

Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMP Al Ikhlas Mulyorejo Dalegan Panceng Gresik

Siti Sinta Umayah¹

¹ Universitas Sunan Drajat Lamongan

E-mail: sintaumayah@gmail.com¹

Received : 28-07-2024

Revised : 07-08-2024

Accepted : 30-10-2024

Article Info:

Keywords:

Strategy,
Education
Marketing,
Interest of
New
Students.

Abstract : *The level of competition in the world of education is currently very high and schools are required to be able to implement educational marketing strategies in an innovative, effective and efficient manner. This marketing activity requires a basic marketing concept that is based on marketing interests and customer needs and desires. Education marketing strategies have a very important position because currently the world has entered the era of globalization, where in this era everything is advanced and sophisticated and the competitive climate has entered all aspects of human life. This educational marketing activity cannot be done using traditional methods but also requires special abilities so that educational output has high competitiveness to be able to compete at national and international levels. The paradigm in viewing education has now begun to shift, where initially education was viewed and studied as a social aspect, and now society views education as a corporation.*

Kata Kunci:

Strategi,
Pemasaran
Pendidikan,
Minat Peserta
Didik Baru.

Abstrak : *Tingkat persaingan dalam dunia pendidikan saat ini sangatlah tinggi dan menuntut sekolah agar mampu melaksanakan strategi pemasaran pendidikan secara inovatif, efektif, dan efisien. Dalam kegiatan pemasaran ini membutuhkan konsep pemasaran dasar yang didasarkan pada minat pemasaran dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Strategi pemasaran pendidikan memiliki kedudukan yang sangat penting karena saat ini dunia telah memasuki zaman globalisasi, dimana padazaman ini semuanya serba majudan canggih serta iklim kompetitifpun telah memasuki seluruh lini kehidupan manusia. Dalam kegiatan pemasaran pendidikan ini tidak bisa dilakukan dengan cara tradisional tetapi juga membutuhkan kemampuan khusus agar output pendidikan memiliki daya saing yang tinggi untuk dapat bersaing ditingkat nasional dan internasional. Paradigma dalam memandang pendidikanpun saat ini sudah mulai bergeser, yang pada awalnya pendidikan dipandang dan dikaji sebagai aspek social, dan sekarang masyarakat memandang bahwa pendidikan adalah sebagai*

PENDAHULUAN

Strategi adalah suatu proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap para top manajer yang sungguh berarah pada tujuan jangka panjang perusahaan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.¹ Pemasaran merupakan suatu metode baru yang digunakan untuk memajukan dan mengembangkan potensi dari suatu organisasi dengan cara memusatkan target atau sasaran, terutama kepada masyarakat yang benar-benar sangat membutuhkan dan menginginkan organisasi yang kita miliki, sedangkan tujuan dari pemasaran adalah untuk membantu proses pengelolaan suatu organisasi untuk memutuskan produk apa yang harus ditawarkan terlebih dahulu.

Sedangkan dalam pelaksanaan pemasaran tidak mungkin akan selalu berjalan dengan baik-baik dan selalu berjalan dengan mulus, dalam pelaksanaannya pasti ada berbagai macam permasalahan. Tetapi disamping itu pasti juga ada yang menjadi faktor pendukung terselenggarakannya pemasaran pendidikan yang harus dihadapi dan diselesaikan. Beberapa permasalahan yang terjadi dapat timbul dari mana saja, baik dari dalam ataupun dari luar organisasi.

Dengan banyaknya sekolah baik yang memiliki status negeri maupun swasta di tingkat sekolah menengah pertama sederajat terutama di wilayah pantura kabupaten Gresik, namun minat peserta didik baru yang mendaftar di SMP AL IKHLASH Mulyorejo Dagean Panceng Gresik selalu meningkat setiap tahunnya. Hal itu dikarenakan sekolah selalu meningkatkan pelayanan terbaik dan memiliki program unggulan, yang berbeda pada tiap tahunnya serta memiliki strategi promosi yang dapat menarik minat peserta didik baru, dan juga memiliki program unggulan pada tahun ini yaitu "*Beasiswa Peserta Didik Baru*".

SMP AL IKHLASH Mulyorejo Dagean Panceng Gresik, salah satu lembaga swasta yang berada dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren AL IKHLASH. SMP AL IKHLASH juga sudah terakreditasi A sejak tahun 2021, dengan pencapaian akreditasi ini merupakan nyawa bagi lembaga sekolah agar tetap diminati banyak masyarakat dan juga tetap eksis. SMP AL IKHLASH juga memiliki strategi pemasaran yang berbeda, walaupun berada dalam naungan Yayasan, namun sekolah mampu mempromosikan lembaga pendidikan secara luas, karena dari pihak Yayasan pun ikut serta dalam mempromosikan Lembaga Pendidikan yang ada didalam naungannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan kategori untuk memperoleh kesimpulan.² Seperti yang dijelaskan oleh Bagdan dan Taylor pendekatan kualitatif ini adalah "Metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data melalui bentuk kata-kata digunakan untuk menafsirkan dan menginterpretasikan data dari hasil kata-kata atau lisan atau tertulis dari orang-orang tertentu dan perilaku yang diamati"³ Penelitian

¹ Dr. Taufiqurrohman, *Manajemen strategic* (Jakarta Pusat : Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo beragama, 2016), 21.

² Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), 3.

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Rineka Cipta. 2002), 23.

ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.⁴ Lokasi Penelitian ini di laksanakan di Banjarwati Paciran Lamongan yang bertempa. karna tempatnya yang strategis dan madrasah tersebut memenuhi syarat untuk dilakukan penelitian seperti yang peneliti teliti di tempat. Peneliti mencari data dengan Data Primer⁵ dan Data Sekunder, Teknik Pengumpulan Data menggunakan : *Observasi, Wawancara, Dokumentasi*. Teknik Analisis Data Menurut Miles and Huberman, "Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu, data reduction, data display, dan conclusion drowing/verification"⁷ Keabsahan Data dipakai agar memperoleh data yang valid. Untuk menetapkan keabsahan data tersebut diperlukan teknik pemeriksaan. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, tekniknya dengan pemeriksaan sumber lainnya.⁸

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SMP AL IKHLASH Mulyorejo Dalegan Panceng Gresik

Strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan di SMP AL IKHLASH yaitu dengan menerapkan beberapa strategi yaitu :

1. Strategi Penentuan Pasar Sasaran (*Target Market Strategy*)

Sekolah perlu menentukan sasaran pasar yang akan dituju, karena belum ada sekolah yang mampu menjalankan semua program pendidikan yang luas untuk memenuhi semua kebutuhan para pelanggan jasa Pendidikan. Maka langkah pertama yang harus dilakukan oleh sekolah yaitu menentukan secara cermat strategi pasar sasaran untuk menentukan secara cermat strategi pasar sasaran untuk menentukan program pendidikan apa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari masyarakat. Menurut informasi yang diambil, maka berikut ini merupakan pasar potensial yang bisa dikategorikan oleh SMP AL IKHLASH :

1) Segmentasi Demografi

Sekolah SMP AL IKHLASH menerima peserta didik mulai dari kelas VII yang dimulai dari usia 12 tahun, lalu untuk kelas VIII dimulai dari usia 13 tahun, dilanjut untuk kelas IX dimulai dari usia 14-15 tahun. Dari semua rombongan belajar yang tersedia tersebut baik siswa laki-laki maupun perempuan dijadikan dalam satu kelas.

2) Segmentasi Geografi

Alasan SMP AL IKHLASH mendirikan sekolah dilingkungan pesantren adalah agar santri yang berjenjang pendidikan menengah pertama dapat menempuh pendidikan didalam lingkungan pesantren, dan tidak mudah

⁴ Etta Mamang Sungadji, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta : Andi, 2000), 24.

⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (bandung : Alfabeta, 2009), 225.

⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 138

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (bandung : Alfabeta, 2009), 246.

⁸ Lexy J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2014), 178.

terpengaruh oleh pergaulan bebas. Sekolah juga memikirkan ada kemungkinan timbulnya antusias para masyarakat jika mendirikan sekolah SMP AL IKHLASH dengan alasan sekolah merasa lebih unggul secara fasilitas sarana dan prasarana dengan biaya yang tidak beda jauh dengan sekolah sederajat lain.

3) Segmentasi Psikografi

Sekolah SMP AL IKHLASH melakukan identifikasi bahwa anak-anak pada usia sekolah menengah pertama masih tidak lepas dari peran orang tua sebagai penentu sekolah dan pendorong utama minat calon peserta didik. Pada usia tersebut juga siswa masih senang-senanginya melakukan hal-hal yang membuat dirinya tidak merasa bosan dan tergugah hasratnya untuk melakukan sesuatu yang baru.

4) Segmentasi Manfaat

Sekolah SMP AL IKHLASH melakukan kegiatan analisis pasar dengan menanyakan keinginan dan kebutuhan para orang tua siswa. Sehingga sekolah telah memberikan pelayanan dan program kegiatan sekolah yang sesuai dengan usia para siswa dan tidak pernah membedakan etnis/ kelas social.

5) Strategi Pemasaran yang Terbuka dan Luas

SMP AL IKHLASH merupakan salah satu diantara Lembaga pendidikan lain yang berdiri sebagai sarana pendidikan di daerah pesisir utara Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik. Untuk kondisi pasar jasa pendidikan saat ini sekolah tingkat menengah pertama di lingkungan masyarakat perkampungan yang berada didalam lingkungan pondok pesantren, dan SMP AL IKHLASH bukan satu-satunya sekolah menengah pertama yang ada di kecamatan panceng. SMP AL IKHLASH merupakan sekolah formal, sehingga seluruh masyarakat perkampungan disekitarnya bisa memasukan anaknya untuk menempuh pendidikan di sekolah ini.

6) Strategi Ceruk Pasar Dasar

Sekolah SMP AL IKHLASH saat ini menggunakan kurikulum standar nasional yaitu kurikulum 2013 yang telah dikembangkan dan disusun oleh Tim Kurikulum sekolah yang kemudian disesuaikan dengan pengembangan potensi siswa untuk mempersiapkan kemampuan belajar siswa di tingkat sekolah menengah akhir atau kejuruan. Dari kurikulum yang digunakan, sekolah menekankan pada enam aspek pengembangan yaitu : pengembangan moral dan nilai agama, pengembangan sosial, emosional, pengembangan bahasa, pengembangan kognitif, pengembangan keterampilan belajar dan pengembangan fisik.

7) Strategi Ceruk Pasar yang Meningkatkan

Sampai saat ini SMP AL IKHLASH hanya fokus terhadap setiap program pendidikan dan ekstrakurikuler yang ditawarkan serta menjalankan inovasi program kegiatan tahunan yang disesuaikan dengan kurikulum 2013. Karena selama SMP AL IKHLASH ini berdiri sekolah belum melakukan perubahan terhadap bidang Pendidikan.⁹

2. Strategi Penentuan Posisi Pasar Persaingan (*Competitive Positioning Strategy*)

⁹ Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta : rajawali Pres, 2014), 210.

Berdasarkan hasil pencarian data sekolah di situs dapodik Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan teknologi, diantaranya terdapat 1 SMP Negeri dan 5 SMP Swasta. Dan ada sekitar 14 Mts (Madrasah Tsanawiyah) dikecamatan Panceng. Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa persaingan Lembaga pendidikan tingkat menengah Pertama semakin tinggi, setiap sekolah saling berlomba-lomba untuk tetap bisa mempertahankan keeksistensian dirinya diantara para kompetitornya. SMP AL IKHLASH tetap harus dipertahankan untuk bisa memperoleh siswa. Maka untuk bisa bertahan ditengah tingginya persaingan, maka sekolah harus menentukan strategi penentuan posisi pasar persaingan. SMP AL IKHLASH perlu melakukan identifikasi dengan enam pilihan strategi penentuan posisi pasar persaingan:

1) Perbedaan Struktur

SMP AL IKHLASH merupakan sekolah yang berstatus swasta, maka sekolah perlu mengetahui perbedaan struktur antara SMP swasta dengan SMP negeri. Berikut ini merupakan perbedaan pengelolaan yang dilakukan antara sekolah berstatus negeri dengan berstatus swasta:

No	Ruang Lingkup Pengelolaan	Swasta	Negeri
1	Status Kepemilikan	Sekolah yang dimiliki perorangan atau sekelompok masyarakat dalam bentuk Yayasan organisasi	Milik Umum dan dibiayai oleh negara dari pemerintah pusat atau pemerintah daerah
2	Pungutan SPP (Sumbangan Penunjang Pendidikan)	Dana BOS belum bisa mencukupi sehingga sebagian sekolah memungut SPP baik dari tingkat SD,SMP, maupun SMA/SMK. Besaran SPP pun bervariasi sesuai dengan kesepakatan Bersama antara Yayasan dan masyarakat (wali murid)	Tidak dipungut SPP Mulai dari jenjang SD, SMP, SMA
3	Pendidik dan Tenaga Kependidikan	Pendidik dan Tenaga Pendidik adalah Pegawai Swasta dibawah naungan Yayasan.	Mayoritas berstatus pegawai negeri dan jika kekurangan tenaga pengajar sekolah diperbantukan dengan guru honorer.
4	Sarana dan Prasarana	Prasarana belajar dan mengajar relative lebih baik.	Sarana belajar dan mengajar relative standar saja yang

			tersedianya.
--	--	--	--------------

2) Perbedaan Kurikulum

Sejarah perkembangan penggunaan kurikulum di SMP ALIKHLASH pada awalnya menggunakan KTSP pada awal berdiri dan kemudia diganti dengan Kurikulum 2013. Program yang dikembangkan sekolah tetap mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 2006 tentang standar isi untuk Satuan Pendidikan dan Menengah dan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Standar Kompetensi Lulusan Untuk Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah. Sekolah juga sangat menanamkan dan mengenalkan pendidikan keagamaan sejak dini, hal itu menjadi salah satu ciri sekolah yang menjadi keunggulan sekolah.

3) Perbedaan Gaya Metode Belajar Mengajar

Kegiatan utama sebuah sekolah yaitu adanya kegiatan belajar dan mengajar, setiap sekolah pasti memiliki cara yang berbeda dalam melakukan gaya belajar dan mengajar. Inovasi dan perbedaan tersebut selain karena adanya peran dari kepala sekolah dan tim kurikulum, juga adanya acuan dari kurikulum yang digunakan.

4) Perbedaan Filosofi dan Agama

Bentuk kurikulum yang menjadi ciri khas dari SMP AL IKHLASH yaitu menanamkan pendidikan keagamaan sejak dini. Perbedaan agama yang diterapkan oleh sekolah SMP AL IKHLASH bukan semata-mata menjadikan sekolah ini sebagai pusat keagamaan melainkan sekolah ini tetap menjadi jati diri yaitu sebagai Lembaga pendidikan, hanya saja memang sekolah ini menerapkan kurikulum kepesantrenan dan juga budaya pesantren. Hal tersebut akan disesuaikan dengan kesanggupan siswa. Filosofi yang digunakan sekolah terlihat dari pada visi dan misinya.

Filosofi ini digunakan untuk menyangkut keyakinan sumber nilai kehidupan manusia, pengetahuan dan kehidupan yang lebih baik. Visi dan misi yang dibuat kemudian diimplementasikan dalam bentuk kegiatan pendidikan disekolah. Pelajaran yang diberikan disesuaikan dengan perkembangan siswa, jadi sekolah SMP AL IKHLASH selalu memakaikan alat pembelajaran dan media pembelajaran menggunakan cara belajar yang aktif, kreatif dan inovatif.

5) Perbedaan Rentang Kemampuan Siswa

Kemampuan siswa merupakan tingkat keberhasilan siswa terkait pemahamannya terhadap suatu ilmu pengetahuan yang dikenalkan melalui proses pembelajaran baik yang diterima melalui lingkungan sekolah, keluarga maupun masyarakat. Dalam mengukur rentang kemampuan siswa, SMP AL IKHLASH memiliki cara khusus yaitu dengan mencatat kemampuan siswa pada tahap awal ketika siswa tersebut masuk ke sekolah. Tujuannya yaitu sebagai tolak ukur progress kemajuan siswa selama belajar di sekolah SMP AL IKHLASH. Dalam melakukan perbedaan rentang kemampuan siswa sekolah hanya mendasarinya melalui catatan kemampuan setiap siswa di awal tahun ajaran baru. Tetapi setiap hari masing-masing guru bertugas untuk mencatat perkembangan siswa di buku guru masing-masing yang

nantinya akan diberikan ke orang tua siswa pada saat pembagian raport tengah semester maupun saat naik kelas.

Tujuan pendekatan komunikasi antara pihak sekolah dengan pihak orangtua siswa selain untuk memberikan informasi tentang perkembangan siswa, juga bertujuan secara umum untuk ciri khas sekolah dalam memberikan perbedaan rentang kemampuan siswa.

6) Kemampuan Prestasi Siswa

Prestasi siswa menjadi salah satu tujuan dari setiap sekolah untuk bisa bersaing dengan sekolah lain, apabila sekolah memiliki kualitas tertinggi dalam segi prestasi siswanya baik prestasi akademik maupun non akademik, hal itu menjadi sebuah citra yang baik bagi sekolah. SMP AL IKHLASH selalu memperhatikan prestasi siswa melalui hasil raport semesternya dan hasil riwayat perkembangan kemampuan siswa.

Pembagian kelas disesuaikan dengan nilai hasil tes awal masuk pada saat PPDB, Selain itu, untuk meningkatkan prestasi siswa, sekolah berusaha setiap tahunnya untuk mengikuti perlombaan.¹⁰

3. Strategi Bauran Pasar (*Marketing Mix Strategy*)

1) Produk yang Ditawarkan

Produk yang ditawarkan oleh SMP AL IKHLASH sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan jasa pendidikan, karena untuk menentukan sebuah produk, sekolah melakukan kegiatan evaluasi dan rapat tahunan terhadap program sekolah yang sedang dijalankan. Hal tersebut dilakukan secara berkala guna meningkatkan mutu sebuah sekolah, reputasi baik sekolah, prospek masa depan sekolah dan lulusan siswa.

Untuk menghasilkan program sekolah dan proses pelayanan jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan dari keinginan dan kebutuhan calon siswa baru, berikut program sekolah yang ditawarkan kepada masyarakat :

- a) Beasiswa : Tahfidzul Qur'an, Yatim Piatu, Kurang Mampu, Prestasi, dan Beasiswa untuk peserta didik baru : Gelombang 1 bonus iuran sekolah 6 bulan, gelombang 2 bonus iuran sekolah 4 bulan, gelombang 3 bonus iuran sekolah 3 bulan.
- b) Ekstrakurikuler : Drumband, Pramuka, Teater, Gamelan, Futsal, Al banjari, Paduan Suara, dan Pencak Silat.
- c) Keunggulan Sekolah : Terakreditasi "A", Berbasis Pesantren dan Teknologi, Tenaga Pendidik yang Profesional, dan Kegiatan Pengembangan Diri.

2) Harga Untuk Bersekolah

Harga menjadi salah satu hal yang harus dipikirkan oleh SMP AL IKHLASH yang berstatus swasta dalam menjalankan strategi bauran pemasaran. Harga dalam konteks sekolah swasta merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan. Perumusan harga sekolah disesuaikan oleh pihak sekolah dengan penghasilan orang tua dari calon peserta didik, karena disekitar sekolah kebanyakan masyarakat yang bermatapencaharian sebagai petani dan nelayan.

3) Lokasi

¹⁰ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta : PT. raja grafindo, 2007), 279.

Sekolah SMP AL IKHLASH berada di Jl. Pasir Putih RT 2 RW 7 Dusun Mulyorejo Desa Dalegan Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik, Apabila digambarkan secara singkat mengenai bagaimana cara mengakses sekolah, budaya, lingkungan sekitar, fasilitas sarana pendukung disekitar sekolah di SMP AL IKHLASH adalah sebagai berikut :

- a) Jarak dari Pondok Pesantren hanya beberapa meter saja, karena masih satu wilayah. Sedangkan untuk dari wilayah permukiman warga juga tidak terlalu jauh.
- b) Bagi siswa yang mondok bisa ditempuh dengan jalan kaki, sedangkan yang berada diluar pondok atau mbajak bisa dengan naik sepeda motor.
- c) Fasilitas sarana pendukung di lingkungan sekolah, yaitu Asrama Putra dan Putri, Lapangan olahraga, Aula, Klinik Kesehatan, Musholla, dan Kantin.

4) Kegiatan Promosi yang Dilakukan

Kegiatan promosi SMP AL IKHLASH dikelola oleh Manajemen Humas / Kesiswaan yang dipandu secara terpusat oleh ketua yayasan, serta dukungan dari para tenaga pendidik dan karyawan sekolah. Berikut ini adalah kegiatan promosi.

a) Periklanan

- 1) Brosur menjadi salah satu media cetak yang digunakan untuk mempromosikan sekolah ke masyarakat. Setelah menyebarkan brosur biasanya 5 bulan sebelum penerimaan siswa baru. Penyebaran brosur dilakukan di sekitar lingkungan sekolah dan perumahan. Isi informasi yang tertera pada brosur meliputi: lokasi sekolah, program keahlian, program unggulan, ekstrakurikuler, penempatan prakerin, foto kegiatan siswa, dan lain-lain. Sekolah juga memperbarui brosur setiap tahun, hal ini bertujuan untuk menarik minat siswa baru dan masyarakat.
- 2) Spanduk SMP AL IKHLASH hanya digunakan sebagai media promosi. Dan dipasang diberbagai tempat dan wilayah.
- 3) Poster SMP AL IKHLASH disebar di berbagai daerah sekitar sekolah, baik di lingkungan sekolah maupun diluar lingkungan sekolah.
- 4) Media elektronik yang digunakan sekolah yaitu : *youtube channel* yang digunakan untuk mengunggah video terkait perlombaan yang pernah diikuti oleh siswa dan beberapa kegiatan siswa. *Sosial media* lainnya yang digunakan sekolah untuk melakukan pemasaran adalah *Instagram* yang paling sering digunakan/aktif dan juga yang selalu aktif adalah *whatsapp*. Para orang tua siswa dan para alumninya juga tergabung dalam media sosial *whatsapp* yang digunakan sekolah untuk tetap menjalin komunikasi dan digunakan juga sebagai wadah promosi ke teman terdekat para orangtua siswa alumni.

b) Penjualan Pribadi

- 1) Pengaruh antar intenal sumber daya manusia

Kualitas setiap sumber daya manusia di sekolah menjadi keberhasilan dalam melakukan penjualan sekolah melalui kegiatan ini. Semua pihak baik kepala sekolah, guru, staff, siswa, dan para

alumni yang tetap memiliki kualitas diri baik prestasi, sikap dan sifatnya akan terlihat di lingkungan masyarakat. Pembentukan kualitas setiap diri warga sekolah harus tetap terjaga, agar ketika mereka masuk di lingkungan masyarakat, masyarakat akan memberikan penilaian yang baik dan masyarakat akan mengenal identitas sekolah karena dampak positif dari identitas diri para warga sekolah.

Promosi terbaik sebenarnya terletak pada generasi masa depan alumni sekolah. Alumni sekolah memiliki peran yang cukup penting ketika mereka di terima di tempat kerja atau perguruan tinggi ternama di Indonesia, apalagi jika alumni mendapatkan prestasi di berbagai perlombaan baik di tingkat kabupaten, tingkat provinsi, maupun tingkat nasional. Riwat pendidikan para alumni akan dikenal oleh masyarakat, sehingga secara tidak langsung hal ini merupakan bentuk promosi kepada masyarakat secara lebih luas.

2) Penjualan antar pribadi

Penjualan antar pribadi merupakan bentuk kegiatan pemasaran yang paling sederhana dan paling mudah dilakukan. Kegiatan ini membutuhkan komunikasi yang bersifat secara langsung antara pihak pemasar sekolah dengan pihak masyarakat yang ingin menggunakan jasa pendidikan, antara lain :

Percakapan tatap muka melalui pelayanan penjualan pribadi sekolah SMP AL IKHLASH yang dilakukan pada saat kegiatan PPDB. Para calon orang tua siswa diperbolehkan menanyakan secara langsung, biasanya sebelum masuk penjaga sekolah akan menanyakan keperluan tamu yang datang langsung ke sekolah, kemudian penjaga sekolah biasanya mengarahkan langsung ke kepala SMP AL IKHLASH atau ke staff administrasi sekolah yang sedang bertugas di kantor khusus PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).

Panggilan telephone dan surat elektronik. Sekolah selalu mencantumkan nomor telephone dan alamat *e-mail* yang aktif dan dapat dihubungi pada setiap media pemasaran yang digunakan sekolah, hal ini bertujuan untuk memudahkan para pelanggan jasa pendidikan yang tidak memiliki waktu banyak untuk berkunjung langsung ke sekolah. Pihak sekolah selalu aktif menjawab dan memberikan pelayanan melalui pesan / telephone dan *whatsapp* yang disesuaikan dengan jam kerja sekolah pukul 07.00- 16.00 WIB.

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Promosi seperti ini biasanya bentuk dari terwujudnya mutu pelayanan yang baik kepada para siswa dan orangtua siswa, ketika mereka merasakan kepuasan akan layanan yang diberikan sekolah, para orang tua siswa akan ikut berpartisipasi mempromosikan sekolah ke teman, keluarga, tetangga dan ke lingkungan perumahan setempat. Tidak hanya orangtua siswa, tetapi seluruh warga sekolah juga terlibat melakukan promosi dari mulut ke mulut. Kepala sekolah, guru dan staf yang berkewajiban melakukan

promosi ini karena merekalah yang mengetahui setiap informasi sekolah.

c) Promosi Penjualan

Sekolah SMP AL IKHLASH perlu melakukan promosi penjualan sebagai bentuk insetif sekolah dalam menawarkan produk sekolah ke pelanggan jasa pendidikan. Berikut ini adalah kegiatan promosi penjualan :

Open reality merupakan salah satu bentuk promosi dengan melihat langsung segala kegiatan pembelajaran, bukti fisik, dan sumber daya manusia yang ada di sekolah SMP AL IKHLASH. *Open reality* dilakukan setiap hari selama kegiatan sekolah berlangsung, hal ini bertujuan agar para calon siswa dan orangtua siswa bisa melihat sekolah secara lebih dekat dan dapat mengetahui sendiri terkait informasi sekolah.

Sekolah SMP AL IKHLASH juga menyediakan kegiatan ekstrakurikuler yang masing-masing kegiatannya didampingi oleh guru ekskul, untuk lebih menunjang kegiatan ekskul tersebut, sekolah juga melengkapi fasilitas ekskul. Seperti ekskul, untuk lebih menunjang kegiatan ekskul tersebut, sekolah juga melengkapi fasilitas ekskul. Sekolah juga memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap yang didampingi oleh guru/pelatihnya, latihan dilakukan ketika mereka akan mengikuti perlombaan.

Ritel display sekolah dengan menara sebaik dan semenarik mungkin hasil piala dan piagam yang telah dicapai. Sekolah menaruh piala yang dipajang pada lorong dekat dengan mading sekolah di area aula sekolah untuk memperindah bangunan sekolah dan menarik para calon siswa dan orangtua siswa.

Open reality menunjukkan sebuah kebenaran antara informasi yang tertera di media pemasaran disekolah dengan kejadian sesungguhnya yang terjadi di sekolah SMP AL IKHLASH harus tetap sejalan dengan visi misi yang telah dibuatnya agar setiap rutinitas kegiatan sekolah dapat mencapai tujuan yang diinginkan sekolah.

d) Hubungan Masyarakat

Sekolah pasti melakukan kegiatan bukan hanya dengan pihak internal sekolah melainkan juga pasti melakukan kegiatan pada pihak eksternal sekolah. Pihak eksternal sekolah atau masyarakat merupakan khalayak penting bagi sebuah kemajuan sekolah apalagi jika dikaitkan dengan strategi sebuah kemajuan sekolah apalagi jika dikaitkan dengan strategi sebuah pemasaran sekolah. Pihak eksternal yang biasanya memiliki keterkaitan baik langsung maupun tidak langsung dengan sekolah adalah Masyarakat, Media Pemerhati Pendidikan, Pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat.

Sekolah SMP AL IKHLASH juga menjalin hubungan baik dengan warga sekitar perkampungan khususnya Tokoh masyarakat setempat. Tujuannya selain untuk meminta izin ke pihak warga setempat agar memaklumi apabila ada kegiatan ekstrakurikuler ataupun kegiatan sekolah yang mungkin mengganggu, karena kalo lagi mau ada lomba kegiatan latihannya setiap hari. Sekolah juga menjalin komunikasi

yang baik dengan pihak keamanan di sekitar lingkungan sekolah untuk mengawasi dan menjaga keamanan.

Manajemen humas sekolah dikendalikan secara terpusat oleh pihak Yayasan dan bantuan dari kepala sekolah. Sekolah SMP AL IKHLASH menyadari pentingnya melakukan kegiatan kemasyarakatan yang bertujuan membangun sebuah komunikasi dan hubungan yang baik antara sekolah dengan pihak eksternal. Serta dengan terwujudnya kegiatan masyarakat yang baik maka akan menunjang kegiatan pemasaran karena citra sekolah benar- benar baik dimasyarakat.

5) Sumber Daya Manusia

a) Kepala Sekolah

Kepala sekolah merupakan sekolah yang mempunyai tanggung jawab akan maju mundurnya sebuah sekolah, maka kepala sekolah harus memahami setiap perkembangan dan kebutuhan sekolah serta ancaman- ancaman yang mungkin akan merusak kegiatan pemasaran sekolah. Berikut ini beberapa program Kepala Sekolah dalam mempertahankan pemasaran sekolah:

1) Menjadikan SMP AL IKHLASH sebagai wadah pendidikan yang terbaik. Kepala sekolah melakukan studi perbandingan ke sekolah lain di awal semester, tujuannya untuk melihat perkembangan sekolah lain dan dijadikan tolak ukur dalam perkembangan sekolah lain dan dijadikan tolak ukur dalam melakukan kegiatan strategi penentuan pasar persaingan.

Kepala sekolah juga memperhatikan gedung dan perlengkapan sekolah, dengan : mencatat inventarisasi alat-alat kegiatan pembelajaran, gedung dan barang- barang, mengatur halaman dan prasarana lainnya, dan memperhatikan 6K (Kebersihan, Keindahan, Kerindangan, Kekeluargaan, Ketertiban, dan Keamananan). Kegiatan tersebut dilakukan selama beberapa hari pada awal semester ganjil.

2) Memberikan pendidikan dan pelatihan pada guru. Setiap tahun guru- guru akan diinformasikan oleh kepala sekolah untuk mengikuti program pelatihan dalam rangka peningkatan kualitas keterampilan, pengetahuan dan sikap. Kepala sekolah juga memperhatikan setiap proses kegiatan belajar dan mengajar yang sesuai dengan kurikulum 2013.

b) Guru

Guru memiliki tugas diantaranya: mencatat absensi siswa setiap hari, merekap data kesiswaan, membuat rencana kegiatan harian dan mingguan, mencatat setiap hari dan mingguan nilai siswa, memeriksa kebutuhan dan keadaan daftar inventaris kelas. Guru juga mengikuti pelatihan diantaranya: pelatihan kurikulum setiap tahun, pelatihan yang diselenggarakan oleh IGTK perwilayah, pelatihan antar sekolah, pelatihan per gugus KKS dan KKG. Selain mengikuti kegiatan pelatihan, guru-guru juga diikutsertakan pada kegiatan seminar baik lokal maupun nasional.

Proses perekrutan guru kelas dilakukan oleh pihak sekolah atau yayasan dengan menanyakan ke keluarga, teman kerabat, atau ke tetangga di sekitar lingkungan sekolah, sedangkan proses perekrutan guru ekstrakurikuler dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan Lembaga

diluar sekolah. SMP AL IKHLASH benar- benar memperhatikan setiap SDM sekolah, karena SDM sekolah merupakan pihak yang terlibat langsung untuk memberikan proses penyampaian jasa ke para pelanggan jasa pendidikan. Dalam memperhatikan kesejahteraan para tenaga pendidik dan kependidikan, pihak yayasan memberikan gaji pokok yang sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku.

6) Bukti Fisik

Fasilitas yang dimiliki oleh sekolah menjadi suatu hal dalam mencapai kepuasan para pelanggan jasa pendidikan SMP AL IKHLASH di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Al Ikhlah, gedung SMP AL IKHLASH dibangun menjadi 3 lantai. Sekolah memiliki 6 ruang kelas dengan 4 ROMBEL (Rombongan Belajar) dengan fasilitas kipas angin di setiap kelasnya. Status kepemilikan bangunan adalah milik sendiri dan jenis bangunan impres. Fasilitas sekolah didukung dengan sarana lain:

- a. Perpustakaan
- b. Lapangan
- c. Toilet Siswa
- d. Toilet Guru
- e. Musholla/Tempat Ibadah

Desain *interior* dan *eksterior* dengan baik, dinding- dinding di cat dengan warna khas dari SMP AL IKHLASH yaitu berwarna Hijau. Arena outdoor halaman sekolah dilengkapi dengan lapangan, area parkir untuk guru dan siswa yang membawa kendaraan. Sedangkan arena indoor dilengkapi dengan kipas angin di setiap kelas serta sirkulasi udara cahaya yang sangat baik.

7) Proses Pelayanan Jasa

Proses pelayanan menjadi sebuah rangkaian kegiatan yang akan dinikmati oleh siswa selama berkolah di SMPAL IKHLASH. Berikut ini proses pelayanan jasa di sekolah : Proses belajar mengajar telah disusun berdasarkan RPP dari perumusan kurikulum 2013 dan disesuaikan dengan program sekolah yang dibuat oleh masing- masing guru kelas. Pembelajaran didalam kelas juga terlaksana sebagaimana pada umumnya sesuai dengan yang sudah disusun didalam RPP.

wisuda dilakukan di lingkungan sekolah, acaranya bukan hanya sekedar merayakan kelulusan tetapi juga ada pertunjukkan yang ditampilkan oleh siswa/i dari kelas VII dan VIII. Ditutup dengan study tour perpisahaan khusus kelas IX. Sekolah juga sering mengadakan kegiatan untuk menunjukan bakat siswa dalam bidang seni di depan orangtua siswa dan masyarakat umum. Persiapan wisuda dilakukan dengan melibatkan guru untuk melatih setiap siswa sepulang sekolah yang dilaksanakan pada 2 minggu sebelum wisuda berlangsung. Sekolah biasanya mengadakan wisuda di tempat terbuka dan mengundang banyak pihak yang sekiranya mampu menarik minat orang tua calon peserta didik baru.

Demikian penjabaran mengenai hasil penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran sekolah SMP AL IKHLASH. Berdasarkan hasil penelitian, dari ketiga strategi pemasaran sudah cukup baik dalam pelaksanaannya, hanya saja ada beberapa ketidaksesuaian antara teori pemasaran dengan pelaksanaan strategi di SMP AL IKHLASH. Wakil

Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan/ Humas atau Tim panitia dari PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) masih dilakukan secara terpusat sehingga muncul beberapa permasalahan dalam mengembangkan media promosi yang digunakan untuk melakukan komunikasi pemasaran.¹¹

2. Faktor penghambat dan pendukung Minat Peserta Didik baru di SMP AL IKHLASH Mulyorejo Dalegan Panceng Gresik

Faktor yang menjadi penghambat proses pemasaran pendidikan yakni terdapat pada banyaknya biaya yang harus dikeluarkan sekolah dengan pendapatan sekolah lebih banyak pengeluarannya, yang kemudian menghambat penghasilan sekolah untuk mencukupi kebutuhannya. Sedangkan faktor kedua yakni dengan kurangnya kepercayaan yang dimiliki masyarakat untuk menitipkan anak-anaknya dan mempercayai sekolah sebagai salah satu sekolah yang diminati dan dipercayai sebagai sekolah yang mengedepankan karakter dan menggunggulkan nilai-nilai agama yang tinggi.

Sedangkan faktor pendukungnya adalah pemasaran yang dilakukan sekolah juga harus memperhatikan sebuah aspek yang mana aspek tersebut menjadi pendukung dalam pelaksanaan pemasaran yang dilakukan. Dalam hal ini madrasah memberikan tenaga kependidikan yang sesuai dengan bidangnya yang dengan demikian menjadi aspek pendukung yang dapat dipercaya oleh masyarakat. Dan faktor lain adalah lingkungan yang mana dengan adanya lingkungan mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan strateginya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari dan pembahasan tentang strategi pemasaran sekolah di SMP AL IKHLASH dapat disimpulkan bahwa dalam startegi pemasaran yang dilaksanakan di SMP AL IKHLASH, sebagai berikut :

1. SMP AL IKHLASH memiliki strategi dalam melakukan pemasaran sekolah :
Pertama, untuk menentukan pasar sasaran sekolah sangat memahami setiap perkembangan dari lingkungan dan kondisi kebutuhan masyarakat. *Kedua*, ditengah- tengah persaingan yang semakin ketat, sekolah melakukan strategi penentuan posisi pasar persaingan dengan melakukan identifikasi ke beberapa sekolah pesaingnya dan menjalankan jasa penddiikan dengan menekankan pada penanaman dan pengenalan pendidikan keagamaan. *Ketiga*, pada strategi bauran pemasaran, sekolah menawarkan beberapa produk program unggulan. Harga biaya ditawarkan oleh sekolah telah disesuaikan dengan fasilitas dan pelayanan jasa pendidikan yang akan diterima oleh siswa/i selama bersekolah. Kualitas SDM sekolah yang akan memberikan proses pelayanan sudah terkuualifikasi secara baik dan profesional, serta didukung oleh lokasi strategis dan bukti fisik sekolah yang memadai. Sekolah SMP AL IKHLASH telah melakukan kegiatan promosi yang cukup optimal melalui kegiatan periklanan dengan menggunakan: brosur, spanduk, banner, *website* dan media sosial *facebook* dan *whatsapp*. Penjualan pribadi dilakukan dengan peningkatan kualitas SDM dan penjualan antar pribadi melalui komunikasi secara langsung datang ke sekolah atau menghubungi pihak sekolah, serta komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), sekolah juga selalu membukakan diri *open reality* selama jam operasional sekolah berlangsung, dan aktif dalam berbagai kegiatan hubungan masyarakat dalam rangka meningkatkan minat siswa baru.

¹¹ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Yogyakarta : andi, 2014), 41.

2. Kepala sekolah melibatkan semua guru, karyawan, wali murid dan murid serta para alumni untuk melaksanakan kegiatan pemasaran pendidikan yang telah ditentukan sekolah SMKP AL IKHLASH, dengan cara mempertahankan kualitas dan prestasi yang dimiliki sekolah.
3. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMP AL IKHLASH terbukti berhasil dan efektif dengan dibuktikan dengan bertambahnya jumlah siswa pada tahun ini.
4. Program Keagamaan yaitu Tahfizhul Al-Qur'an dan Beasiswa yang menjadi program unggulan di SMP AL IKHLASH.
5. Strategi pemasaran jasa pendidikan yang telah dilaksanakan oleh SMP AL IKHLASH berjalan cukup baik dalam rangka meningkatkan minat siswa baru. Banyak cara yang terus dilakukan dalam mempertahankan dan meningkatkan setiap kualitas pelayanan yang sejalan dengan visi dan misi yang dibuat. Selain itu sekolah juga memiliki berbagai keunggulan terlihat dari prestasi para siswa-siswi dan para alumninya, dan beberapa kali mendapatkan kejuaraan pada ajang perlombaan.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta : Andi, 2014.
- [2] Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2007.
- [3] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : Rajawali Press, 2014.
- [4] Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002.
- [5] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 2002.
- [6] Etta Mamang Sangadji, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Andi, 2000
- [7] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2009.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2006.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta, 2016.
- [10] Dr. Taufiqurrohman, *Manajemen strategic*, Jakarta Pusat : Fakultas ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo beragama, 2016.