

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data Hasil Penelitian

Adapun analisis data hasil penelitian dari implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang meliputi : perencanaan, pelaksanaan (implementasinya), faktor penghambat, strategi, cara mengatasi masalah dan kemudian hasil yang diperoleh dalam implmenrasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang.

1. Perencanaan Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Perencanaan merupakan penyusunan langkah-langkah kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan¹. Perencanaan merupakan proses yang sistematis yang dilakukan oleh setiap lembaga atau organisasi sebelum melaksanakan program agar tercapai tujuan lembaga atau organisasi tersebut.

Dalam perencanaan implementasi manajemen *marketing* sekolah, di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang sebagaimana pernyataan bapak Fauzi Adla selaku wakil kepala sekolah:

Untuk perencanaan implementasi manajemen *marketing* sekolah itu sendiri sudah cukup bagus berawal dari menentukan visi, misi dan tujuan khusus lembaga pendidikan, kemudian setelah menentukan visi, misi dan tujuan sekolah tersebut, maka kepala sekolah beserta

¹ Supardi dan Darwyan Syah, *Perencanaan Pendidikan Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Diadit Media,2010), 1

komite sekolah menganalisis ancaman serta peluang yang ada, merumuskan keadaan saat itu, mengidentifikasi segala hambatan dan kemudahan dengan mengetahui ancaman dan peluang maka pihak sekolah mengembangkan rencana/serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan serta akan lebih mudah untuk membuat program-program yang dapat menarik minat siswa salah satunya adalah program tahfidz Qur'an.²

Bapak Mohammad Indra Lesmana sebagai kepala sekolah SMA

Miftahussalam Kabupaten Tangerang mengemukakan :

Sebesar apapun dan sehebat apapun lembaga pendidikan itu jika tidak dipromosikan atau dikenalkan dengan masyarakat umum maka tidak akan tercapai tujuan dari lembaga tersebut. Dalam perencanaan implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam sangat bagus karena memang sudah dirancang dan disusun sebaik dan sebagus mungkin. Proses perencanaan Promosi sekolah di SMA Miftahussalam kabupaten Tangerang pertama adalah perencanaan pemasaran internal, eksternal, dan interaktif. Dimana perumusan promosi ini melibatkan kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan Komite Sekolah pada rapat kerja Sekolah di awal tahun.³

Proses awal dari memasarkan sekolah sudah pasti dengan membuat perencanaan yang matang, karena perencanaan merupakan fungsi awal dari keseluruhan fungsi manajemen. Bapak Ulumudin selaku kepala komite sekaligus di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang mengemukakan melalui wawancara:

Adapun perencanaan *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang memang berjalan sangat bagus yaitu dengan mengadakan rapat yang dipimpin oleh kepala sekolah dan dihadiri oleh guru beserta staf-staf sekolah, dalam rapat tersebut menyiapkan

² Fauzi Adla, *Perencanaan Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Selasa, 16 April 2019)

³Mohammad Indra Lesmana, *Perencanaan Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Kamis, 18 April 2019)

secara sistematis kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, kemudian menetapkan tujuan *marketing* sekolah, dan menentukan media marketing sekolah yang akan digunakan, adapun media yang digunakan berupa pamflet, brosur, atau melalui sosial media/internet dan sosialisasi ke SMP sekitar untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat dan memperoleh siswa sebanyak-banyaknya.⁴

Berdasarkan data yang dihasilkan peneliti melalui wawancara dengan ibu Mumun Aminatul Munziah sebagai guru di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang, mengatakan bahwa:

Seperti yang sudah kita ketahui bersama, bahwa perencanaan merupakan langkah awal dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan. Adapun perencanaan yang dilakukan oleh di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang ini sudah bagus karena sudah sesuai dengan prosedur yaitu dimulai dengan menentukan visi, misi, tujuan dan pengembangan profil sekolah. Tanpa adanya tujuan jelas yang akan dicapai, maka akan berpengaruh pada proses pelaksanaan kegiatan *marketing*.⁵

2. Implementasi Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Implementasi atau pelaksanaan merupakan tahap selanjutnya dalam *marketing* sekolah. Pada tahap ini setiap perencanaan yang dipersiapkan akan diimplementasikan pada kegiatan-kegiatan *marketing* sekolah.

Berdasarkan wawancara dengan kepala sekolah SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang:

Meskipun dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah masih banyak kekurangan baik yang disebabkan oleh pendanaan maupun

⁴ Ulumudin, *Perencanaan Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (senin, 22 April 2019)

⁵ Mumun Aminatul Muziah, *Perencanaan Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (selasa, 23 April 2019)

keahlian namun kami tetap melaksanakan pemasaran yang biasanya dilaksanakan disemester genap menjelang kenaikan kelas, hal yang pertama kami lakukan yaitu dengan memberikan arahan kepada guru untuk mempromosikan sekolah dengan harapan guru dapat merekrut calon siswa baru, langkah selanjutnya kami melakukan sosialisasi di SMP/MTs yang berada di sekitar lingkungan sekolah, sosialisasi kepada masyarakat, dengan membagikan brosur dan menjelaskan tentang sekolah kami, serta memasang pamflet di tempat-tempat umum, ramai, dan sering dilewati oleh khalayak ramai dan karena mengingat perkembangan teknologi maka kami meamsarkan seklah melalui media seperti internet.⁶

Bapak Ulumudin sebagai ketua komite di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang menjelaskan hal yang tidak jauh berbeda dari pemaparan kepala sekolah yaitu mengenai tentang pelaksanaan implementasi manajemen *marketing* sekolah yang belum maksimal dan tugasnya dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah “untuk itu saya sebagai ketua komite melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan kerabat dekat saya, menyebarkan brosur dan memasang pamflet”.⁷

Bapak Fauzi Adla sebagai wakasek di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang menjelaskan tugasnya dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah, bahwasannya

Dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah ini meskipun memang bisa dikatakan belum maksimal dikarena beberapa hal, tetapi saya tidak putus asa untuk tetap menerapkan manajemen *marketing* sekolah, saya bersama bapak kepala sekolah bersosialisasi di SMP/MTs di sekitar lingkungan sekolah, kemudian juga

⁶ Mohammad Indra Lesmana *Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Kamis, 18 April 2019)

⁷ Ulumudin , *Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (senin, 22 April 2019)

memberikan brosur kepada kerabat terdekat yang kemudian akan disebarakan kembali kerabat atau keluarga yang lain.⁸

Selain itu ibu Mumun Aminatul Munziah sebagai guru di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang juga menjelaskan tugasnya dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah:

Tentunya setelah perencanaan akan ada pelaksanaan atau implementasi manajemen *marketing* sekolah, adapun pelaksanaannya saya rasa memang masih banyak kekurangan, namun kami sebagai guru ikut serta mempromosikan sekolah melalui brosur serta mengadakan sosialisasi baik dengan wali murid ataupun dengan murid dengan tujuan untuk menyampaikan materi tentang sekolah agar wali murid ataupun murid lebih memahami dan mengetahui tentang sekolah kami.⁹

3. Faktor-Faktor yang Menjadi Penghambat Dalam Implementasi Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Setiap pelaksanaan kegiatan apapun akan ada hambatan-hambatan yang terkadang membuat kesulitan dalam pelaksanaan dan menghambat jalannya program yang akan dilaksanakan, tidak terlepas akan hal itu, SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang ini juga ikut merasakan adanya hambatan-hambatan dalam proses implementasi manajemen *marketing* sekolah. Hambatan-hambatan tersebut bisa ditemukan di internal sekolah maupun di lingkungan eksternal. Sama halnya seperti yang telah

⁸ Fauzi Adla, *Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Selasa, 16 April 2019)

⁹ Mumun Aminatul Muziah, *Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (selasa, 23 April 2019)

disampaikan oleh bapak kepala sekolah SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang ketika diwawancarai:

Setiap proses pelaksanaan program, pasti akan kita jumpai berbagai hambatan dan kendala-kendala yang kadang menyulitkan dan menghambat proses pelaksanaan. Begitu juga dalam proses implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang, banyak sekali hambatan baik di internal maupun eksternal sekolah. Adapun hambatan yang kami temukan di internal sekolah seperti, kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang membantu dalam proses pemasaran karena SMA Miftahussalam ini terbilang sangat baru, kami juga baru meluluskan satu angkatan untuk jenjang SMA. , serta tenaga pendidik belum semuanya berkualifikasi pendidikan sarjana (S1) Kami juga belum mempunyai tim khusus untuk memasarkan dikarenakan kurangnya sumber daya manusia, selain itu fasilitas yang belum memadai juga menjadi faktor penghambat dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang. Adapun hambatan dari eksternal sekolah yaitu daya saing yang sangat ketat seperti SMA Negeri lebih diminati oleh masyarakat sekitar, banyaknya sekolah-sekolah negeri maupun swasta favorit di sekitar lingkungan sekolah, pandangan konsumen dilihat dari kebutuhan pendidikan islam yang masih rendah, serta persepsi masyarakat terhadap citra (*image*) SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang masih negatif.¹⁰

Bapak Fauzi Adla juga memaparkan beberapa hambatan yang dihadapi saat implementasi manajemen *marketing* sekolah yaitu

Pertama hambatan yang ada di internal sekolah dan yang kedua hambatan yang ada di eksternal sekolah. Adapun faktor internal penghambat implementasi manajemen *marketing* sekolah. Disebabkan faktor kondisi objektif di beberapa bagian sekolah masih kurang (fasilitas, pendanaan, sarana yang masih kurang), terbatasnya sarana dan prasarana, SDM di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang terbatas, personalia guru belum menggunakan teknologi secara maksimal.¹¹

¹⁰ Mohammad Indra Lesmana, *Faktor Penghambat Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Kamis, 18 April 2019)

¹¹ Fauzi Adla, *Faktor Penghambat Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Selasa, 16 April 2019)

Pendapat yang tidak jauh berbeda juga di ungkapkan bapak Ulumudin mengenai hambatan yang dirasakan ketika implementasi manajemen marketing sekolah, yaitu:

Yang menjadi dasar faktor penghambat adalah karena SMA Miftahussalam ini baru berdiri di tahun 2016, sehingga kami kesulitan untuk meyakinkan masyarakat mengenai citra atau *image* sekolah selain itu sudah banyak sekolah-sekolah favorit yang bermuculan dan lebih dulu berdiri dibanding SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang, kemudian kurangnya minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di sebuah yayasan”.¹²

Pendapat yang hampir serupa pun diungkapkan oleh ibu Mumun Aminatul Munziah terkait faktor yang menjadi penghambat implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu:

Adapun faktor pemhambat implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang disebabkan oleh sarana prasaranan seperti Ruang kelas yang masih kurang tidak sesuai dengan rombel (jumlah murid yang ada), ruang laboratorium dan sarana komputer yang kurang memadai sehingga pembelajaran ekstrakurikuler komputer menemui banyak kendala, ruang kantin yang tidak ada, sehingga kantin jujur berjalan kurang maksimal, tidak memiliki sarana dan fasilitas olah raga yang memadai dan dana yang kurang memadai sehingga program yang telah direncanakan untuk pelaksanaan marketing menjadi terhambat, tenaga pendidik belum semuanya berkualifikasi sarjana (S1).¹³

4. Strategi *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

¹² Ulumudin, *Faktor Penghambat Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (senin, 22 April 2019)

¹³ Mumun Aminatul Muziah, *Faktor Penghambat Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (selasa, 23 April 2019)

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat banyak bermunculan sekolah-sekolah dengan menghadirkan konsep-konsep pendidikan yang baru. Hal ini membuat sekolah-sekolah diberbagai tempat di Indonesia berlomba-lomba untuk membuat sekolah mereka agar diminati oleh para pelajar, berbagai strategi dan cara dilakukan oleh sekolah untuk menarik minat peserta didik, begitu juga dengan SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang. Seperti yang diungkapkan oleh kepala sekolah SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang:

Untuk strategi *marketing* sekolah SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang masih menggunakan strategi yang lumrah dan mudah. Karena strategi ini kami rasa cukup bagus meskipun masih banyak hal-hal yang sangat kurang. SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang menyiapkan beberapa strategi *marketing* sekolah, untuk menarik minat masyarakat agar menyekolahkan anak mereka di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang, diantaranya melalui

- a) produk, dalam hal produk di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang berusaha untuk meluluskan siswa yang unggul baik dalam bidang instrakurikuler, ekstrakurikuler dan keagamaan dalam bidang instrakulikuler kami mengandalkan guru yang profesional dalam mengantarkan ilmu kepada peserta didik sesuai bidangnya, sedangkan dalam bidang ekstrakurikuler SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang membekali siswa dengan ekstrakurikuler yang dapat dipilih siswa sesuai dengan hobi dan bakat siswa, sedangkan dalam bidang keagamaan SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang membekali siswa dengan kegiatan keagamaan seperti:menghafal ayat Al-Qur'an, sholat lima waktu berjama'ah, tadarus dan lain-lain.
- b) *Place*, SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang memiliki lokasi yang strategis banyak kendaraan umum yang melewati sekolah ini, tidak ada kemacetan, lingkungan belajar yang kondusif dan lahan parkir yang luas.

- c) *Promotion*, promosi ini terdiri dari iklan, penjualan, informasi, membuat brosur, pamflet dan internet.¹⁴

Adapun strategi *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang seperti yang diungkapkan oleh wakil kepala sekolah yaitu:

Strategi *marketing* sekolah yang digunakan oleh SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang seperti kebanyakan sekolah-sekolah pada umumnya yaitu dengan menyebar brosur di lingkungan masyarakat serta memasang pamflet di tempat yang sering dilewati oleh khalayak ramai, bekerja sama dengan SMP/MTs di sekitar sekolah, menyelenggarakan *Open House/Open Day* yang membolehkan calon siswa serta orang tuanya untuk datang dan melihat-lihat lingkungan sekolah. Strategi ini cukup baik, namun untuk kedepan kami berharap akan ada pembaharuan strategi pemasaran sekolah yang berbeda seperti umumnya.¹⁵

Selain itu bapak Ulumudin sebagai kepala komite juga memberikan pendapatnya mengenai strategi *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu:

Untuk strategi pemasaran di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang sama seperti sekolah yang lain. Untuk saat ini strategi ini cukup baik tapi semakin ke depan zaman akan semakin canggih dan persaingan akan semakin ketat maka kami harus mempersiapkan strategi baru dan bagus. Ada beberapa strategi dalam *marketing* sekolah diantaranya yaitu dengan membagikan brosur kepada masyarakat, memasang pamflet, kemudian memasarkan sekolah lewat sosial media, mengundang sekolah-sekolah untuk mengikuti perlombaan yang kami adakan di sekolah.¹⁶

¹⁴ Mohammad Indra Lesmana, *Strategi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Kamis, 16 April 2019)

¹⁵ Fauzi Adla, *Strategi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Selasa, 16 April 2019)

¹⁶ Ulumudin, *Strategi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (senin, 22 April 2019)

Kemudian ibu Mumun Aminatul Munziah sebagai salah satu guru di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang turut memberikan pendapatnya mengenai strategi *marketing* sekolah yang digunakan oleh SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Memiliki strategi itu penting dalam setiap program yang akan dilaksanakan, apalagi terkait strategi dalam manajemen *marketing* sekolah. SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang memiliki beberapa strategi dalam mempromosikan sekolah meskipun strategi yang digunakan masih sederhana dan lumrah, namun strategi ini cukup membantu untuk sekolah yang masih berkembang, yaitu dengan memiliki program unggulan seperti tahfidz Qur'an, kemudian membagikan brosur dan memasang pamflet dengan desain yang bagus dan unik, melalui program ekstrakurikuler seperti pramuka, marching band, dan lain lain.¹⁷

5. Cara Mengatasi Masalah dalam Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Memiliki hambatan dalam setiap pelaksanaan program merupakan hal yang wajar dan sering kali dirasakan oleh setiap pemilik program, maka disetiap hambatan seharusnya sudah merencanakan pula solusi atau cara untuk mengatasi masalah tersebut.

SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang merupakan salah satu sekolah yang kerap sekali merasakan hambatan, kesulitan di dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah, namun setelah mengetahui hambatan atau kesulitan maka sekolah ini memiliki beberapa cara untuk

¹⁷ Mumun Aminatul Muziah, *Strategi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (selasa, 23 April 2019)

menghadapi masalah yang sering dihadapi dalam implementasi manajemen marketing sekolah.

Seperti yang disampaikan bapak kepala sekolah SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu:

kami merasakan hambatan serta kesulitan di beberapa program yang akan kami laksanakan diantaranya dalam implementasi manajemen marketing sekolah. Namun setelah kami merasakan hambatan serta kesulitan yang sering kali jadi terjadi di awal program baik itu yang berasal dari internal sekolah ataupun eksternal sekolah maka kami merancang beberapa cara guna mengatasi masalah yang terjadi, diantaranya: dalam faktor internal melengkapi sarana dan prasarana lembaga pendidikan, karena sarana prasarana akan menunjang pencapaian tujuan secara maksimal, memiliki tenaga pendidik/guru dan tenaga kependidikan /staff serta SDM berkualitas, handal dan profesional karena hal ini akan menjadi tokoh kunci dan unsur penting dalam proses implementasi manajemen marketing sekolah. Memiliki alumni/lulusan yang berkualitas, karena alumni akan selalu menjadi tolak ukur akhir yang turut serta mewarnai citra lembaga dimasyarakat dan dunia kerja. memiliki program unggulan yang berbeda dengan sekolah lain, hal ini sangat berpengaruh guna bersaing dengan sekolah lain untuk menarik pelajar, menciptakan program-program ekstrakurikuler seperti pramuka, marching band dan lain-lain, karena ekstrakurikuler merupakan penunjang dalam kesuksesan proses implementasi manajemen marketing sekolah, Sedangkan cara mengatasi masalah dalam lingkup eksternal sekolah yaitu dengan mengikuti lomba-lomba antar sekolah dan mengadakan lomba di sekolah dengan mengundang beberapa sekolah, meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris dan Arab untuk berkomunikasi lisan maupun tulisan dan lain lain.¹⁸

Pendapat yang hampir serupa disampaikan oleh wakasek SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang mengenai cara mengatasi masalah dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu:

¹⁸ Mohammad Indra Lesmana *Cara Mengatasi Masalah dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Kamis, 18 April 2019)

Ada banyak cara mengatasi masalah dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu diantaranya: memperbaiki dan membangun sarana prasana yang kurang lengkap, menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman, memperbaharui pembuatan brosur dan pamflet, memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan berkompeten dibidangnya, menciptakan program-program unggulan yang berbeda, dan mencetak lulusan yang berkualitas.¹⁹

Kemudian pendapat yang hampir serupa pula disampaikan oleh kepala komite SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu:

Adapun cara mengatasi masalah dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang adalah dengan terus meningkatkan citra baik sekolah dimata masyarakat melalui mengikuti berbagai bidang perlombaan dan menjuarainya, menciptakan lulusan yang berkualitas dan mempuni disegala bidang, menghadirkan guru-guru serta tenaga kependidikan yang profesional.²⁰

Tak luput dari peran seorang guru ibu Mumun Aminatul Munziah juga berpendapat mengenai cara mengatasi masalah manajemen *marketing* sekolah di SMA Mitahussalam Kabupaten Tangerang yaitu:

Menurut saya cara mengatasi masalah manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang adalah dengan menambah sumber daya manusia yang ada seperti penambahan guru dan tenaga kependidikan. Sehingga kemudian jika persona guru sudah dianggap cukup maka dibuatlah tim khusus untuk memasarkan sekolah, karena jika ada tim khusus untuk memasarkan sekolah maka mereka akan fokus pada tugas pokok masing-masing, sehingga kendala yang ada bisa ditangani dengan sebaik-baiknya.²¹

¹⁹ Fauzi Adla, *Cara Mengatasi Masalah dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Selasa, 16 April 2019)

²⁰ Ulumudin , *Cara Mengatasi Masalah dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (senin, 22 April 2019)

²¹ Mumun Aminatul Muziah, *Cara Mengatasi Masalah dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (selasa, 23 April 2019)

6. Hasil yang diperoleh Dengan Implementasi Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Ketika ada perencanaan akan ada pelaksanaan yang mana di dalamnya akan ada hambatan dan kesulitan yang akan dihadapi. Ketika lembaga menghadapi beberapa problematika dalam implementasi manajemen marketing sekolah maka kemudian akan muncul beberapa solusi atau cara untuk meminimalisir hambatan dan kesulitan tersebut. Kemudian ketika semuanya berjalan dengan berkesinambungan maka di akhir akan menemukan sebuah hasil.

SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang ini, sudah menerapkan manajemen *marketing* sekolah dengan proses-prosesnya. Maka dengan semua proses yang telah dihadapi inilah hasil yang dirasakan oleh bapak Mohammad Indra Lesmana sebagai kepala sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang:

Seperti pepatah mengatakan kabaikan yang tidak terorganisir akan kalah dengan kejahatan yang terorganisir. Jadi begitu pentingnya sebuah manajemen dalam mengatur semua strategi serta program-program, begitu pula dengan sebuah lembaga pendidikan/sekolah, maka sebagus dan sehebat apapun sekolah jika tidak mengimplementasikan manajemen marketing di sekolah lambat laun akan hancur. Manajemen marketing sekolah sangat amat penting untuk mengelola pendidikan agar diminati oleh masyarakat banyak, apalagi dunia pendidikan sekarang banyak bermunculan dengan segala macam keunggulan yang ditawarkan. Karena implementasi manajemen marketing sekolah kami memiliki peningkatan dalam jumlah murid pertahun. Meskipun hasil yang kami peroleh kurang maksimal dalam implementasi manajemen marketing sekolah karena proses dari mulai perencanaan hingga pelaksanaan pun masih sangat kurang terbentur oleh pendanaan yang masih minim. Dan insha Allah untuk ke depannya kami akan memperbaiki manajemen

marketing kami, agar lebih tertata dan mencapai tujuan yang diharapkan.²²

Pendapat yang hampir serupa juga diungkapkan oleh bapak Fauzi Adla sebagai wakasek SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu “Untuk hasil implemementasi manajemen marketing sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang menurut saya cukup bagus meskipun kurang maksimal, karena memang beberapa kendala yang tidak bisa diselesaikan dalam sekejap”²³.

Kemudian bapak Ulumudin juga memberikan pendapatnya terkait hasil dari implementasi manajemen marketing sekolah di SMA Miftahussalam yaitu

Menurut saya hasil dalam implementasi manajemen marketing sekolah sudah cukup bagus, dilihat dari sisi SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yang baaru berdiri ditahun 2016. Dengan implementasi manajemen *marketing* sekolah, sekolah ini memiliki banyak peningkatan kususnya dalam jumlah murid.²⁴

Ibu Mumun Aminatul Munziah juga berpendapat bahwa:

Hasil yang diperoleh dari implementasi manajemen *marketing* sekolah sudah bagus, meskipun belum maksimal. Namun ketidak maksimalan tersebut tercipta dari kurangnya pemahaman kami terhadap manajemen marketing sekolah dan pngelolaan manajemen marketing sekolah yang terbentur oleh beberapa kendala.²⁵

²² Mohammad Indra Lesmana *Hasil dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Kamis, 18 April 2019)

²³ Fauzi Adla, *Hasil dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (Selasa, 16 April 2019)

²⁴ Ulumudin , *Hasil dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (senin, 22 April 2019)

²⁵ Mumun Aminatul Muziah, *Hasil dalam Implementasi Manajemen Marketing Sekolah*, interview by Chika Sunita, (selasa, 23 April 2019)

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Manajemen pemasaran sekolah merupakan proses atau kegiatan pemasaran di sekolah dengan tujuan untuk menciptakan citra baik sekolah di masyarakat dan agar mampu menarik minat siswa. Maka dengan tujuan yang begitu besar perlu adanya manajemen yang baik dan bagus, seperti yang telah diketahui bersama menurut Abdul Rahmat bahwa ada empat fungsi dari manajemen adalah perencanaan, pengorganisasian, pengontrolan, dan pengendalian.²⁶

Implementasi manajemen *marketing* sekolah adalah satu hal yang sangat penting untuk dipahami dan diterapkan oleh setiap lembaga pendidikan. Karena sebagus dan sehebat apapun suatu lembaga pendidikan jika tidak menerapkan manajemen *marketing* yang baik maka suatu saat akan ditinggalkan oleh para pelanggannya.

SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang merupakan sebuah yayasan yang baru berdiri ditahun 2016, namun sekolah ini sudah menerapkan manajemen *marketing* di sekolah tersebut meskipun belum maksimal. Melihat pentingnya implementasi manajemen *marketing* sekolah, maka peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan bagaimana proses implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yang diantaranya mencakup perencanaan, pelaksanaan, hambatan, cara

²⁶ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi,2016), 63

mengatasi masalah, strategi serta hasil yang diperoleh setelah menerapkan manajemen *marketing* sekolah.

1. Perencanaan Implementasi Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Dari analisa data hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang melakukan perencanaan dengan cukup matang dan sangat baik ditinjau dari susunan perencanaan yang beraturan serta pendapat-pendapat yang telah peneliti kumpulkan.

SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang melakukan perencanaan terlebih dahulu dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah. Perencanaan merupakan titik awal berbagai aktivitas organisasi yang sangat menentukan keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Perencanaan berguna untuk menentukan arah, memperkirakan peluang dari pelaksanaan manajemen *marketing* sekolah. Perencanaan ini dimulai dengan menentukan visi, misi, tujuan sekolah. Setelah menentukan visi, misi, dan tujuan sekolah kemudian kepala sekolah, dan komite sekolah menganalisis semua ancaman dan peluang yang dirapatkan setiap awal tahun menjelang penerimaan siswa baru, setelah mengetahui ancaman dan peluang, maka kepala sekolah beserta komite sekolah, mengidentifikasi hambatan serta kemudahan yang ada, kemudian membuat program-program yang dapat menarik sejumlah siswa dengan media yang sudah ditentukan.

2. Implementasi Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Dalam proses implementasi *marketing* sekolah, SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang sedikit mengalami kesulitan. Jika dianalisa dari hasil data penelitian dalam pelaksanaan implementasi *marketing* sekolah masih banyak kekurangan dan belum maksimal dikarenakan beberapa hal seperti pendanaan dan keahlian. Namun demikian karena implemenatasi manajmemn *marketing* sekolah dirasa sangat penting maka SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang ini tetap melaksanakan impelementasi manajemen *marketing* sekolah.

Adapun proses implementasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang yaitu dengan cara di semester genap menjelang kenaikan kelas, kepala sekolah memberikan arahan kepada guru untuk mempromosikan sekolah dengan harapan guru dapat merekrut calon siswa baru, langkah selanjutnya melakukan sosialisasi di SMP/MTs yang berada di sekitar lingkungan sekolah, sosialisasi kepada masyarakat, dengan membagikan brosur dan menjelaskan tentang sekolah SMA Miftahussalam Kabupaaten Tangerang, serta memasang pamflet di tempat-tampat umum, ramai, dan sering dilewati oleh khalayak ramai dan karena mengingat perkembangan teknologi maka kami memasarkan sekolah melalui media seperti internet.

3. Faktor-Faktor yang Menjadi Penghambat Dalam Implementasi Manajemen *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Hambatan sering sekali dialami setiap lembaga maupun organisasi ketika melaksanakan sebuah program dan kegiatan. SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang juga merasakan hambatan-hambatan yang sering membuat sebuah perencanaan gagal dan membuat sebuah pelaksanaan menjadi terhambat. Adapun faktor yang menjadi penghambat dalam implementasi manajemen marketing sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang adalah:

a. Faktor Internal Sekolah

- 1) Kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang membantu dalam proses pemasaran, karena memang SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang ini baru berdiri tahun 2016, menurut sumber data jumlah guru beserta kepala sekolah hanya terdiri dari 11 orang.
- 2) Tenaga pendidik belum semuanya berkualifikasi pendidikan sarjana (S1). Dari 11 guru hanya ada sekitar 5 orang saja yang sudah sarjana, adapun yang lainnya itu masih dalam proses sarjana.
- 3) Sekolah belum mempunyai tim khusus untuk memasarkan dikarenakan kurangnya sumber daya manusia, meskipun perencanaan dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah

sudah sangat baik tetapi untuk tim khusus pemasaran itu belum tercipta, dikarenakan kurangnya sumber daya manusia. Jadi pemasaran dilakukan oleh semua personal guru SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang.

- 4) Kondisi objektif dibeberapa bagian sekolah masih kurang (fasilitas, pendanaan, sarana yang masih kurang)
- 5) Personalia guru belum menggunakan tekhnologi secara maksimal.

b. Faktor Eksternal Sekolah

- 1) Daya saing yang sangat ketat seperti SMA Negeri lebih diminati oleh masyarakat sekitar. Menurut sumber data bahwa mayoritas masyarakat di sekitar sekolah lebih memilih untuk memasukan anaknya ke sekolah negeri, karena sekolah negeri dianggap lebih unggul dibandingkan sebuah yayasan.
- 2) Banyaknya sekolah-sekolah negeri maupun swasta favorit di sekitar lingkungan sekolah. Selain sekolah negeri yang menjadi tujuan masyarakat sekitar sekolah, terdapat juga sekolah- sekolah swasta yang sudah sangat lama berdiri dan menjadi favorit.
- 3) Pandangan konsumen dilihat dari kebutuhan pendidikan islam yang masih rendah. Menurut sumber data, masyarakat di sekitar sekolah lebih memprioritaskan pendidikan umum, meskipun ada beberapa masyarakat juga yang paham betapa pentingnya pendidikan agama islam.

- 4) Persepsi masyarakat terhadap citra (*image*) SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang masih negatif. Hal ini disebabkan karena SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang baru berdiri di tahun 2016, sehingga lembaga ini baru meluluskan satu periode, sehingga hal yang wajar jika citra (*image*) di masyarakat masih kurang.

4. Strategi *Marketing* Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Setelah melaksanakan perencanaan yang kemudian implementasi manajemen *marketing* sekolah serta telah mengetahui faktor penghambat dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah maka SMA Miftahussalam membuat beberapa strategi. Memiliki strategi itu penting dalam setiap program yang akan dilaksanakan. Adapun SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang, lembaga ini pun memiliki beberapa strategi *marketing* sekolah diantaranya:

- a) produk, dalam hal produk di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang berusaha untuk meluluskan siswa yang unggul baik dalam bidang intrakurikuler, ekstrakurikuler dan keagamaan dalam bidang instrakulikuler kami mengandalkan guru yang profesional dalam mengantarkan ilmu kepada peserta didik sesuai bidangnya, sedangkan dalam bidang ekstrakurikuler SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang membekali siswa dengan ekstrakurikuler yang dapat dipilih siswa sesuai dengan hobi dan bakat siswa, sedangkan dalam bidang

keagamaan SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang membekali siswa dengan kegiatan keagamaan seperti:menghafal ayat Al-Qur'an, sholat lima waktu berjama'ah, tadarus dan lain-lain.

- b) *Place*, SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang memiliki lokasi yang strategis banyak kendaraan umum yang melewati sekolah ini, tidak ada kemacetan, lingkungan belajar yang kondusif dan lahan parkir yang luas.
- c) *Promotion*, promosi ini terdiri dari informasi melalui peorangan, melalui tanya jawab misalnya ketika ada seseorang yang bertanya tentang sekolah maka SMA Miftahussalam akan memberikan informasi yang akurat terkait kegiatan dan program serta kualitas, membuat brosur yang kemudian disebar luaskan kepada masyarakat dan sekolah-sekolah , membuat pamflet yang kemudian pamflet ini dipasang diberbagai tempat khususnya tempat-tempat umum yang sring dilewati oleh masyarakat ramai, menyelenggarakan *Open House/Open Day* yang membolehkan calon siswa serta orang tuanya untuk datang dan melihat-lihat lingkungan sekolah, *open house* ini ditujukan agar calon siswa mengetahui dengan detail lingkungan SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang dan internet, meskipun promosi melalui internet belum besar-besaran tapi SMA Miftahussalam tetap menggunakan internet sebagai alat untuk promosi, di internet masyarakat akan dapat melihat gambaran secara umum tentang profil sekolah.

5. Cara Mengatasi Masalah dalam Manajemen Marketing Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Memiliki hambatan dalam setiap pelaksanaan program merupakan hal yang wajar dan sering kali dirasakan oleh setiap pemilik program, maka disetiap hambatan seharusnya sudah merencanakan pula solusi atau cara untuk mengatasi masalah tersebut.

SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang merupakan salah satu sekolah yang kerap sekali merasakan hambatan, kesulitan di dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah, namun setelah mengetahui hambatan atau kesulitan maka sekolah ini memiliki beberapa cara untuk menghadapi masalah yang sering dihadapi dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah.

Adapun cara mengatasi masalah dalam implemenasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang sebagai berikut:

a. Mengatasi masalah implementasi manajemen marketing sekolah di lingkungan internal

1) Memperbaiki dan membangun sarana prasana yang kurang lengkap.

Karena sarana prasarana ini menjadi hambatan dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah, maka sedikit demi sedikit SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang berusaha untuk melengkapi

sarana prasarana yang dianggap masih kurang. Seperti lab komputer, lab bahasa, toilet, serta ruang belajar.

- 2) Memiliki tenaga pendidik/guru dan tenaga kependidikan /staff serta SDM berkualitas, handal dan profesional
- 3) Menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman. Seperti memiliki satpam serta memasang cctv di tempat-tempat tertentu misalnya parkir di depan ruang kelas agar lebih aman.
- 4) Memperbaharui pembuatan brosur dan pamflet, biasanya untuk brosur dan pamflet setiap tahunnya tidak berbeda, namun untuk tahun berikutnya SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang akan mendesain brosur dan pamflet sebagus mungkin dengan warna-warna yang bisa menjadikan pusat perhatian. Tujuannya agar masyarakat bisa tertarik untuk membaca brosur dan melihat pamflet tersebut.
- 5) Menciptakan program-program unggulan yang berbeda. Selain pengembangan bahasa arab dan inggris, SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang juga memiliki program unggulan seperti tahfidz Qur'an
- 6) Membuat tim khusus untuk marketing sekolah. Agar proses pemasaran lebih kondusif dan berjalan dengan efektif dan efisien maka perlunya tim khusus untuk memasarkan sekolah.

- b. Mengatasi masalah implementasi manajemen marketing sekolah di lingkungan eksternal
- 1) Meningkatkan citra baik sekolah dimata msyarakat melalui mengikuti berbagai bidang perlombaan dan menjuarainya.
 - 2) Memiliki alumni/lulusan yang berkualitas. Karena masyrakat akan melihat output yang dihasilkan oleh sekolah, maka SMA Miftahussalam berusaha menciptakan lulusan yang bagus dan berkualitas.
6. Hasil yang diperoleh Dengan Implementasi Manajemen Marketing Sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang

Ketika ada perencanaan akan ada pelaksanaan yang mana di dalamnya akan ada hambatan dan kesulitan yang akan dihadapi. Ketika lembaga menghadapi beberapa problematika dalam implementasi manajemen *marketing* sekolah maka kemudian akan muncul beberapa solusi atau cara untuk meminimalisir hambatan dan kesulitan tersebut. Kemudian ketika semuanya berjalan dengan berkesinambungan maka di akhir akan menemukan sebuah hasil.

Adapun hasil yang diperoleh dari implmentasi manajemen *marketing* sekolah di SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang jika dianalisa melalui data yang sudah ada adalah cukup bagus karena dengan adanya manajemen *marketing* sekolah SMA Miftahussalam Kabupaten Tangerang mengalami peningkatan jumlah siswa per tahun, meskipun

dalam pelaksanaannya yang kurang maksimal, hal ini dipicu oleh adanya kendala yang menghambat proses pelaksanaan baik dari segi dana maupun sumber daya manusia, serta ketidakmaksimalan ini terjadi karena kurang personal sekolah belum memahami betul bagaimana implementasi manajemen marketing yang baik beserta strateginya.