, 2023.

4. Pelaksanaan kegiatan belajar mengajar (KBM)

Untuk tahun pelajaran 2023/2024 SMA Negeri 1 Kasimbar melaksanakan dua kurikulum yaitu ; Kurikulum K 13 untuk kelas XI dan kelas XII, sedangkan untuk kelas X (Fase X) melaksanakan Kurikulum Merdeka mandiri berubah, yang dilaksanaka untuk pengembangan profil pancasila melalui proyek P5 nya.

Kegiatan Belajar Mengajar di SMA Negeri 1 Kasimbar dimulai dengan pembiasaan antara lain do'a bersama, membaca do'a dimulai pukul 07.15 WITA. Kemudian jam pelajaran pertama dimulai pukul 07.15 WITA sampai pukul 14.45 WITA. Selanjutnya setiap satu jam pelajaran 45 menit. Pada pukul 12.00-12.30 WITA peserta didik melaksanakan shalat Dzuhur berjama'ah di mushola dan

istirahat. Kemudian pelajaran dilanjutkan kembali hingga pukul 14.00 WITA. Pelajaran diakhiri dengan membaca do'a setelah belajar.

1. Kondisi Fisik Sekolah

a. Ruang Kantor

SMA Negeri 1 Kasimbar memiliki 4 ruang kantor yaitu:

1) Ruang Kepala Sekolah

Ruang Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar, terdiri dari 2 bagian yaitu ruang kerja yang berfungsi untuk menyelesaikan pekerjaan Kepala Sekolah. Selain itu ruang kerja juga digunakan untuk konsultasi antara Kepala Sekolah dengan seluruh pegawai sekolah dan selanjut nya ada ruang WC kepala sekolah maupun tamu sekolah .

2) Ruang Guru

Ruang guru digunakan sebagai ruang transit ketika guru akan pindah jam mengajar maupun pada waktu istirahat. Di ruang guru terdapat sarana dan prasarana seperti meja kursi guru dan rapat, almari, komputer dan print.

3) Ruang Wakil Kepala Sekolah

Ruang Wakil Kepala Sekolah terletak di sebelah timur ruang Kepala Sekolah. Ruang Wakil Kepala Sekolah dilengkapi fasilitas yang cukup memadai misalnya komputer, jam dinding, almari kerja, meja kerja serta masih banyak perlengkapan penunjang lainnya.

4) Ruang Tata Usaha

Ruang tata usaha terletak di sebelah timur menghadap ke barat , . Ruang Tata Usaha dilengkapi fasilitas yang cukup memadai misalnya meja kerja, komputer, jam dinding, almari kerja serta masih banyak perlengkapan penunjang lainnya.

b. Ruang Kelas

Ruang kelas digunakan untuk kegiatan belajar mengajar dengan ukuran standar, kondisi baik, bersih, dilengkapi fasilitas penunjang yang tersedia di setiap kelas diantaranya meja, kursi, papan tulis, whiteboard. Di SMA N 1 Kasimbar terdapat 20, tetapi saat ini dimanfaatkan hanya 13 kelas, karena jumlah siswa yang semakin berkurang akibat semakin kurangnya jumlah lulusan SMP . kelas tersebut yaitu diantaranya:

- 1) 2 ruang kelas X MIPA
- 2) 2 ruang kelas X IPS
- 3) 3 ruang kelas XI MIPA
- 4) 2 ruang kelas XI IPS
- 5) 2 ruang kelas XII IPA
- 6) 2 ruang kelas XII IPS

c. Laboratorium

SMA Negeri 1 Kasimbar memiliki 2 laboratorium yang terdiri dari:

1) Laboratorium IPA

Laboratorium IPA SMA Negeri 1 Kasimbar terletak di sebelah utara ruang guru, fasilitas laboratorium IPA terdiri dari alat laboratorium Biologi, alat laboratorium Fisika dan alat Laboratorium Kimia.

2) Laboratorium Komputer

Di dalam laboratorium komputer terdapat 30 unit komputer. Walaupun ada beberapa komputer yang rusak, suasana laboratorium cukup kondusif sehingga mendukung proses belajar mengajar. Meskipun sekolah ini terletak dipinggiran namun sudah memiliki jaringan internet yang memadai sehingga mempermudah siswa maupun guru untuk mengakses informasi dari berbagai sumber. Hal tersebut sangat memberi banyak manfaat untuk kelancaran kegiatan belajar mengajar di Laboratorium komputer.

d. Perpustakaan

Perpustakaan sekolah terletak disebelah timur Laboratorium IPA. Perpustakaan digunakan sebagai tempat pembelajaran mandiri dengananeka ragam koleksi buku fiksi dan non fiksi. Buku koleksinya sebagian besar adalah sebagai berikut :

- 1) Buku paket.
- 2) Buku bacaan dan Kamus – kamus bahasa .

e. Fasilitas Olah Raga

Fasilitas Olah Raga yang terdapat di SMA Negeri 1 Kasimbar antarlain:

- 1) Lapangan Basket dan Lapangan Futsal

Lapangan Basket SMA Negeri 1 Ngemplak terletak di sebelah utara ruang piket sekolah. Lapangan basket ini cukup mendukung mata pelajaran pendidikan jasmani, olahraga dan kesehatan, dengan adanya lapangan basket ini diharapkan siswa dapat melaksanakan kegiatan olahraga basket dengan baik dan maksimal. Lapangan basket di SMA N 1 Kasimbar juga bisa difungsikan sebagai lapangan futsal.

- 2) Lapangan Voli

Lapangan Voli SMA Negeri 1 Kasimbar terletak di tengah- tengah halaman dalam gedung. Lapangan voli ini cukup mendukung mata pelajaran pendidikan jasmani, olahraga dan kesehatan, dengan adanya lapangan voli diharapkan siswa dapat melaksanakan kegiatan olahraga voli dengan baik dan maksimal.

- 3) Gudang yang digunakan sebagai tempat penyimpanan alat-alatolahraga.

f. Sarana Penunjang

Sarana penunjang yang terdapat di SMA Negeri 1 Kasimbar diantaranya adalah:

1) Ruang UKS, yang digunakan untuk meningkatkan kesehatan siswa-siswi SMA Negeri 1 Kasimbar, pengadaan obat-obatan dan alat penunjang kesehatan lainnya.

2) Ruang Bimbingan Konseling, ruang ini digunakan sebagai layanan konseling yang terbagi menjadi dua ruangan, yaitu ruangan konseling kolektif dan konseling individu.

3) Ruang OSIS, merupakan tempat untuk mengatur berbagai kegiatan siswa.

4) Tempat Ibadah (Masjid) digunakan untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT.

5) Tempat parkir, di SMA Negeri 1 Kasimbar dibuat terpisah antara parkir untuk siswa dan tempat parkir untuk guru dan karyawan . Tempat parkir guru dan karyawan terletak dipojok kanan bagiandepan sekolah dari pintu gerbang ke arah timur. Kondisi parkiran guru dan karyawan cukup sehingga dapat menampung dari seluruh guru dan karyawan. Sedangkan tempat parkir untuk siswa terletak di ujung barat melewati taman sekolah, dari pintu gerbang ke arah barat lalu ke utara. untuk parkir siswa sangat luas dapat menampung kendaraan dari seluruh siswa.

B. Peran Kepemimpinan Kepala sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan.

1. Peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar

Peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pendidikan dalam memperoleh keuntungan yang diinginkan melalui proses pertukaran jasa pendidikan. Sebagaimana hasil wawancara dengan kepala sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar sebagai berikut.

Menurut saya, peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan adalah proses perencanaan dan penentuan tujuan serta pelaksanaan pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan untuk menarik minat konsumen agar konsumen tersebut bisa masuk dalam bidang pendidikan khususnya di sekolah ini sendiri.¹

Kemudian pendapat mengenai peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan juga dikemukakan oleh ibu Muliati S.Pd selaku wakasek Kesiswaan pada sekolah ini yaitu sebagai berikut.

Menurut saya peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan itu adalah peran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memasarkan sekolahnya agar di kenal oleh masyarakat dan menarik minat masyarakat pada bidang pendidikan.²

Berdasarkan pendapat dari kepala sekolah dan wakasek bidang kesiswaan yang menyampaikan bahwa peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan adalah proses kegiatan pemasaran yang mempunyai perencanaan, tujuan dan pelaksanaan pemasaran untuk menarik minat masyarakat terhadap pendidikan.

Menurut wakasek kesiswaan bahwa pentingnya peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan yang tepat dapat membawa dampak positif bagi sekolah khususnya dapat menarik minat peserta didik yang menginginkan sekolah di SMA Negeri 1 Kasimbar, yaitu dibuktikan dengan bertambahnya peserta didik baru di tiap tahunnya.

Pernyataan wakasek kesiswaan diperkuat dengan narasumber kepala sekolah yang menyatakan bahwa calon peserta didik lebih naik jumlahnya dengan menerapkan pemasaran melalui media sosial seperti ini. Berikut pernyataan kepala sekolah sebagai berikut.

Naiknya jumlah peserta didik dengan peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan ini sudah terbukti oleh pihak sekolah, rata-rata sekolah yang saya mengerti menggunakan atau menerapkan pemasarannya

¹Sudirham, Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Kepala Sekolah, 13 Juni 2023.

²Muliati, Wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

dengan membagikan formulir, menyebarkan pamflet di media internet seperti facebook, whatsapp dan mendatangi sekolah-sekolah lainnya.³

Dalam menentukan peran kepemimpinan pemasaran jasa pendidikan yang tepat, tidak lepas dari peran teori bauran pemasaran, karena didalam teori bauran pemasaran terdapat beberapa poin yang dapat dijadikan landasan untuk mencapai target pemasaran. Begitu pula yang dilakukan oleh ibu Muliati selaku wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar menjelaskan meskipun pihaknya belum menggunakan teori bauran pemasaran secara tertulis, tapi beliau mengakui bahwa apa yang sudah dilakukan sekolah dalam hal pemasaran sekolah sudah sesuai dengan teori bauran pemasaran, berikut pernyataan wakasek kesiswaan.

Secara tertulis saya belum bisa mengiyakan, tapi secara tidak langsung apa yang kami lakukan sejalan dan sesuai dengan teori bauran pemasaran yang ada. Contohnya seperti lokasi sekolah, prestasi yang sudah diraih oleh sekolah, dan fasilitas sekolah yang semuanya terangkum dalam profil sekolah yang tersedia di akun media sosial yang dimiliki oleh sekolah. Kami berusaha semaksimal mungkin agar sekolah kami diminati oleh masyarakat khususnya calon peserta didik baru.⁴

Tentunya dalam memasarkan sebuah lembaga pendidikan pasti ada langkah-langkah yang dilakukan untuk menarik calon peserta didik atau masyarakat setempat. Bapak Al Ikram S.Pd selaku Pembina pramuka menyampaikan bahwa langkah-langkah yang dilakukan pihak sekolah yakni dengan memanfaatkan wali murid, alumni-alumni, dan beberapa akun media sosial. Berikut penyampaian dari bapak Al Ikram selaku Pembina pramuka sekolah.

Menurut saya langkah – langkah dalam mengambil kebijakan yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam peran pemasaran sekolah salah satunya adalah ingin siswa siswi tamatan SMA Negeri 1 Kasimbar banyak diterima di perguruan tinggi melalui jalur prestasi, sehingga bisa menarik calon siswa

³Sudirham, Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Kepala Sekolah, 13 Juni 2023.

⁴Muliati, Wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

siswi baru untuk memiloh SMA Negeri 1 Kasimbar sebagai sekolah yang berdaya saing.⁵

Ibu Rusni S.Pd juga selaku wakasek kurikulum menceritakan beberapa proses penyusunan strategi peran pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh SMA Negeri 1 Kasimbar mulai dari proses pembentukan panitia, target sasaran, penentuan biaya pemasaran, proses promosi hingga penerimaan peserta didik baru. Semua itu akan dibahas pada saat rapat PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). Berikut pernyataannya.

Kami ada rapat panitia PPDB, setiap sebelum penerimaan siswa baru untuk membentuk tim dan bagi tugas terkait pemasaran sekolah. Dimana di rapat tersebut akan dibahas semuanya, mulai dari proses pembentukan panitia, target sasaran, penentuan biaya pemasaran, proses promosi hingga penerimaan peserta didik baru. Semuanya akan dibahas disitu nantinya.⁶

Pada tahapan wawancara ibu Rusni selaku wakasek kurikulum mengatakan bahwa tingkat keberhasilan peran pemasaran yang diterapkan oleh SMA Negeri 1 Kasimbar dapat dilihat dari peningkatan jumlah pendaftar peserta didik baru tiap tahunnya. Berikut pernyataannya.

Menurut saya bisa dilihat dari jumlah pendaftar setiap tahun ajaran baru, disitu bisa dilihat seberapa berhasilkah proses pemasaran yang sudah dilakukan oleh sekolah kami. Jika jumlah pendaftar meningkat dari tahun sebelumnya, itu bisa dikatakan berhasil, namun jika belum sudah pasti peran dan strategi yang kami lakukan belum berhasil. Tapi alhamdulillah setiap tahun sekolah kami mengalami peningkatan.⁷

Penempatan lokasi yang strategis juga sangat berpengaruh untuk menarik minat masyarakat dan calon peserta didik baru. Mulai dari akses menuju lokasi sekolah sampai kenyamanan saat berada di lokasi sekolah tersebut. Bapak Sudirham selaku kepala sekolah mengatakan bahwa lokasi SMA Negeri 1 Kasimbar memiliki lokasi yang sangat strategis. Dimana akses menuju sekolah

⁵Al Ikram, Pembina Pramuka SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

⁶Rusni, Wakasek kurikulum SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Kantor Sekolah, 13 juni 2023.

⁷Rusni, Wakasek kurikulum SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Kantor Sekolah, 13 juni 2023.

sangat mudah di jangkau dan lokasinya sendiri sangat nyaman apabila digunakan untuk proses belajar mengajar. Beliau mengatakan :

Menurut saya sudah Sangat strategis, karena lokasi sekolah jauh dari tempat keramaian, yang tidak terlalu ramai sehingganya siswa - siswi bisa fokus dalam mengikuti pembelajaran. Untuk akses jalan raya juga sangat mudah di jangkau dalam arti tidak sulit untuk menuju lokasi sekolah.⁸

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat di simpulkan bahwa peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan adalah suatu proses kegiatan yang dirancang untuk merencanakan sebuah proses pemasaran pendidikan mulai dari menentukan promosi, hingga proses pelaksanaan pemasaran pendidikan yang dapat menarik dan memuaskan pelanggan di bidang pendidikan.

2. Pemasaran Jasa Pendidikan

Lembaga pendidikan merupakan sebuah lembaga yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Oleh sebab itu, jasa pendidikan mempunyai peranan penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan keberhasilan jasa pendidikan dapat diwujudkan dalam bentuk pemberian layanan pendidikan berkualitas kepada pelanggan jasa pendidikan (siswa).

Seperti yang di sampaikan oleh ibu Rusni selaku wakasek kurikulum mengenai perkembangan pemasaran jasa pendidikan yang di lakukan SMA Negeri

1 Kasimbar. Yang mengatakan :

Dalam pemasaran jasa pendidikan kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan (siswa, orang tua siswa, dan pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis. Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan jasa pendidikan bahwa jasa pendidikan yang kita lakukan relevan dengan kebutuhan mereka. Dan kita juga perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan agar jenis jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat, terutama pelanggan jasa pendidikan.⁹

Sedangkan menurut wakasek kesiswaan mengatakan bahwa dengan baiknya pemasaran jasa pendidikan dirasa sangat penting karena dapat membantu

⁸Sudirham, Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar “Wawancara” Ruang Kepala Sekolah, 13 Juni 2023.

⁹Rusni, Wakasek kurikulum SMA Negeri 1 Kasimbar “Wawancara” Kantor Sekolah, 13 juni 2023.

penyebaran informasi ke masyarakat dan calon peserta didik baru. Dan bisa dimanfaatkan juga untuk mendukung proses pendaftaran peserta didik baru. Yang mengatakan :

Saya pikir ini sangat penting, karena dengan begini penyebaran informasi bisa lebih cepat dan lebih mudah tentunya. Sekolah kami sebagian besar mengutamakan pemasaran jasa pendidikan sebagai alat untuk menyebarkan informasi ke masyarakat luas, entah itu pada saat mendekati pendaftaran peserta didik baru atau pun sebagai alat pendukung dalam proses penerimaan peserta didik baru.¹⁰

Ibu Muliati selaku wakasek kesiswaan menambahkan pendapatnya bahwa semua kegiatan sekolah yang membawa pengaruh terhadap minat masyarakat dan calon peserta didik baru akan menjadi prioritas kami. Yang mengatakan :

Semua kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan sekolah akan kami upload, khususnya kegiatan siswa siswi dikelas selama belajar, kegiatan ekstrakurikuler dan lain sebagainya. Semua kegiatan yang dapat berpengaruh besar terhadap minat masyarakat dan calon peserta didik baru pasti kami jadikan bahan utama untuk mendapatkan minat masyarakat dan calon peserta didik baru.¹¹

Kepala sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar mengatakan dalam proses pemasaran jasa pendidikan di SMA negeri 1 Kasimbar, tentunya sekolah dibantu oleh beberapa guru dan siswa untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai sekolah. Yang mengatakan :

Menghimbau kepada Pembina osis dan keagamaan untuk mempromosikan kepada siswa siswi SMP/MTS untuk menyampaikan bahwa di SMA Negeri 1 kasimbar memiliki fasilitas penunjang seperti laboratorium komputer, kimia, dan biologi. Kemudian setiap bulan suci ramadhan melakukan yang namanya safari ramadhan serta bagi siswa yang memiliki akrtu PIP (Program Indonesia Pintar) akan dibantu untuk mendapatkan beasiswa.¹²

Wakasek kesiswaan ibu Muliati juga mengatakan:

Memberikan informasi kepada masyarakat khususnya di wilayah kecamatan kasimbar, bahwa SMA Negeri 1 Kasimbar memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai dan juga tenaga pendidik yang mempunyai kualitas pendidik minimal S1 sehingga diharapkan siswa yang tamat atau

¹⁰Muliati, Wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

¹¹Muliati, Wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

¹²Sudirham, Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Kepala Sekolah, 13 Juni 2023.

menyelesaikan pendidikan di SMP layak dan tanpa ragu untuk masuk di SMA Negeri 1 Kasimbar.¹³

Berdasarkan pendapat di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa SMA Negeri 1 Kasimbar telah memanfaatkan dan terus berusaha dalam menjalankan pemasaran jasa pendidikan. Dengan bantuan dari sebagian guru dan siswa siswi beserta alumni SMA Negeri 1 Kasimbar untuk mendapatkan daya tarik untuk bisa bersekolah di SMA Negeri 1 Kasimbar.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar

Terlaksananya penerapan pemasaran jasa pendidikan, maka hal itu tidak terlepas dari faktor-faktor pendukung dan penghambat dari jalannya sistem penerapan tersebut. Pemasaran jasa pendidikan pada SMA Negeri 1 Kasimbar melibatkan beberapa unsur dari lingkungan sekolah diantaranya peserta didik, pendidik, tenaga kependidikan serta keterlibatan orang tua dan masyarakat sekitar. Unsur-unsur yang terlibat dapat menjadi faktor pendukung dan juga dapat menjadi penghambat, faktor pendukung adalah faktor yang memberikan daya dukung bagi terlaksananya penerapan pemasaran jasa pendidikan sedangkan faktor penghambat adalah faktor yang menjadi penghambat atau penghalang bagi jalannya penerapan pemasaran jasa pendidikan sehingga dapat menggagalkan pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan.

1. Faktor pendukung

Beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi penerapan pemasaran jasa pendidikan, sebagaimana yang dijelaskan oleh kepala sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar, yang mengatakan :

Alhamdulillah dilihat dari faktor internal sekolah dengan adanya kerjasama dan kekompakan antara tenaga pendidik dan tenaga kependidikan di sekolah ini dalam meningkatkan peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa

¹³Muliati, Wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

pendidikan. Misalnya yaitu memberikan wewenang kepada pembina osis, pramuka dan PMR untuk menghimbau dan menyampaikan informasi tentang fasilitas dan ekstrakurikuler kepada calon peserta didik baru dalam rangka untuk mencapai target yang telah ditentukan, seperti ditahun 2023 ini sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar telah membagikan formulir dengan target 200 formulir tetapi yang mengambil formulir lebih dari itu.¹⁴

Wakasek kurikulum ibu Rusni juga mengatakan :

Memberikan informasi secara langsung ketika ada pertemuan dengan wali murid mengenai keadaan dan kemajuan SMA Negeri 1 Kasimbar. Kemudian mengidentifikasi dan menjaga loyalitas calon siswa siswi yang ingin masuk di SMA Negeri 1 Kasimbar.¹⁵

Salah satu tenaga pendidik juga mengatakan :

Alhamdulillah yang menjadi faktor pendukung dalam hal peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu ada banyaknya sekolah penunjang di lingkungan kecamatan kasimbar seperti SMP/MTS, karena dari segi fasilitas sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar lebih unggul dibanding sekolah lainnya terkhusus di lingkungan kecamatan kasimbar.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, wakasek kurikulum dan salah satu pendidik di SMA Negeri 1 Kasimbar diatas dapat disimpulkan bahwa, faktor pendukung peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu, dengan adanya kerjasama antara tenaga pendidik dan tenaga kependidikan serta masyarakat setempat. Disamping itu, sekolah memiliki pendidik dan tenaga kependidikan yang sudah strata 1. Kemudian sarana dan prasarana yang mendukung dalam pemenuhan kebutuhan sekolah yang dapat dipergunakan dalam menunjang proses peran kepemimpinan dalam pemasaran tersebut.

2. Faktor Penghambat

Tentunya terlaksananya peran kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan tidak terlepas dari faktor penghambat yang ada, sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar yang menyatakan bahwa :

¹⁴Sudirham, Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Kepala Sekolah, 13 Juni 2023.

¹⁵Rusni, Wakasek kurikulum SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Kantor Sekolah, 13 juni 2023.

¹⁶Moh. Ikhwan, Wali kelas IX SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 13 Juni 2023.

Setiap sesuatu yang kita lalui khususnya dalam hal peran kepemimpinan dalam pemasaran pasti ada yang namanya hambatan atau kendala yang kami dapatkan, tetapi alhamdulillah terkendali dengan baik, seperti siswa yang dikhususkan untuk turun kelapangan terkendala dengan transportasi, maka sekolah yang tanggulangi atau fasilitasi. Pembina atau guru juga ikut turun kelapangan karena yang mereka bawa adalah nama baik sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar.

Wakasek Kesiswaan juga mengatakan :

Yang menjadi penghambat kami dalam hal pemasaran jasa pendidikan yaitu ada beberapa sekolah yang berada di wilayah kecamatan kasimbar seperti SMA Negeri 2 Kasimbar, SMK Negeri 1 Kasimbar, Aliyah Baiturrahman Kasimbar dan Aliyah Donggulu. Sekolah-sekolah tersebut juga tentunya memerlukan bahkan mempunyai target untuk bagaimana calon siswa siswi ini untuk bisa bersekolah di sekolah mereka.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, dan wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar diatas dapat disimpulkan bahwa, faktor yang menjadi penghambat diantaranya kurangnya partisipasi orang tua dalam menyekolahkan anaknya pada SMA Negeri 1 Kasimbar dan sumber pembiayaan yang kurang maksimal dalam menunjang, serta kurangnya keminatan orang tua dalam menyekolahkan anaknya karena tidak mementingkan pentingnya suatu pendidikan, ditambah dengan jarak yang cukup jauh dari lokai rumah mereka sehingga sebagian lebih memilih untuk melanjutkan sekolah yang lebih dekat dari lokasi mereka.

¹⁷Muliati, Wakasek kesiswaan SMA Negeri 1 Kasimbar “*Wawancara*” Ruang Guru, 15 juni 2023.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data sebagai hasil penelitian dari pembahasan mengenai Peranan Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Adapun peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar menunjukkan bahwa proses pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar sudah memenuhi target dan berjalan dengan baik, karena dilihat dari perkembangan yang meningkat dari tahun ke tahun khususnya dalam hal pemasaran pendidikan.

2. Adapun faktor pendukung pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar yaitu adanya kerjasama antara siswa/siswi, pendidik dan tenaga kependidikan serta masyarakat lingkungan sekolah dalam pengembangan sekolah khususnya pemasaran jasa pendidikan dan tercukupinya sarana dan prasarana yang membantu jalannya proses kegiatan belajar mengajar. Dan faktor penghambat pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Kasimbar yaitu adanya sekolah saingan yang menjadi hambatan untuk mencapai target pemasaran.

B. Saran

Adapun implikasi yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kepada kepala sekolah, wakasek humas, dan wakasek kesiswaan serta jajaran guru-guru senantiasa dapat mempertahankan pemasaran jasa pendidikan yang telah dibangun sejak lama dan kemudian selalu berusaha mengembangkan dan memasarkan pendidikan dengan pembaharuan yang ada untuk mengikuti

perkembangan zaman agar nantinya menjadi sekolah percontohan khususnya di kecamatan kasimbar.

2. Kepada kepala sekolah, wakasek kurikulum, wakasek kesiswaan dan tenaga pendidik dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk terus mengembangkan kepemimpinan dalam pemasaran jasa pendidikan.
3. Kepada kepala sekolah SMA Negeri 1 Kasimbar disarankan untuk memperbaiki dan merawat fasilitas dan sarana prasarana yang ada di sekolah.
4. Lebih mengaktifkan kegiatan ekstra/intra sehingga bisa lebih mudah mendapatkan daya tarik calon peserta didik.
5. Lebih mengutamakan tata tertib siswa/siswi baik dalam sekolah maupun diluar sekolah.

