



PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 2 MUARA WAHAU

Heri Hermanto¹, Mahfud Ifendi²

^{1,2}MPI STAI Sangatta Kutai Timur, Indonesia

Email : Herryabc788@gmail.com¹, Mahfudzifindi@gmail.com²

Article Info

Received	Accepted	Published
18 Mei 2024	26 Mei 2024	31 Mei 2024

Keywords:

Role
Head Master
Marketing Educational Services

ABSTRACT

Education is seen as a tactical instrument to improve people's standard of living. Leadership is an important component in the management of educational institutions because it produces human resources through internal education who are ready and competent to compete in both local and global contexts. Therefore, to meet society's increasing demands, educators must actively present themselves as qualified professionals. One of them is that the school principal in carrying out his function is managing the marketing activities of educational services for educational institutions by using good strategies to convince stakeholders and the community or customers. The approach used in this research is a qualitative approach with a case study type of research, in which the author investigates and understands directly what happens in the field. The data collection techniques used by the author are observation, interviews, and documentation. This research was conducted at SMA Negeri 2 Muara Wahau. The data analysis technique used by the author was the Miles & Huberman model starting from data reduction, data display, and drawing conclusions and verification. The results of this research are the principal at SMA Negeri 2 Muara Wahau's improvement of marketing educational services using three stages. The first is to analyze the strategy, this is done by first identifying the market with market segmentation, market targeting, and market positioning. Next, the school principal plans using a marketing mix approach, and the last is implementing the existing plan, namely offering good products, effective and efficient promotions, qualified and competent teaching staff, and adequate infrastructure.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Peran
Kepala Sekolah
Pemasaran Jasa Pendidikan

Pendidikan dipandang sebagai instrumen taktis untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kepemimpinan merupakan komponen penting dalam pengelolaan lembaga pendidikan karena menghasilkan sumber daya manusia melalui pendidikan internal yang siap dan kompeten bersaing baik dalam konteks lokal maupun global. Oleh karena itu, untuk memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin meningkat, pendidik perlu berperan aktif dan menampilkan diri sebagai tenaga profesional yang berkualitas. Salah satunya adalah kepala sekolah

dalam menjalankan fungsinya tersebut adalah mengelola kegiatan pemasaran jasa pendidikan untuk lembaga pendidikan dengan menggunakan strategi yang baik agar mampu meyakinkan stakeholder dan masyarakat atau pelanggan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, yang mana penulis menyelidiki dan memahami langsung apa yang terjadi di lapangan. Teknik pengambilan data yang digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 2 Muara Wahau dimana teknik analisis data yang digunakan penulis adalah model Miles & Huberman mulai dari kodensasi data, display data, dan penggambaran dan penarikan kesimpulan. Untuk hasil dari penelitian ini adalah Kepala sekolah di SMA Negeri 2 Muara Wahau bereperan dalam meningkatkan pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan tiga tahap. Yang pertama adalah dengan menganalisis strategi, hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi pasar terlebih dahulu dengan segmentasi pasar, targeting pasar dan positioning pasar. Selanjutnya kepala sekolah melakukan perencanaan dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran, dan yang terakhir adalah pengimplementasian rencana yang sudah ada, yaitu menawarkan produk yang baik, promosi yang efektif dan efisien, tenaga pengajar yang berkualitas dan kompeten, dan sarana prasarana yang mumpuni.

Copyright and License:

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



1. PENDAHULUAN

Pendidikan dipandang sebagai instrumen taktis untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Menjadi intelektual, memiliki kemampuan atau keterampilan, mempertahankan pandangan optimis, dan menjalani kehidupan yang memuaskan melalui pendidikan semuanya dapat membantu manusia berintegrasi secara efektif ke dalam masyarakat. Berinvestasi dalam pendidikan menghasilkan manfaat sosial dan pribadi yang mengangkat derajat individu dan memberi mereka rasa bermartabat. Tujuan dari pendidikan yaitu agar tercipta peningkatan kualitas hidup baik secara individualis maupun berkelompok. Dalam hal ini, semua orang terpelajar menginginkan pandangan hidup yang positif, perubahan nilai-nilai, dan standar hidup yang lebih tinggi.¹ Pendidikan sangat berperan dalam membentuk baik atau buruknya pribadi manusia menurut ukuran dan normatif.²

Kepala sekolah adalah salah satu komponen pendidikan yang paling berperan dalam meningkatkan kualitas pendidikan.³ Kepala sekolah diharapkan dapat memotivasi guru agar aktif bekerja menurut prosedur dan metode tertentu sehingga tugas yang diembannya

¹ Juni Mahanis dan Nurhikmah, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Pemasaran Jasa Pendidikan," *Tadribuna: Journal of Islamic Management Education* 2 (2022).

² Sirajul Munir, "KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SMP N 1 INDRA JAYA KAB. ACEH JAYA" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM - BANDA ACEH, 2022).

³ Fathorrozi dan Abd. Muhith, "PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PELAKSANAAN MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DASAR DI JEMBER JAWA TIMUR," *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management* 3 (2021).

terlaksana dengan efektif dan efisien.⁴ Kepala madrasah merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi gagal atau berhasilnya sebuah lembaga.⁵

Kepemimpinan merupakan komponen penting dalam pengelolaan lembaga pendidikan karena menghasilkan sumber daya manusia melalui pendidikan internal yang siap dan kompeten bersaing baik dalam konteks lokal maupun global. Kepala sekolah adalah pemimpin pendidikan dalam situasi ini, sebagai pemegang kebijakan memegang kekuasaan untuk menentukan masa depan sekolah. Di sini seorang pemimpin harus memiliki strategi-strategi dalam melakukan pemasaran.⁶ Hubungan antarmanusia berperan dalam kepemimpinan; khususnya, hubungan antara otoritas pemimpin dan kepatuhan pengikut secara signifikan, yang mana kewibawaan seorang pemimpin menjadi pengaruhnya. Kekuatan seorang pemimpin berdampak pada pengikutnya, dan sebagai hasilnya, rasa loyalitas alami terhadap pemimpin berkembang.⁷

Kepemimpinan juga berdampak pada kualitas pendidikan. Alat paling mendasar yang dimiliki organisasi untuk mencapai tujuannya adalah kepemimpinan. Jika kepala sekolah mampu menduduki jabatan kepala sekolah dan memikul tanggung jawab memimpin sekolah, maka ia akan berhasil sebagai pemimpin karena ia akan memahami sekolah sebagai organisasi yang kompleks.⁸

Saat ini, bisnis yang berorientasi pada keuntungan bukan satu-satunya yang mengendalikan operasi pemasaran (pendapatan dalam bentuk uang). Saat ini, inisiatif pemasaran sering dilaksanakan oleh semua organisasi profesi, termasuk organisasi pendidikan. Karena lembaga pendidikan adalah organisasi nirlaba, maka secara alami mereka berbeda dengan lembaga korporasi yang berorientasi pada keuntungan dalam hal strategi pemasarannya secara keseluruhan.⁹

Pemasaran merupakan sebuah istilah yang baru dalam dunia pendidikan yang di mana bila berbicara tentang pemasaran merujuk pada sebuah perusahaan yang berorientasi pada profit, namun kini istilah pemasaran dipakai dalam dunia pendidikan karena dipandang perlu dan penting untuk kemajuan dunia pendidikan itu sendiri.¹⁰ Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.¹¹ Pemasaran pada awalnya hanya ada dalam dunia industri atau perusahaan-

⁴ Al-Ghiffari, "PERANAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 1 KASIMBAR" (UIN Datokarama Palu, 2023).

⁵ Abdurahman Soleh, "MANAJEMEN STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMPROMOSIKAN MADRASAH TSANAWIYAH KHOLID BIN WALID DUKUHMENCEK SUKORAMBI JEMBER" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER, 2022).

⁶ Ishabka, "KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 04 BLANGPIDIE KAB. ACEH BARAT DAYA" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSALAM - BANDA ACEH, 2019).

⁷ SYUBBANUL AKHYARIL ALIYA, "IMPLEMENTASI KEPEMIMPINAN KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN PROFESIONALISME GURU DI MTS ISTIQOMAH SRI GUNTING" (Medan, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN, 2018).

⁸ Suprapti, "IMPLEMENTASI KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI GURU SD NEGERI SE KECAMATAN MERGANGSAN YOGYAKARTA," *Journal UNY*, 2023.

⁹ aRIS Nurbawani, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subuluh Huda)," *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 2 (2021).

¹⁰ M Yusrizal, "STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN MUHAMMADIYAH 1 PRINGSEWU" (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2021).

¹¹ Falahiyah Falahiyah, E. Syarifudin, dan Hanafi Hanafi, "Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota Tangerang," *Journal on Education* 6, no. 1 (24 Mei 2023): 571–79, <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.2968>.

perusahaan akan tetapi dimasa sekarang semakin disadari akan pentingnya adanya pemasaran di dalam pengelolaan lembaga penghasil jasa / lembaga non profit salah satunya adalah sekolah.¹² Tujuan pemasaran adalah untuk mendamaikan kesamaan antara produk yang ingin dibeli oleh pelanggan potensial dan apa yang dijual oleh organisasi.¹³

Menurut Sardiman (2005: 125), upaya pengembangan sumber daya manusia masa depan di bidang pendidikan antara lain bergantung pada kualitas stakeholder yang ada di lembaga pendidikan, mulai dari para kepala sekolah dan para guru atau pendidik. Oleh sebab itu, untuk memenuhi tuntutan masyarakat yang semakin meningkat, pendidik perlu berperan aktif dan menampilkan diri sebagai tenaga profesional yang berkualitas. Dalam hal ini, instruktur berperan sebagai mentor yang memberikan arahan dan bimbingan kepada siswa dalam pembelajarannya selain sebagai guru dan pendidik berbasis nilai.¹⁴

Jabatan kepemimpinan di sekolah atau yang biasa disebut kepala sekolah termasuk salah satu dari sekian jabatan yang paling sulit untuk diisi dalam suatu lingkungan lembaga pendidikan karena tanggung jawabnya yang memerlukan banyak perbaikan. Selain beratnya tugas dan kewajiban yang harus diemban sebagai seorang pemimpin, kepala sekolah juga harus memiliki banyak kompetensi misalnya kompetensi manajerial, social, kepribadian, kewirausahaan dan supervisi.¹⁵ Kemampuan atau keterampilan yang dimaksud adalah kompetensi. Istilah "kompetensi" mengacu pada satu atribut yang mencirikan kualifikasi atau bakat seseorang, yang mencakup kemampuan atau keterampilan kualitatif dan kuantitatif.¹⁶ Mengelola pemasaran jasa pendidikan bagi lembaga pendidikan dengan menggunakan taktik yang efektif merupakan salah satu tugas kepala sekolah dalam melaksanakan tanggung jawab tersebut. hal ini bertujuan untuk meyakinkan stakeholder dan masyarakat atau pelanggan.¹⁷

Peserta didik, orang tua, dan masyarakat adalah konsumen yang bebas menentukan pilihannya dalam memilih sebuah lembaga yang menjamin masa depan anak-anaknya.¹⁸ Sekolah sebagai lembaga pendidikan perlu memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan kolaborasi antara bakat siswa, partisipasi orang tua, dan fungsi sekolah, guna menghasilkan hasil pendidikan yang unggul.¹⁹ Sekolah merupakan lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan.²⁰

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada implimentasi kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau dalam meningkatkan pemasaran jasa pendidikan di lembaganya. Hal ini

¹² Miftahul Huda, "PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 202," 2021.

¹³ Vina Nazilatul Fadlillah dkk., "Manajemen Promosi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Siswa melalui Media Sosial 4.0 TK ABA 01," *Pedagogika: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan* 2, no. 1 (29 Mei 2022): 19–30, <https://doi.org/10.57251/ped.v2i1.332>.

¹⁴ KUSEN dkk., "STRATEGI KEPALA SEKOLAH DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PENINGKATAN KOMPETENSI GURU," *JURNAL IDAARAH* 3 (2019).

¹⁵ Mahfud Ifendi, "Kompetensi Manajerial Mahasiswa Prodi MPI STAI Sangatta Kutai Timur Dalam Pengenalan Lapangan Pendidikan," *JURNAL TARBAWI STAI AL FITHRAH* Volume 9, no. Nomor 1 (2020): 39–58.

¹⁶ Ajang Supriatna, "Implementasi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Peningkatan Prestasi Belajar Peserta Didik Melalui Sistem Boarding School," *Indonesian Journal of Education Management and Administration Review* 3 (2019).

¹⁷ Juni Mahanis dan Nurhikmah, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Pemasraan Jasa Pendidikan."

¹⁸ Faizatun Nisa' dan Ahmad Musaddad, "Strategi Kepala Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik," *Edukais: Jurnal Pemikiran Keislaman* 5, no. 2 (2021): 111–20.

¹⁹ Lukmanul Hakim Ramdhani, Sya'roni Ma'shum, dan Saprialman, "Upaya Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Bersekolah Bagi Calon Peserta Didik Baru Di SMP IT Al-Ridwan," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 177–86.

²⁰ Irwan Fathurrochman, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Minat Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Bangka Tengah," 2022.

dapat dilihat dari observasi yang telah dilakukan oleh penulis, peran kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau dalam memasarkan lembaga pendidikannya cukup baik. Hal ini terlihat dari sejumlah program yang berjalan dan sangat efisien. Selain itu, ada beberapa hal yang tidak berjalan sesuai rencana.

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati.²¹ Teknik pengambilan data yang digunakan oleh penulis adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini dilakukan di salah satu lembaga pendidikan yang ada di Kab. Kutai Timur yaitu SMAN 2 Muara Wahau yang beralamat di Jl. Lais Wana Sari, Kec. Muara Wahau, Kab. Kutai Timur, Kalimantan Timur. Untuk teknik analisis data yang digunakan penulis adalah model Miles & Huberman mulai dari kondensasi data, display data, dan penggambaran dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh penulis di SMAN 02 Muara Wahau. Penulis mendapatkan informasi terkait peran kepala sekolah dalam meningkatkan pemasaran jasa pendidikan yang ada di SMAN 02 Muara Wahau. Informasi tersebut didapatkan melalui proses wawancara terhadap bapak Budiono S.Pd selaku kepala sekolah SMAN 02 Muara Wahau dan tiga guru lainnya, yaitu bapak Ja'far Septi Widodo S.Pd, bapak Agus Riyanto S.Pd dan ibu Nia Mey Wulandari S.Pd.

3.1. Implementasi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Pemasaran Jasa Pendidikan di SMAN 2 Muara Wahau

Kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau mempunyai peran yang sangat penting dalam setiap keputusan yang diterapkan di lembaga pendidikan yang dikelolanya, termasuk juga dalam meningkatkan pemasaran jasa pendidikan. Oleh karena itu, implementasi ataupun strategi yang diambil harus relevan dengan keadaan sekolah dan juga lingkungan masyarakat sekitar guna meningkatkan kualitas dan kuantitas sekolah. Hal ini dapat dilihat dari naik turunnya kauntitas penerimaan siswa baru di SMAN 2 Muara Wahau, terlebih lagi di masa pandemi yang menyebabkan penurunan yang cukup signifikan. Untuk itu, diperlukan analisis terkait pemasaran yang dilakukan oleh SMAN 2 Muara Wahau.

1. Analisis Strategis

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, disimpulkan bahwa kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau sebelum menentukan pendekatan atau pemilihan strategi yang akan diterapkan terlebih dahulu melakukan segmentasi, targetting, dan positioning. Ada beragam pembeli di pasar, masing-masing dengan kebutuhan, preferensi, situasi keuangan, lokasi, dan kebiasaan membeli yang unik.²² Oleh karena itu, segmentasi pasar sangat diperlukan dalam pemasaran jasa pendidikan. Segmentasi pasar yang menjadi pertimbangan kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau adalah mengutamakan lulusan MTS daripada SMP, hal ini dikarenakan orientasi para peserta didik yang sama, yaitu mengimbangi kehidupan dengan belajar agama. Keputusan yang diambil kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau dapat memudahkan lembaga dalam

²¹ Taylor, Bogdan, dan DeVault, *Introduction to Qualitative Research Methods A Guidebook and Resource*.

²² M. Dayat, "STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALAM MEREBUT CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN," *Jurnal Mu'allim* 1 (2019).

menerima peserta didik baru. Segmentasi pasar kedua yang ada di SMAN 2 Muara Wahau adalah lingkungan sekitar yang tidak jauh dari sekolah, hal ini bertujuan agar peserta didik dapat menghemat waktu perjalanan ke sekolah. Selanjutnya segmentasi yang terakhir adalah membidik peserta didik yang berprestasi dalam bidang akademik dan non akademik.

Setelah menentukan segmentasi pasar, SMAN 2 Muara Wahau melalui kebijakan yang diambil kepala sekolah menentukan *targeting* yaitu dengan para alumni yang mempunyai anak ataupun sanak family yang sudah lulus MTS ataupun SMP. Keputusan ini diambil oleh kepala sekolah agar promosi yang dilakukan lebih efisien dan efektif. Dari sudut pandang alternatif, sasaran kepala sekolah terhadap sektor alumni SMAN 2 Muara Wahau adalah bagian dari strategi integrasi masa depan yang dimaksudkan untuk mengambil kendali saluran distribusi.

SMAN 2 Muara Wahau dalam hal *positioning* memposisikan layanan lembaga pendidikannya di bidang akademisi, hal ini sesuai dengan segmentasi yang sudah dijelaskan oleh penulis di atas, yaitu membidik peserta didik yang berprestasi dalam bidang akademik dan non akademik.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Syafi'ur Rahman (2015) menjelaskan bahwa implementasi pemasaran di MAN 3 Kota Cirebon dilakukan dalam dua kegiatan utama yaitu merumuskan strategi dan taktik pemasaran. Merumuskan strategi persaingan diwujudkan dengan cara mengidentifikasi segmentasi pasar, *targeting* dan *positioning*. Sedangkan merumuskan taktik pemasaran diwujudkan dengan menerapkan bauran pemasaran.²³

2. Pilihan strategis

Setelah melakukan analisis strategis, kepala sekolah menentukan perencanaan terkait pemasaran jasa pendidikan yang disusun berdasarkan kondisi dan keadaan yang sesungguhnya di lapangan. Dari hasil wawancara yang dilakukan penulis, pemilihan strategi yang ada di SMA Negeri 2 Muara Wahau adalah dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang diterapkan disini tidak sepenuhnya dilakukan semua, ahanya beberapa saja sesuai dengan informasi yang didapatkan penulis di lapangan. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh Nurbawani (2016) di SMK BP Subulul Huda bahwa bauran pemasaran diwujudkan dengan menghasilkan produk-produk yang berkualitas, menonjolkan letak geografis SMK BP Subulul Huda yang sangat strategis, menentukan harga yang bersaing dengan lembaga pendidikan lain, dan juga melaksanakan promosi.²⁴

3. Pelaksanaan strategis

Adapun implementasi yang dilakukan kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau dalam meningkatkan pemasaran jasa pendidikan dengan beberapa bauran pemasaran sebagai berikut:

a. Produk

Produk yang ditawarkan oleh SMAN 2 Muara Wahau adalah Terwujudnya madrasah unggul yang mampu menghasilkan peserta didik yang beriman, bertakwa, cerdas, mandiri serta mempunyai wawasan lingkungan yang baik.

b. Promosi

Adapun promosi yang dilakukan adalah dengan sosial media yang ada, baik itu WhattsApp, Instagram, Facebook dan Youtube. Promosi dengan metode ini menurut kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau cukup efektif dan efisien. Serta hemat biaya

²³ Syafi'ur Rahman, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Dalam Meningkatkan Kompetensi Lulusan (Studi Analisis di MAN 3 Kota Cirebon)" (UIN Sunan Kalijaga, 2015), https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/17534/2/1320411224_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf.

²⁴ Nurbawani, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)."

dan juga tenaga. Hal ini sebagaimana yang dilaksanakan SMK Keperawatan Singa Geweh Sangatta bahwa dalam rangka menunjukkan eksistensi sekolah di dunia digital, sekolah tersebut memaksimalkan media social yang dimiliki sekolah untuk menyebarkan semua informasi secara online.²⁵ Dari sini peran hubungan masyarakat antara sekolah dengan masyarakat di sekitar menjadi penting untuk dijaga. Yakni dengan cara melakukan komunikasi yang efektif melalui media social yang dimiliki oleh sekolah.²⁶

c. *Poeple*

Tenaga pengajar yang ada di SMAN 2 Muara Wahau mempunyai kompetensi yang mumpuni, hal ini dikarenakan dalam proses seleksi ada tahapan yang harus dilewati para calon tenaga pengajar, mulai dari persyaratan, seleksi berkas dan juga tes kemampuan.

d. *Sarana prasarana*

Untuk sarana dan prasarana yang ada di SMAN 2 Muara Wahau cukup lengkap dan baik, mulai 10 kamar mandi yang bersih dan nyaman, kantin dan koperasi yang cukup lengkap, musholla yang luas sehingga memudahkan para siswa untuk beribadah. Selain itu, ada juga perpustakaan sekolah yang koleksi bukunya cukup lengkap, lapangan serbaguna yang bisa digunakan untuk olahraga maupun acara outdoor, ada juga aula yang dapat menampung 100 orang lebih, dan yang terakhir adalah ruangan kesehatan yang cukup lengkap.

Sejalan dengan penelitian Fadlilah dan Masfiah (2021) menyatakan bahwa produk yang ditawarkan oleh TK Al Huda adalah sekolah berbasis keagamaan Islam dan peduli lingkungan dengan program unggulan sampah berkah. Kegiatan promosi dilakukan dengan media cetak, online, hingga terjun ke lapangan. SDM yang dimiliki berkualitas dan terus berupaya melakukan pengembangan. Bukti fisik TK Al Huda memiliki sarana prasarana yang baik dan terus diperbarui.²⁷ Karena dari terpenuhinya saran dan prasarana yang memadai di sekolah, hal ini dapat mempengaruhi kinerja tenaga pendidik serta kenyamanan dalam proses pembelajaran.²⁸

4. KESIMPULAN

Kepala sekolah SMAN 2 Muara Wahau dalam meningkatkan pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan tiga tahap. Yang pertama adalah dengan menganalisis strategi, hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi pasar terlebih dahulu dengan segmentasi pasar, targeting pasar dan positioning pasar. Selanjutnya kepala sekolah melakukan perencanaan dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran, dan yang terakhir adalah pengimplentasian rencana yang sudah ada, yaitu menawarkan produk yang baik, promosi yang efektif dan efisien, tenaga pengajar yang berkualitas dan kompeten, dan sarana prasaran yang mumpuni.

²⁵ Ratih Fatonah and Mahfud Ifendi, "Strategi Perumusan Misi Jasa Pendidikan Di Era Digital," *Al Amiyah : Jurnal Ilmiah Multidisplin* 01, no. 01 (2024): 51–64.

²⁶ Mardiyah Mardiyah et al., "PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA PENCITRAAN LEMBAGA PENDIDIKAN," *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 01, no. 02 (2023).

²⁷ Azizah Nurul Fadlilah dan Saidah Masfiah, "IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI TK AL HUDA KOTA MALANG," *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 1 (12 Maret 2021): 94–127, <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v5i1.575>.

²⁸ Nur Muhabibudin, "KONTRIBUSI SARANA PRASARANA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA DOSEN DI STAIS DAN STIPER," *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 01, no. 02 (2023).

REFERENCES

- Aditia Fradito, Suti'ah, dan Mulyadi. "STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH." *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10 (2020).
- Afidatun Khasanah. "PEMASARAN JASA PENDIDIKAN SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN MUTU DI SD ALAM BATURRADEN." *El-Tarbawi: jurnal pendidikan Islam* 9 (2015).
- Ajang Supriatna. "Implementasi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Peningkatan Prestasi Belajar Peserta Didik Melalui Sistem Boarding School." *Indonesian Journal of Education Management and Administration Review* 3 (2019).
- Al-Ghiffari. "PERANAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA NEGERI 1 KASIMBAR." UIN Datokarama Palu, 2023.
- ALIYA, SYUBBANUL AKHYARIL. "IMPLEMENTASI KEPEMIMPINAN KEPALA MADRASAH DALAM MENINGKATKAN PROFESIONALISME GURU DI MTS ISTIQOMAH SRI GUNTING." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN, 2018.
- Fadlilah, Azizah Nurul, dan Saidah Masfiah. "IMPLEMENTASI STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI TK AL HUDA KOTA MALANG." *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 1 (12 Maret 2021): 94–127. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v5i1.575>.
- Falahiyah, Falahiyah, E. Syarifudin, dan Hanafi Hanafi. "Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota Tangerang." *Journal on Education* 6, no. 1 (24 Mei 2023): 571–79. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.2968>.
- Fatonah, Ratih, and Mahfud Ifendi. "Strategi Perumusan Misi Jasa Pendidikan Di Era Digital." *Al Amiyah : Jurnal Ilmiah Multidisplin* 01, no. 01 (2024): 51–64.
- Ifendi, Mahfud. "Kompetensi Manajerial Mahasiswa Prodi MPI STAI Sangatta Kutai Timur Dalam Pengenalan Lapangan Pendidikan." *JURNAL TARBAWI STAI AL FITHRAH* Volume 9, no. Nomor 1 (2020): 39–58.
- Mardiyah, Mardiyah, Muhammad Ibnu Faruq Fauzi, Hasriyah F, Natasya Humaira, and Abida Kisman. "PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA PENCITRAAN LEMBAGA PENDIDIKAN." *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 01, no. 02 (2023).
- Muhabibudin, Nur. "KONTRIBUSI SARANA PRASARANA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA DOSEN DI STAIS DAN STIPER." *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 01, no. 02 (2023).
- Fathorrozi dan Abd. Muhith. "PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PELAKSANAAN MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DASAR DI JEMBER JAWA TIMUR." *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management* 3 (2021).
- Fathurrochman, Irwan. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Minat Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri Insan Cendekia Bangka Tengah," 2022.
- Huda, Miftahul. "PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN PENDIDIKAN SMP NU AL ISLAMI PESANGGARAN BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 202," 2021.
- Ifendi, Mahfud. "Kompetensi Manajerial Mahasiswa Prodi MPI STAI Sangatta Kutai Timur Dalam Pengenalan Lapangan Pendidikan." *JURNAL TARBAWI STAI AL FITHRAH* Volume 9, no. Nomor 1 (2020): 39–58.

- Imam Turmudzi. "Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 2 (2017).
- Ishabka. "KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 04 BLANGPIDIE KAB. ACEH BARAT DAYA." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSALAM - BANDA ACEH, 2019.
- Juni Mahanis dan Nurhikmah. "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Pemasraan Jasa Pendidikan." *Tadribuna: Journal of Islamic Management Education* 2 (2022).
- KUSEN, RAHMAD HIDAYAT, IRWAN FATHURROCHMAN, dan HAMENGKUBUWONO. "STRATEGI KEPALA SEKOLAH DAN IMPLEMENTASINYA DALAM PENINGKATAN KOMPETENSI GURU." *JURNAL IDAARAH* 3 (2019).
- Mardiyah, Mardiyah, Muhammad Ibnu Faruq Fauzi, Hasriyah F, Natasya Humaira, and Abida Kisman. "PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA PENCITRAAN LEMBAGA PENDIDIKAN." *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 01, no. 02 (2023).
- M. Dayat. "STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALAM MEREBut CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN." *Jurnal Mu'allim* 1 (2019).
- Muhabibudin, Nur. "KONTRIBUSI SARANA PRASARANA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA DOSEN DI STAIS DAN STIPER." *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 01, no. 02 (2023).
- Munir, Sirajul. "KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SMP N 1 INDRA JAYA KAB. ACEH JAYA." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY DARUSSALAM - BANDA ACEH, 2022.
- Nisa', Faizatul, dan Ahmad Musaddad. "Strategi Kepala Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik." *Edukais: Jurnal Pemikiran Keislaman* 5, no. 2 (2021): 111–20.
- Nurbawani, aRIS. "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)." *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 2 (2021).
- Rahman, Syafi'ur. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Dalam Meningkatkan Kompetensi Lulusan (Studi Analisis di MAN 3 Kota Cirebon)." UIN Sunan Kalijaga, 2015. https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/17534/2/1320411224_bab-i_iv-atau-v_daftar-pustaka.pdf.
- Ramdhani, Lukmanul Hakim, Sya'roni Ma'shum, dan Saprialman. "Upaya Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Bersekolah Bagi Calon Peserta Didik Baru Di SMP IT Al-Ridwan." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 3, no. 4 (2023): 177–86.
- Soleh, Abdurahman. "MANAJEMEN STRATEGI KEPALA MADRASAH DALAM MEMPROMOSIKAN MADRASAH TSANAWIYAH KHOLID BIN WALID DUKUHMENCEK SUKORAMBI JEMBER." UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER, 2022.
- Suprapti. "IMPLEMENTASI KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI GURU SD NEGERI SE KECAMATAN MERGANGSAN YOGYAKARTA." *Journal UNY*, 2023.
- Taylor, Steven J, Robert Bogdan, dan Marjorie L DeVault. *Introduction to Qualitative Research Methods A Guidebook and Resource*. New Jersey: Simultaneously, 2016.
- Vina Nazilatul Fadlillah, Vina Nazilatul Fadlillah, Nur Eka Oktafia, dan Lita Latiana. "Manajemen Promosi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Siswa melalui Media Sosial 4.0 TK ABA 01." *Pedagogika: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan* 2, no. 1

(29 Mei 2022): 19–30. <https://doi.org/10.57251/ped.v2i1.332>.

Yusrizal, M. “STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN MUHAMMADIYAH 1 PRINGSEWU.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2021.