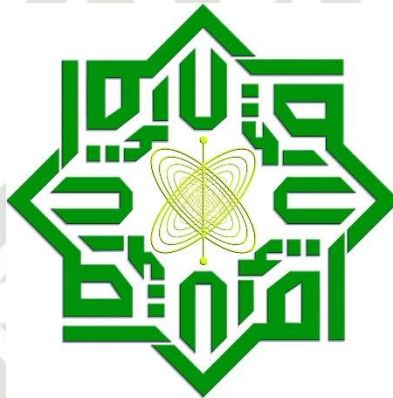


MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI 5 SINGINGI HILIR

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana S1
pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Disusun Oleh:

DARUL IKHSAN
NIM. 11810310901

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

1445 H / 2023 M



PERSETUJUAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Skripsi dengan judul *Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir*, yang disusun oleh Darul Ikhsan, NIM. 11810310901. Dapat diterima dan disetujui dalam sidang *munaqasyah*, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Pekanbaru, 2 Jumadil Awal 1445 H
16 November 2023 M

Menyetujui,

Ketua Jurusan
Manajemen Pendidikan Islam

Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag
19700404 199603 2 001

Pembimbing

Irawati, M.Pd
130117004

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah Di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir* yang ditulis Darul Ikhsan, NIM 11810310901 telah dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada 30 november 2023. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Konsentrasi Administrasi Pendidikan.

Pekanbaru, 27 Jumadil Akhir 1445 H
12 Desember 2023 M

**Mengesahkan
Sidang Munaqasyah**

Penguji I

Dr. Hj. Yuliharti, M. Ag
NIP. 19700404 1996032001

Penguji II

Suci Habibah, M. Pd
NIP. 199404022019032027

Penguji III

Dr. H. Edi Iskandar, M. Pd
NIP. 197711292002121004

Penguji IV

Dra. Svarifah, MM.
NIP. 196702261997032001

Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Dr. H. Kadar, M. Ag
NIP. 19630521 199402 1 001



© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

: Darul Ikhsan
 : 11810310901
 Tempat/tgl Lahir : Tanjung Pauh/19 Oktober 1999
 : Tarbiyah dan Keguruan
 : Manajemen Pendidikan Islam
 : Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah Pertama Negeri 5 Singingi Hilir

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis say aini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi say aini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisa skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 5 Desember, 2023

Yang membuat pernyataan



Darul Ikhsan

NIM. 11810310901

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diinstitusikan Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, anugerah dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaikbaiknya. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada *akhirul anbiya' waimamurrosul syaidina wamaulana* Muhammad SAW. Semoga kita termasuk ke dalam barisan panjangnya rasullulah di hari akhir nanti dan masih tergolong ke dalam pengikut beliau yang setia.

Atas izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir” merupakan karya tulis ilmiah yang disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas dan melengkapi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan bimbingan baik berupa moril maupun materil dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan kemurahan hati kepada penulis.

Selain itu, penulis menyadari bahwa proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu sebagai ungkapan rasa terimakasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Berserta Wakil Rektor I Dr. Hj. Helmiati,

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

M.Ag, Wakil Rektor II Dr. H. Mas'ud Zein M.Pd, Wakil Rektor III Edi Erwan, S.Pt. M.Sc, Ph.D. yang telah memberikan waktu kepada penulis untuk menuntut ilmu diperguruan tinggi ini.

2. Bapak Dr. H. Kadar, S.Ag., M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Bapak Dr. H. Zarkasih, M.Ag. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Bapak Zubaidah Amir MZ., S.Pd., M.Pd selaku Wakil Dekan II, Ibu Dr. Amirah Diniaty, M.Pd. Kons., selaku Wakil Dekan III.

3. Ibu Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag selaku ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam beserta Bapak Dr. Mudasir, M.Pd selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

4. Ibu Irawati, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah memberikan begitu banyak pelajaran dan bimbingan yang sangat berharga yang penulis dapat selama proses penyusunan tugas akhir ini.

5. Ibu Hasgimiyanti, M.Pd, Kons selaku penasehat akademis yang telah memberikan motivasi serta nasihat dalam penghafalan juz 30 dan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan yang telah memberikan begitu banyak ilmu yang tidak ternilai harganya.

7. Kepala Sekolah, Wakil Humas, guru dan pihak SMP Negeri 5 Singingi Hilir yang sudah bersedia memberikan begitu banyak informasi dan banyak membantu serta mendampingi penulis selama melakukan penelitian di Sekolah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Teristimewa Kepada Ayahanda Insur dan Ibunda Neneng Asmaneli, yang telah mendedikasikan kehidupannya untuk anak-anaknya, yang tiada lelah untuk memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya, yang selalu mendoakan yang terbaik untuk anak-anaknya, menjadi pendengar disetiap suka maupun duka, memberikan motivasi dan dukungan dikala lelah. Semoga Allah Hadiahkan Syurga tanpa hisap bagi keduanya. Aamiin.

9. Kepada saudara-saudaraku yang selalu memberikan semangat, nasihat dan pendengar disaatku merasa lelah dan sedih dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan kemudahan dalam setiap langkah yang dijalani dan Semoga Allah hadiahkan Syurga dan kita dipertemukan di Syurga kelak. Aamiin.

10. Kepada sahabat sekaligus penasehat dikampus yaitu Silvi Nadia Utari dan Annisya Kirana Putri, terimakasih banyak telah banyak membantu dan berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.

11. Kepada sahabat-sahabatku yang selalu setia mendengarkan semua keluh kesahku dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu, Ajo Ajiz, Mas Fian, Rizal dan Yuri Elhanif. Semoga Allah jadikan kita tetangga di syurga kelak aamiin.

12. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. Akan membalas segala kebaikan yang diberikan dan selalu membimbing kita menuju jalan yang diridhoinya, penulis menyadari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga segala banyak bentuk kritik dan saran sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati. Semoga skripsi ini akan membawa manfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis.

Pekanbaru, Juni 2023

Darul Ikhsan
11810322642



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PERSEMBAHAN

Maha tinggi Allah raja yang sebenar-benarnya dan janganlah kamu tergesa-gesa membaca Al-Qur`An sebelum disempurnakan mewahyukan kepadamu, dan katakanlah “Ya Allah tambahkanlah kepadaku ilmu pengetahuan”

(QS. Thaha: 114)

Alhamdulillahirobbil`alamin, Segala puji dan syukur yang tak terhingga kuhanturkan Kepada-Mu ya Allah tuhan semesta alam. Atas limpahan rahmat, hidayah dan kasih sayang-Mu aku bisa terus melangkah hingga mengantarkanku pada sebuah titik dalam pencapaian hidupku dengan menyelesaikan skripsi ini. semoga hamba selalu menjadi orang yang selalu bersujud dan bersyukur kepadaMu. Aamiin yaa Rabb. Tak lupa shalawat dan salam teruntuk insan Mulia kekasih Allah nabi Muhammad Sholallahu Alaihi Wa Salam yang selalu menjadi inspirasi yang terbaik di dunia. Rindu kami selalu akan budi pekerti dan wajah muliamu, alangkah bahagianya hidup ini bila engkau izinkan kami untuk bersua dan engkau ya Rasulullah. Karya kecil ini kupersembahkan teruntuk orang-orang yang selalu ada dalam setiap keluh kesahku, memberi semangat dalam setiap langkahku. Yang tak kenal lelah dalam mendo`akanku disetiap sujudnya.

Terhusus Kepada:

Kedua orangtuaku

Ayahanda Insur

Ayah terimakasih untuk segala jerit payah ayah dalam membesarkanku semasa hidup ayah. Meskipun demikian saya mengucapkan rasa terimakasih atas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hidupan yang layak yang ayah berikan untukku. Setiap tetesan keringat ayah dalam bekerja demi menghidupiku tanpa merasa lelah, panas ataupun hujan Ayah selalu tempuh demi menghidupiku sehingga mengantarkanku hingga bisa berada pada titik ini. Semoga ilmu yang ku dapat bisa menjadikanku anak yang berbakti dan menjadi anak yang bisa dibanggakan bagi ayah.

Ibunda Neneng Asmaneli

Ibu terimakasih sudah melahirkan dan membesarkanku . Terimakasih menjadi sandaran dan tempat berkeluh kesah ternyaman dalam hidupku dan sudah menjadi ibu sekaligus ayah, ibu yang hebat yang memiliki semangat luar biasa. Kasih sayang serta ketulusan tiada batas yang ibu berikan tidak akan mampu terbayar seumur hidupku. Terimakasih atas didikan dan kelembutan yang ibu berikan serta doa disetiap sujud yang ibu panjatkan untuk kami. Hingga mengantarkanku hingga titik ini. Ikhsan menyadari bahwa ucapan terimakasih tidak cukup untuk membalas semua yang ibu berikan. Semoga dengan ilmu yang Ikhsan dapat bisa mengantarkan Ikhsan menuju syurga dengan berbakti kepada ibu.

Ayah dan ibu

Ayah dan ibu, saya mempersembahkan karya ini untuk ayah dan ibu. Saya tahu karya kecil ini tidak mampu untuk membayar besarnya pengorbanan dan semua jasa-jasa ayah dan ibu. Tetapi saya berharap setidaknya karya kecil ini bisa menjadi sedikit penawar kelelahanmu, memberi sedikit senyum diwajahmu mengobati peluhmu dari lelahnya bekerja dan sedikit memberikan rasa bangga dan wujud dari keberbaiktian saya meskipun ini tidak cukup untuk membalas semua kerja keras ayah dan ibu dalam menghidupiku. Terimakasih sudah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membesarkan, mendidikku menjadi seperti sekarang, serta selalu menjadi pendengar dan pemberi solusi disetiap saya berada pada titik bawah dan selalu mengingatkan untuk senantiasa bersyukur dalam keadaan bahagia maupun sedih. Trimakasih atas ridho yang ayah dan ibu berikan karna tanpa ridho ayah dan ibu tentu saya tidak akan mendapat ridho allah hingga saya bisa pada titik ini. Semoga allah hadiahkan syurga Firdaus bagi keduanya, tanpa hisab.

Diriku

Trimakasih ku ucapkan kepadamu wahai diri yg sudah bartahan sejauh ini, harus tetap semangat ya, tidak boleh menyerah semua pasti ada jalannya

Semoga karya inilah sebagai pembuka dari kesuksesanku di dunia dan akhirat.

Aamiin... yaa rabbal'alamin.

UIN SUSKA RIAU

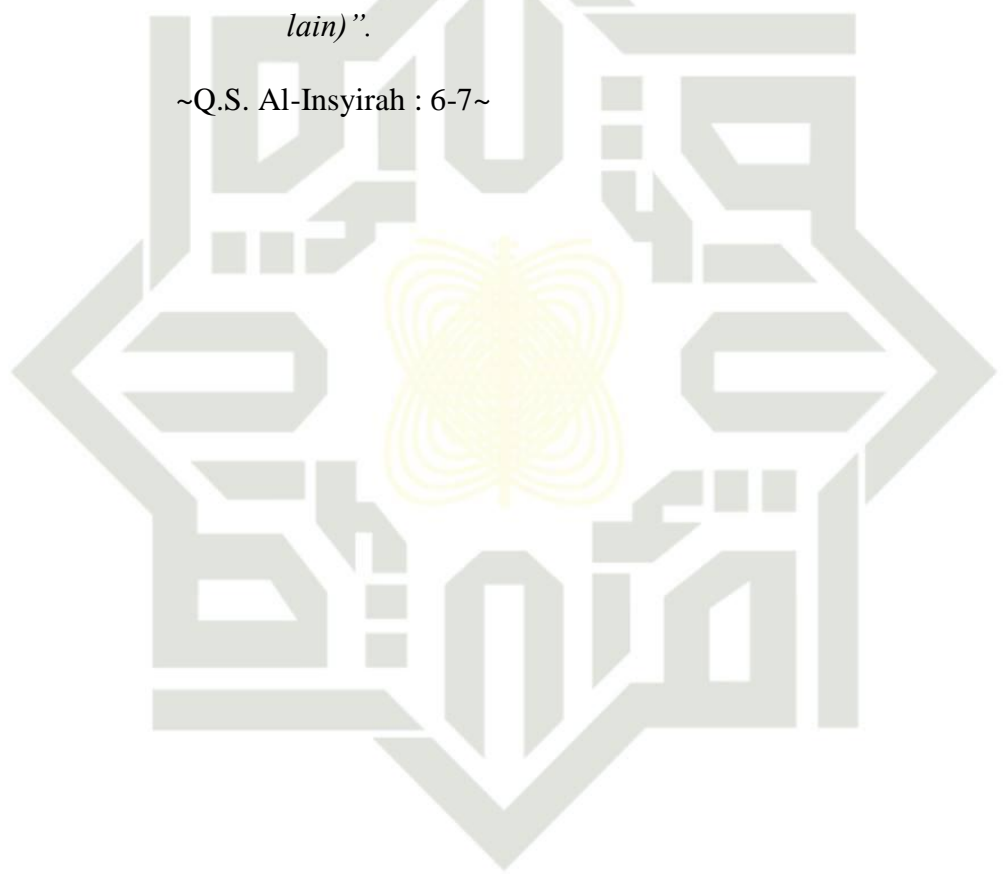
MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk”

~Q.S Al-Baqarah : 45~

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)”.

~Q.S. Al-Insyirah : 6-7~



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Abstrak

Darul Ikhsan, (2023): Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui pelaksanaan manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir. 2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Informan utama penelitian ini adalah Wakil Humas, sedangkan informan pendukungnya adalah kepala sekolah, 2 orang staf humas dan 2 guru di SMP Negeri Singingi Hilir. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir sudah semaksimal mungkin, karena pihak sekolah melakukan strategi pemasaran sekolah yaitu diawali rapat dinas untuk merancang strategi pemasaran, kemudian pihak sekolah membuat *flyer* atau brosur semenarik mungkin dan juga membuat spanduk, pihak sekolah menyebarkan brosur-brosur yang sudah dibuat untuk dibagikan ke sekolah-sekolah terdekat atau target-target yang diinginkan. 2) Faktor pendukung manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir yaitu strategi pemasaran di sekolah ini cukup signifikan dikarenakan pemasaran yang dilakukan pihak sekolah berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya, pihak sekolah mempromosikan penghargaan-penghargaan yang sekolah raih terutama dibidang olahraga, pihak sekolah tetap berusaha keras untuk menarik minat orang tua dari anak-anak SD untuk memasukkan anaknya ke sekolah SMP Negeri 5 Singingi Hilir, tetap berusaha membuat brosur semenarik mungkin tiap pergantian tahun dalam rangka strategi pemasaran untuk menarik minat anak-anak SD. Sedangkan Faktor penghambat manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir yaitu masyarakat asli tanjung pauh masih kurang berminat untuk masuk ke sekolah tersebut dikarenakan dari segi ekonomi memang rata-rata pendapatan untuk masyarakat Tanjung Pauh ini cukup tinggi sehingga orang tua mereka lebih ingin memasukkan anaknya di lembaga pendidikan yang sudah dikatakan sangat baik dan juga ketatnya persaingan. Strategi pemasaran di sekolah tersebut masih dilakukan secara manual. Untuk perizinan, dalam memasukkan surat izin promosi terkadang masih ada beberapa sekolah yang tidak menerimanya. Kesulitan dalam melakukan pemasaran diakibatkan pihak sekolah yang ingin pihak sekolah kunjungi untuk pemasaran masih ragu untuk memasukkan anak-anaknya di sekolah ini. Masih belum menyeluruh dalam menyebarkan brosur ke orang tua dari calon peserta didik. Masih kurang dalam memanfaatkan sosial media untuk melakukan strategi pemasaran di sekolah.

Kata Kunci: Manajemen, Strategi, Pemasaran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Darul Ikhsan, (2023): *The Management of School Marketing Strategy at State Junior High School 5 Singingi Hilir*

This research aimed at knowing 1) the management implementation of school marketing strategy, and 2) the supporting and obstructing factors in managing school marketing strategy at State Junior High School 5 Singingi Hilir. It was a qualitative research with descriptive analysis. The main informant of this research was the vice principal of public relations, and the additional informants were school principal, 2 public relation staffs, and 2 teachers at State Junior High School 5 Singingi Hilir. Observation, interview, and documentation techniques were used for collecting the data. The data were analyzed by using reduction, presentation, and conclusion. The findings of this research showed that 1) the management of school marketing strategy at State Junior High 5 Singingi Hilir has been maximized, the marketing strategy was started from official meetings, making flayers or brochures and banners. 2) The supporting factors of management of school marketing strategy: the school promoted the awards the school won, especially in the field of sports, making brochures as attractive as possible, and the obstructing factors: the people of Tanjung Pauh were still less interested in going to school, because the parents preferred their children to learn at religious schools in the city. In addition, the marketing strategy was done manually. For licensing, in submitting promotional permits, sometimes several schools did not accept it, and information dissemination and promotions to parents were still lacking and it was not using social media for school marketing.

Keywords: Management, Strategy, Marketing

ملخص

دار الإحسان، (٢٠٢٣): إدارة استراتيجية تسويق المدرسة بالمدرسة المتوسطة الحكومية ه سينجيني

الهدف من هذا البحث ما يلي: ١. معرفة تنفيذ إدارة استراتيجية تسويق المدرسة بالمدرسة المتوسطة الحكومية ه سينجيني. ٢. معرفة العوامل الداعمة والممانعة لاستراتيجية تسويق المدرسة بالمدرسة المتوسطة الحكومية ه سينجيني. وطريقة البحث المستخدمة هي طريقة البحث الكيفي مع التحليل الوصفي. والمخبر الأساسي في هذا البحث نائب رئيس مجال العلاقات العامة، والمخبر الثانوي رئيس المدرسة وموظفًا مجال العلاقات العامة والمدرسيان بالمدرسة المتوسطة الحكومية ه سينجيني. تقنيات مستخدمة لجمع البيانات وملاحظة ومقابلة وتوثيق. وفي تحليل البيانات تم القيام بجمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج. ونتائج البحث دلت على ما يلي: (١) قد تم تعظيم إدارة استراتيجية تسويق المدرسة بالمدرسة المتوسطة الحكومية ه سينجيني، وتبدأ استراتيجية التسويق بالاجتماعات الرسمية وإنشاء النشرات أو الكتيبات واللافات. (٢) العوامل الداعمة هي أن تروج المدرسة للجوائز التي فازت بها المدرسة، خاصة في مجال الرياضة، مما يجعل الكتيبات جذابة قدر الإمكان، والعوامل الممانعة هي أنه لا يزال السكان الأصليون في تانجونج باوه أقل اهتمامًا بالذهاب إلى المدرسة لأن الآباء يفضلون أن يذهب أطفالهم إلى المدارس الدينية في المدينة. بالإضافة إلى ذلك، تتم استراتيجية التسويق يدويًا. بالنسبة للتخصيص، عند تقديم التصاريح الترويجية، لا يزال هناك في بعض الأحيان العديد من المدارس التي لا تقبل هذه التصاريح، ولا يزال نشر المعلومات والعروض الترويجية لأولياء أمور التلاميذ المحتملين ناقصًا وعدم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتسويق المدرسي.

الكلمات الأساسية: إدارة، استراتيجية، تسويق

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Penegasan Istilah.....	5
D. Permasalahan	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
A. Kajian Teoritis.....	9
1. Pengertian Manajemen	9
2. Pengertian Strategi	10
3. Konsep Manajemen Strategik.....	14
4. Pengertian Strategi Pemasaran	17
5. Pengertian Pemasaran.....	19
6. Indikator Pemasaran	21
7. Pemasaran Jasa Pendidikan	24
B. Proposisi Penelitian	29
C. Penelitian yang Relevan	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Subjek dan Objek Penelitian	35

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

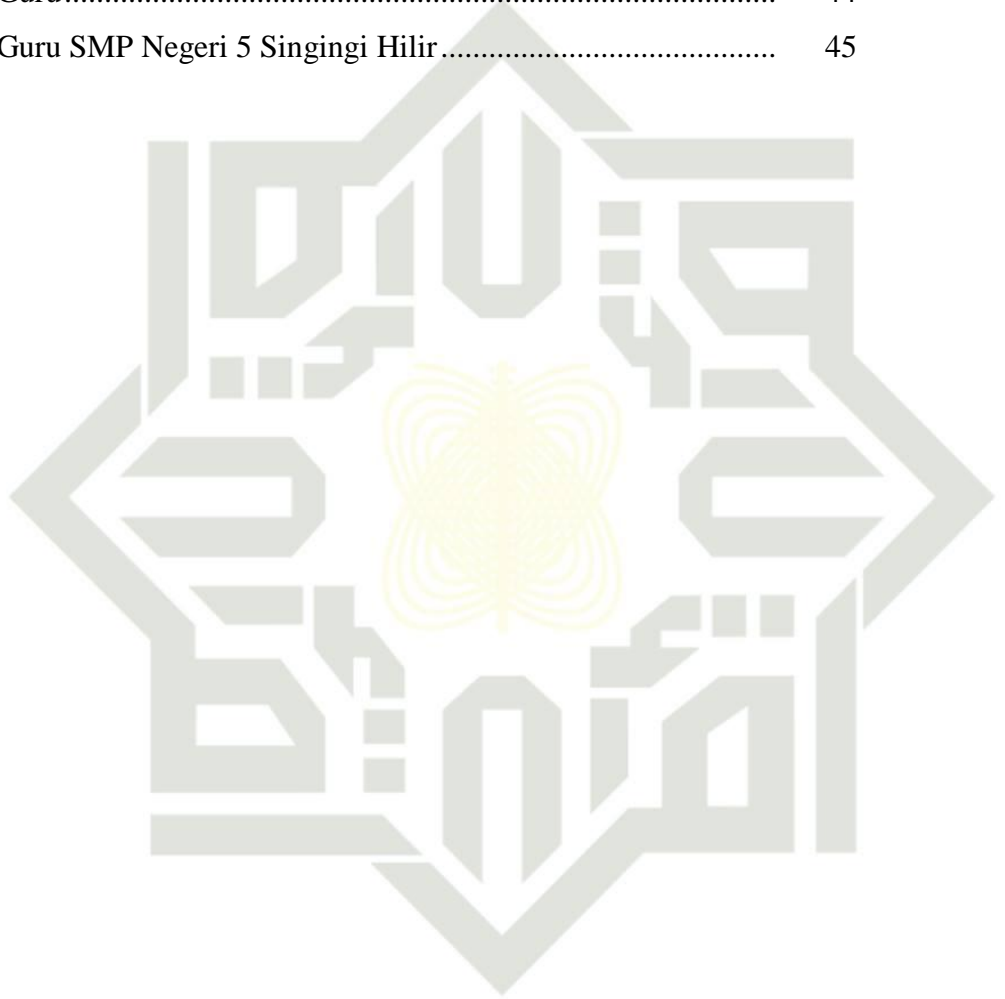


- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan Penelitian	36
Teknik Pengumpulan Data	36
Teknik Analisis Data	37
Pengecekan Keabsahan Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	41
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	41
B. Penyajian Data	47
C. Analisis Data	54
D. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kepsek Yang Pernah Menjabat.....	43
Tabel 4.2 Data Siswa dalam 4 (Empat) Tahun Terakhir.....	44
Tabel 4.3 Data Ruang Kelas.....	44
Tabel 4.4 Data Ruang Lainnya.....	44
Tabel 4.5 Data Guru.....	44
Tabel 4.6 Data Guru SMP Negeri 5 Singingi Hilir.....	45

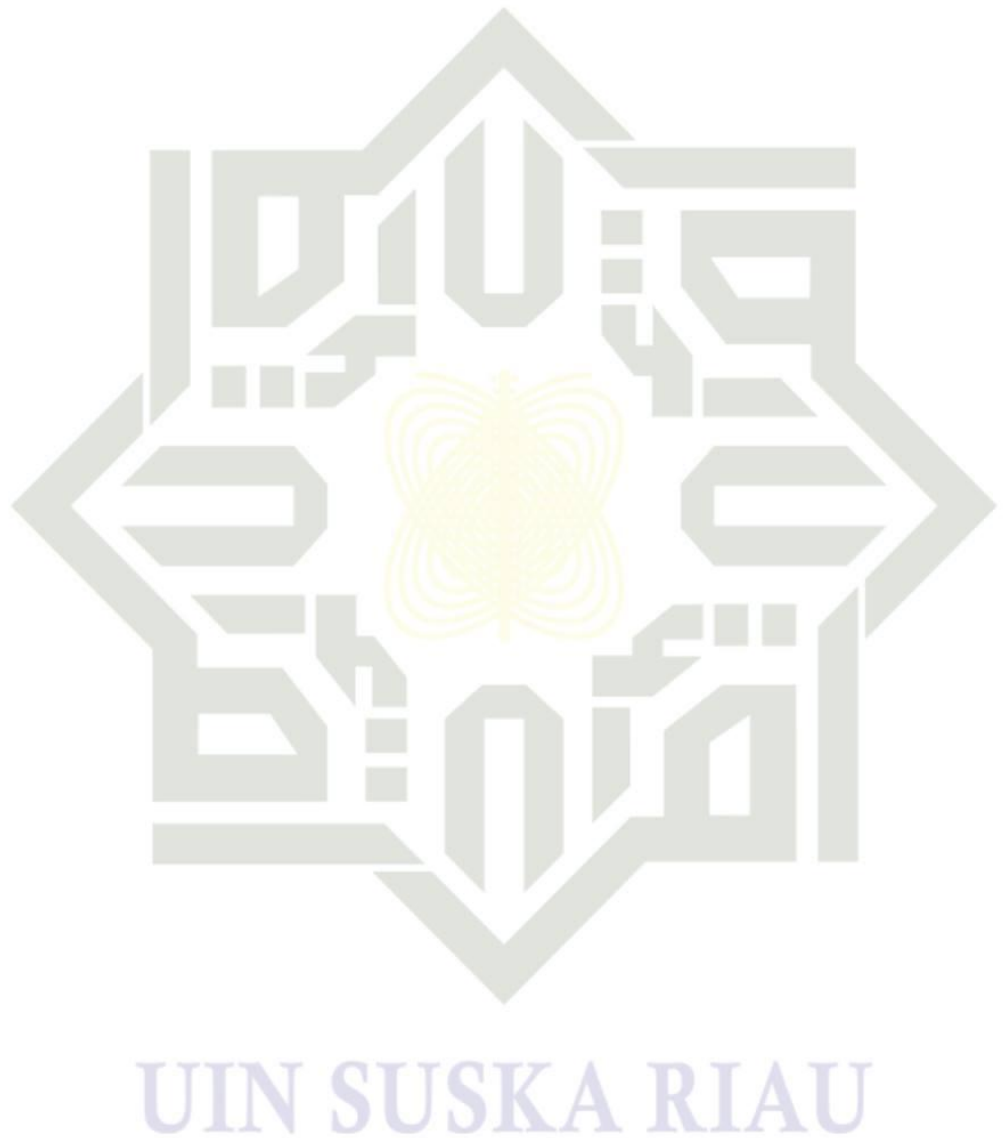


UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sekolah SMP Negeri 5 Singingi Hilir..... 46



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Pedoman Wawancara.....	64
Lampiran 2	Transkrip Wawancara	68
Lampiran 3	Lembar Observasi	75
Lampiran 4	Surat Balasan Pra Riset	76
Lampiran 5	Surat Keterangan Pembimbing	77
Lampiran 6	Surat Keterangan Pembimbing (Perpanjangan)	78
Lampiran 7	Surat Disposisi	79
Lampiran 8	Cover ACC Proposal	80
Lampiran 9	Surat Pengesahan Perbaikan Proposal.....	81
Lampiran 10	Surat Izin Riset	82
Lampiran 11	Surat Izin Riset (Rekomendasi).....	83
Lampiran 12	Lembar ACC Skripsi	84
Lampiran 13	Lembar Kegiatan Bimbingan Mahasiswa	85
Lampiran 14	Lembar Dokumentasi	87

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekolah/Madrasah didorong agar mampu untuk menghasilkan berbagai produk dan layanan yang kompetitif, karena saat ini Lembaga pendidikan dihadapkan pada berbagai persaingan salah satunya pemenuhan keinginan masyarakat terhadap kebutuhan pendidikan. Kondisi tersebut menuntut agar sekolah dapat lebih inovatif dalam membuat program perencanaan layanan pendidikan yang berkualitas, oleh sebab itu sekolah/madrasah harus senantiasa memperbaiki rancangan dari pemasaran pendidikan agar dapat mempengaruhi dan memenuhi keinginan *stakeholder*.¹

Strategi adalah menjelaskan bagaimana sebuah organisasi yang dihadapkan dengan persaingan mampu mencapai apa yang dituju, dalam suatu organisasi persaingan membuat ketidak nyamanan dan merupakan sebuah ancaman terhadap perusahaan. Jika ingin bertahan mereka harus menghadapinya, jika dikaitan dengan pendidikan maka sekolah harus mampu menemukan ide untuk dan melahirkan peserta didik yang unggul dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tentu hal tersebut membutuhkan strategi pemasaran (marketing) yang tepat baik perusahaan maupun lembaga pendidikan harus melakukan pemasaran untuk mempertahankan organisasi. Pemasaran dalam dunia pendidikan dapat didefinisikan sebagai pertukaran nilai dari sistem dan program yang dikembangkan untuk mempromosikan

¹ Muhaimin Dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Prenadamedia Grub, 2015), Hal 68-70.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Visi Misi sekolah/madrasah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan *stakeholder* serta masyarakat sebagai pengguna *output* secara langsung.²

Untuk melakukan pemasaran tentu menggunakan strategi dalam merumuskan bagaimana cara sekolah mencapai pemasaran yang baik. Strategi bersaing adalah usaha untuk mencari keuntungan dan menambah kekuatan dalam melawan para pesaing. Salah satu strategi sekolah untuk melakukan pemasaran kepada masyarakat adalah dengan mendekati diri dan mempererat hubungan dengan masyarakat. Pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 bahwa sistem pendidikan nasional harus menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global sehingga perlu dilakukan pembaharuan pendidikan secara terencana, terarah dan berkesinambungan.³

Dalam mewujudkan hal tersebut tentu sekolah perlu melibatkan peran dari bidang Humas, sebab manajemen humas di sekolah adalah upaya mengelola sumber daya manusia di sekolah agar mampu melakukan komunikasi, koordinasi dan kerjasama secara efektif dan efisien untuk dapat mencapai tujuan sekolah. Sumber daya manusia yang saling berkomunikasi,

² Ibid., hal 97-98

³ Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 *Tentang Sistem Pendidikan*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

berkoordinasi, bekerjasama untuk mencapai tujuan sekolah adalah guru dan staf dengan masyarakat.⁴

Perkembangan persaingan antara sekolah pada saat ini sangat terbuka, kualitas yang dimiliki oleh setiap lembaga dibutuhkan untuk mengembangkan sekolah yang dimiliki menjadi lebih unggul dan memiliki kualitas yang bagus dimasyarakat. Lembaga pendidikan harus pandai menjalin hubungan dengan masyarakat agar minat peserta didik untuk belajar di sekolah minatnya lebih tinggi. Untuk menarik peserta didik sebuah lembaga pendidikan memerlukan berbagai cara untuk menarik peserta didik baru melalui promosi atau pemasaran sekolah. Dalam mempromosikan sekolah tentu harus ada kinerja dan strategi yang baik.

Salah satu Lembaga pendidikan yang mencoba untuk meningkatkan daya saing sekolah dan melakukan manajemen strategi pemasaran adalah SMP Negeri 5 Singingi hilir, akan tetapi dalam penggunaan strategi pemasaran SMP Negeri 5 Singingi Hilir masih belum menggunakan strategi yang tepat dan belum terlaksana dengan baik. hal ini dapat dilihat dari berkurangnya jumlah peserta didik di beberapa tahun terakhir. Tidak hanya itu terdapat beberapa gejala yang penulis temukan diantaranya sebagai berikut:

1. Sekolah tidak mengambil peluang pemasaran kepada masyarakat dan Sekolah Dasar lainnya untuk menarik peminat.
2. Semakin berkurangnya jumlah peserta didik yang mendaftar

⁴ Novan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2019), hal. 48-49

dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

3. Siswa yang mendaftar hanya merupakan siswa yang bertempat tinggal dekat dengan lingkungan sekolah saja.
4. Kurangnya Kerjasama atau koordinasi dengan orangtua siswa mengenai kegiatan dan peningkatan mutu sekolah.
5. Keterbatasan anggaran untuk melaksanakan program kerja humas sehingga dalam pelaksanaan tugas masih belum maksimal.

Dengan demikian berdasarkan paparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Manajemen Strategi Pemasaran di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir”**.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul diatas adalah:

1. Persoalan-persoalan yang dikaji dalam judul diatas sesuai dengan bidang ilmu yang penulis pelajari, yaitu manajemen pendidikan islam dalam mata kuliah manajemen humas.
2. Masalah-masalah yang dikaji dalam judul diatas, penulis mampu untuk menelitinya.
3. Lokasi penelitian tersebut terjangkau dan permasalahan yang akan diteliti ada di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.
4. Sepengetahuan penulis judul ini belum pernah diteliti oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Khususnya Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Penegasan Istilah

1. Manajemen

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dengan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sedangkan George R Terry menyatakan manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasi.

2. Strategi

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis, Strategi menjelaskan bagaimana sebuah organisasi yang dihadapkan dengan persaingan akan mencapai kinerja unggul. John A Byne mendefenisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan Interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

3. Pemasaran

Pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Pemasaran juga merupakan usaha yang kreatif yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, produksi, dan jasa dalam pertukaran bahwa kebutuhan tidak hanya memenuhi pelanggan saat ini tapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga untuk masa yang akan datang.

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Sehubungan dengan perencanaan humas sekolah, terdapat beberapatitik persoalan yang akan dikaji antara lain :

- a. Manajemen Strategi Pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.
- b. Perencanaan manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir
- c. Pelaksanaan manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir
- d. Faktor pendukung manajemen strategi pemasarann sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.
- e. Faktor penghambat manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.

2. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah dalam penelitian ini terarah maka diperlukan pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini hanya pada manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.

3. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti memfokuskan penelitian sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Bagaimana manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?
- b. Apa saja Faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen strategipemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?

E Tujuan dan Manfaat Penelitian**1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat manajemenstrategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan baik secara teoritis maupun praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu yang relevan dengan masalah dalam penelitian ini serta untuk mendukung teori-teori di bidang pendidikan, khususnya menyangkut masalah manajemen strategi pemasaran sekolah.
 - 2) Sebagai persyaratan bagi peneliti untuk menyelesaikan program sarjana (S1) sehingga mendapatkan gelar S.Pd. pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam konsentrasi Administrasi Pendidikan

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.

- 3) Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitiannya dan menambah wawasan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi sekolah: diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan untuk manajemen strategi pemasaran sekolah.
- 2) Bagi peneliti: dapat menambah wawasan peneliti mengenai manajemen strategi pemasaran sekolah.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok atau beberapa orang kearah tujuan-tujuan organisasi hingga mencapai suatu tujuan yang ditetapkan.⁵ Stoner berpendapat bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan berbagai sumberdaya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang diinginkan.

Manajemen menurut kamus besar Bahasa Indonesia adalah, 1) proses pemakaian sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan dan 2) penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Imron Menjelaskan beberapa unsur yang terdapat dalam pengertian manajemen yaitu: 1) adanya suatu proses, hal ini menunjukkan bahwa ada tahapan tertentu yang harus dilakukan jika seseorang melakukan kegiatan manajemen, 2) adanya penataan, pengelolaan, dan pengaturan, 3) terdapat sumber-sumber potensial yang harus dilibatkan baik manusia maupun teknologi, 4) adanya tujuan yang hendak dicapai, 5) pencapaian tujuan tersebut diupayakan agar efektif dan efisien. Dapat dipahami bahwa manajemen adalah segala usaha Bersama untuk mendayagunakan semua

⁵ George R. Terry dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal, 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

sumber (manusa maupun teknologi) secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁶ Begitupun dalam bidang pemasaran pendidikan manajemen sangat berfungsi untuk mengatur, mengarahkan semua SDM dan teknologi untuk dapat menjangkau tujuan pemasaran yang di harapkan, agar strategi pemasaran yang digunakan dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan maka seluruh komponen organisasi harus mampu bekerja sama dan mampu mencari ide-ide untuk memasarkan organisasi.

2. Pengertian Strategi

John A. Byne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan Interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibentuk konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realita pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.⁷

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola

⁶ Imam Gundan dan Djum Djum Noor Benty, *Manajemen Pendidikan Suatu Pengantar Praktik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hal, 22-29

⁷ Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) Hal, 125-126

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(*pattern*), posisi (*position*), perspektif (*perspective*), dan permainan atau taktik (*play*).

a. Strategi adalah Perencanaan (*Plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

b. Strategi adalah Pola (*Pattern*)

Menurut Mintzberg strategi adalah pola, yang selanjutnya disebut sebagai “intended strategy”, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Atau disebut juga sebagai “realized strategy” karena telah dilakukan oleh perusahaan.

c. Strategi adalah Posisi (*Position*)

Yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke bawah, yaitu kesatu titik bidik di mana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah Perspektif (*Perspective*)

Jika dalam kedua dan ketiga cenderung melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya perspektif cenderung melihat ke dalam organisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Strategi adalah Permainan (*Play*)

Menurutnya strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.⁸

Menurut Ara Hidayat dan Imam Machali Strategi Pemasaran pendidikan dapat dibagi kedalam 5 tahapan yaitu:⁹

- a. Identifikasi Pasar

Identifikasi dan Analisa pasar merupakan Langkah awal dalam memasarkan jasa pendidikan kepada pasar sehingga sangat penting untuk dilakukan. Dengan identifikasi dan Analisa terhadap pasar akan mampu menumbuhkan kebutuhan-kebutuhan konsumen jasa pendidikan sesuai dengan keinginan dan tantangan zaman yang menyebabkan kebutuhan pasar senantiasa terus berkembang dalam menapaktilasi kehidupan sehari-hari.

- b. Segmentasi

Segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda, demografi, sosioekonomi, psikologis, geografi, manfaat, penggunaan dan segmentasi berdasarkan jasa. Dengan kata lain, segmentasi berkaitan dengan bagaimana pemasar memilih pasar (konsumen).

⁸ *Ibid*, hal 126

⁹ Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", *Journal Kariman*, (Vol. 05. No. 01, 2017), hal, 73-76



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. *Positioning* atau diferensiasi

Adalah karakteristik yang membedakan produk nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara suatu Lembaga pendidikan dengan Lembaga pendidikan lainnya.

d. Komunikasi pemasaran

Komunikasi pemasaran pendidikan dapat menggunakan strategi komunikasi proaktif (*Proactive Strategies*) khusus dengan *action Strategy* yang terdiri dari:

- 1) *Organizational performances*, meyakinkan public bahwa organisasi memiliki kualitas yang terbaik bagi konsumen, yakni dengan membuktikan atau mengkomunikasikan bahwa Lembaga pendidikan adalah yang berkualitas.
- 2) *Audience participation*, menggunakan taktik komunikasi dua arah dan aktivitas dari public yang berkepentingan untuk secara langsung melakukan kontak dengan cara memberikan kesempatan kepada *audiens* memberikan *Feedback*, atau bisa dengan melakukan survey mengenai pendapat masyarakat terhadap Lembaga pendidikan yang dikelola.
- 3) *Special event*, strategi untuk mempromosikan jasa pendidikan pada kegiatan event khusus.
- 4) *Aliances and coalitions*, strategi bekerjasama atau berkolaborasi dengan Lembaga lain.
- 5) *Sponsorship*, untuk kegiatan-kegiatan yang berkaitan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berkaitandengan tujuan sasaran program seperti mencari sponsor.

- 6) *Strategic Philanthropy*, untuk memperoleh reputasi yang baik, seperti memberikan beasiswa pendidikan.

e. Pelayanan Lembaga pendidikan

Seperti memberikan pelayanan Lembaga pendidikan yang baik yaitu keandalan, responsif, keyakinan, empati dan mewujudkan fasilitas yang baik.

3. Konsep Manajemen Strategik

Manajemen Strategik adalah suatu cara untuk mengendalikan organisasi secara efektif dan efisien, sampai kepada implementasi garis terdepan, sedemikian rupa sehingga tujuan dan sasarannya tercapai. Manajemen strategi terdiri dari keputusan dan Tindakan yang digunakan untuk menerapkan strategi yang akan memberikan cocok kompetitif unggul antara organisasi dan lingkungannya, untuk mencapai tujuan organisasi.¹⁰ Menurut Fred R David manajemen strategik adalah ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Menurut Husein Umar manajemen strategik adalah suatu seni dan ilmu dalam pembuatan, penerapan, dan evaluasi. Keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan pada masa mendatang.

Manajemen strategik adalah suatu kesatuan rangkaian keputusan dan Tindakan yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka Panjang. Tercakup didalamnya mengenali dan menganalisa lingkungan,

¹⁰ Lantip Diat Prasojo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: UNY Press, 2018), hal. 11



memformulasi strategi, mengimplementasi strategi dan melakukan evaluasi.¹¹

- a. Manajemen strategi diwujudkan dalam bentuk perencanaan berskala besar mencakup komponen dilingkungan sebuah organisasi yang dituangkan dalam bentuk rencana strategis (renstra) yang dijabarkan menjadi perencanaan operasional, yang kemudian dijabarkan pula dalam bentuk program kerja dan proyek tahunan.
- b. Renstra berorientasi pada jangkauan masa depan.
- c. Visi, misi, pemilihan strategi yang menghasilkan energi induk, dan tujuan strategi organisasi untuk jangka Panjang merupakan acuan dalam merumuskan rencana strategis.
- d. Renstra dijabarkan menjadi rencana operasional antara lain berisikan program operasional termasuk proyek-proyek dengan sasaran jangka sedang masing-masing juga sebagai keputusan manajemen strategik.
- e. Penetapan renstra dan rencana operasi harus melibatkan manajemen puncak organisasi karena sifatnya sangat mendasar dalam pelaksanaan seluruh misi organisasi, untuk mewujudkan, mempertahankan, dan mengembangkan eksistensi jangka sedang termasuk panjangnya.
- f. Pengimplementasikan strategi dalam program-program termasuk proyek-proyek untuk mencapai sarannya masing-masing dilakukan

¹¹ Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama, 2016), hal.16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



melalui fungsi-fungsi manajemen lainnya yang mencakup pengorganisasian, pelaksanaan, penganggaran, dan kontrol.

Adapun tahapan dalam manajemen strategik menurut Fred R. David antarlain:¹²

a. Perumusan Strategi.

Meliputi kegiatan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi, serta memilih strategi tertentu untuk digunakan

b. Pelaksanaan strategi

Mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategis dapat dilaksanakan.

c. Pelaksanaan strategis.

Mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi

d. Evaluasi strategi

Tahap ini merupakan tahap akhir dari manajemen strategik tiga

¹² *Ibid*, Hal 17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan pokok dalam evaluasi strategi adalah: Mengkaji ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan perumusan strategi yang diterapkan sekarang ini. Kemudian mengukur kinerja, melakukan tindakan-tindakan korektif. Evaluasi strategi perlu dilakukan karena keberhasilan saat ini bukan merupakan jaminan untuk keberhasilan di hari esok.

4. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut pendapat Ilham Prisgunanto mengemukakan bahwa “strategi adalah perencanaan berupa taktik operasional yang matang dilakukan oleh Perusahaan dalam mencapai tujuan”.¹³

Menurut Stanley “*marketing strategy is concerned with decisions relating to market segmentation and targeting, and the development of a positioning strategy based on product, price, distribution, and promotion decisions*”.¹⁴ Dapat diartikan bahwa strategi pemasaran berfokus dengan tujuan segmentasi pasar dan penentuan target, dan pengambilan keputusannya ditentukan oleh strategi penentu posisi berdasarkan produk, harga, distribusi, dan Keputusan promosi.

Pendapat selanjutnya juga diperkuat oleh Wilson dan Gilingan, yang mengemukakan bahwa organisasi menggunakan strategi STP segmentation (segmentasi), targeting (penentuan pasar), dan positioning

¹³ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, (Jakarta: CV. Prisani Cendikia, 2014), hal. 138

¹⁴ Stanley F. Slater And Eric M. Olson, *Marketing's Contribution to the Implementation of Business Strategy: An Empirical Analysis*, *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No 11, 2001, pp. 1055-1057

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(penentuan posisi) sebagai peran strategis.¹⁵ Dapat diartikan bahwa strategi pemasaran jasa disuatu lembaga /organisasi dapat menggunakan strategi pemasaran yaitu segmentasi, penentuan pasar, dan penentuan posisi.

Pengertian strategi menjelaskan bahwa adanya sebuah fungsi yang penting dari manajemen yaitu suatu rencana/perencanaan yang digunakan sebagai tahap awal dalam menjalankan kegiatan di sebuah Lembaga/organisasi yang berguna untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Oleh karena itu strategi selalu berkaitan evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Dari berbagai pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi pada dasarnya adalah perencanaan yang dirumuskan dan digunakan untuk dapat melaksanakan kegiatan manajemen disebuah Lembaga atau organisasi. Dalam kaitanya dengan pemasaran, kegiatan strategi pemasaran diperlukan oleh sekolah/madrasah guna tercapainya peningkatan penerimaan peserta didik. Straregi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu dan pada masing-masing tingkatan serta lokasinya. Peranan strategi pemasran tidak terlepas dari bauran pemasaran yang digunakan Perusahaan karena baruan

¹⁵ David Wijaya, *Pemasarn Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat,2012) hal. 55

pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan Perusahaan.¹⁶

5. Pengertian Pemasaran

Kata pemasaran sudah tidak asing untuk didengar, pengertiannyapun sudah banyak didefinisikan oleh berbagai ahli. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.¹⁷

Pemasaran pada dasarnya adalah aktivitas perusahaan kreatif yang melibatkan perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, produksi, dan jasa dalam pertukaran bahwa kebutuhan tidak hanya memenuhi pelanggan saat ini tetapi juga mengantisipasi dan menciptakan kebutuhan masa depan mereka pada keuntungan. Dalam pemasaran organisasi harus mampu bersaing agar dapat mempertahankan organisasi, Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.¹⁸

¹⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2007) hal. 200

¹⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I*. Terj. (Jakarta: Prehallindo, 2016), Hal 6

¹⁸ Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dapat disimpulkan strategi pemasaran adalah rencana rencana terpadu dan bersifat menyeluruh di bidang pemasaran yang memberikan panduan mengenai kegiatan yang hendak dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Dengan demikian, yang dimaksud strategi pemasaran pendidikan adalah penentuan tujuan dan sasaran kegiatan dalam bentuk promosi untuk mendistribusikan jasa layanan pendidikan demi menarik minat peserta didik dan mempertahankan pelanggan.

Kotler dan Fox menyatakan bahwa dalam pemasaran pendidikan perlu merunut pada perencanaan strategi yang menekankan pada program dan pemasaran. Berikut terdapat beberapa bagian utama dari pemasaran pendidikan yaitu:

a. Ringkasan eksekutif

Tujuan ringkasan eksekutif yaitu menampilkan ringkasan singkat mengenai rencana yang ditawarkan untuk pelaksanaan pengelolaan.

b. Analisis isu dan peluang

Mengidentifikasi peluang atau ancaman utama, kelemahan dan kekuatan, serta masalah yang dihadapi lembaga/program.

c. Sasaran

Sasaran adalah perencanaan tujuan yang akan dicapai dalam penerimaan, peningkatan mutu, sumbangan dan lainnya

d. Strategi pemasaran

Menampilkan pendekatan pemasaran dengan luas yang akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

e. Program Pelaksanaan

Berisi jawaban mengenai hal apa yang akan dilakukan lembaga, kapan memulai kegiatan, dan berapa dana yang dibutuhkan.

f. Pembiayaan

Perkiraan dana, rincian pembiayaan serta pengeluaran lainnya.

g. Pengawasan

Mengidentifikasi bagaimana pelaksanaan dan perencanaan yang akan diamati.¹⁹

6. Indikator Pemasaran

Tujuh unsur dalam bauran pemasaran pendidikan saling berhubungan dan bergantung satu sama lain dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik pemasaran yaitu:

a. Produk (*product*) jasa pendidikan.

Produk segala sesuatu yang ditawarkan untuk dijual. Produk dalam arti luas, meliputi produk fisik, servis/jasa, tempat, ide, rights (hak paten).¹³ Produk juga dapat diartikan dengan sesuatu yang dihasilkan dari sebuah proses yang dapat menghasilkan kepuasan atau manfaat bagi seorang pengguna atau pembeli yang dapat ditawarkan ke pasar dan akan mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pembelian. Produk dalam konteks jasa pendidikan berupa

¹⁹ Mukhtar Latif dan Suryawahyuni, *Teori Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: PradamediaGroup, 2018), Hal, 223-224

reputasi, prospek, variasi pilihan dan mutu pendidikan yang baik.

b. Harga (*price*) jasa pendidikan.

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga jasa pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga seperti SPP, investasi bangunan, biaya laboratorium dan lain-lain.

c. Lokasi (*place*) jasa pendidikan.

Tempat berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa bermarkas dan melakukan aktivitasnya. Dalam konteks jasa pendidikan tempat merupakan lokasi lembaga pendidikan berada. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan dengan lokasi sekolah yang dekat pemukiman, dikenal angker dan lain-lain. Dalam pemasaran jasa pendidikan, pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

- 1) Akses, misalnya lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum
- 2) Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
- 3) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyaknya orang yang berlalu-lalang dapat memberikan peluang besar implus buying dan kepadaan serta kemacetan lalu lintas dapat menjadi hambatan
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 5) Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari
 - 6) Lingkungan, daerah sekitar mendukung terhadap jasa yang ditawarkan
 - 7) Persaingan, lokasi pesaing tidak terlalu dekat dengan lembaga pendidikan yang menawarkan jasa apalagi dengan jasa pendidikan yang hampir sama
 - 8) Peraturan pemerintah, disesuaikan dengan Peraturan pemerintah yang berlaku
- d. Promosi (*promotion*) jasa pendidikan.

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk di pasaran dan berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara advertising (iklan), melalui media TV, radio, surat kabar, bulletin, majalah, baliho, brosur dan lain-lain.

- f. Sumber daya manusia (*people*) jasa pendidikan.

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa pendidikan. seperti kepala sekolah beserta wakilnya, Tata Usaha (TU), guru dan karyawan (laboran, pustakawan dan lain-lain). Orang-orang ini adalah yang terlibat dalam menyediakan jasa. Orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat

mempengaruhi persepsi pembeli. Sumber daya tenaga pendidik dan tenaga kependidikan sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada siswa dalam lembaga pendidikan.

g. Bukti fisik (*physical evidence*) jasa pendidikan.

Bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana jasa pendidikan disampaikan kepada konsumen dan merupakan tempat dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen dan di dalamnya terdapat komponen-komponen berwujud (nyata) yang akan memfasilitasi kinerja atau proses komunikasi dari suatu jasa. Dengan demikian dapat dipahami bahwa bukti fisik merupakan sarana prasarana pendidikan, seperti ruang belajar, tempat olahraga, tempat ibadah, perpustakaan, laboratorium dan lain-lain.

h. Proses (*process*) jasa pendidikan.

Proses adalah segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) guna terbentuknya produk atau lulusan (*output*) yang diinginkan.

7. Pemasaran Jasa Pendidikan

Jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya. Kotler merumuskan jasa adalah segala aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dasarnya tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa pada dasarnya adalah sesuatu yang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Suatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen
2. Proses produksi jasa dapat menggunakan atau tidak menggunakan bantuan suatu produk fisik
3. Jasa tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan
4. Terdapat interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa.

Jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa bersifat *intangibility*, artinya jasa tidak bisa dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan). Jasa bersifat *Inseparability*, artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan yang menghasilkannya;
3. *Variability* (bervariasi). Jasa bersifat *variability*, artinya jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan;
4. *Perishability* (mudah musnah). Jasa bersifat *perishability*, artinya jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah sehingga tidak dapat dijual

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada masa yang akan datang.²⁰

Jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan ragam kriteria. (Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono) jasa dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifat Tindakan jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible action dan intangible actions*), sedangkan sumbu horizontalnya adalah penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan

Jasa dikelompokkan dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan dan hubungan temporer), sedangkan sumbu horizontalnya adalah sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan / kontinyu dan penyampaian diskret).

3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa.

Jasa diklasifikasikan berdasarkan dua sumbu utama, yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan rendah) dan tingkat

²⁰ Imam Faizin “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Masyarakat”, *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7 No. 2 2017. Hal 264-265

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran

Jasa diklasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti permintaan puncak biasanya melampaui penawaran), sedangkan sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah).

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas duasumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa, perusahaan jasa mendatangi pelanggan, serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi media elektronik. Sedangkan sumbu horizontalnya adalah ketersediaan outlet jasa (*singlesite dan multiple sites*).²¹

Bauran pemasaran atau (*marketing mix*) dalam jasa merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut

²¹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hal 34



dapat digunakan untuk Menyusun strategi jangka Panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Penyusunan komposisi unsur- unsur bauran pemasaran dalam rangka pencapaian tujuan organisasi dapat dianalogikan dengan juru masak yang meramu berbagai bahan memasak menjadi hidangan yang bergizi dan nikmat. Proses meramu bahan yang dilakukan pemasar dan juru masak memiliki kesamaan, yaitu sama-sama merupakan perpaduan antara ilmu pengetahuan (*science*) dan seni (*art*). Dengan demikian, unsur pengalaman, kompetensi, pengetahuan, dan kreativitas memainkan peranan penting dalam menunjang kesuksesan pemasar maupun juru masak.²² Begitu pula jika dikaitkan dalam pemasaran jasa Pendidikan, perlu adanya unsur pengalaman, kompetensi, pengetahuan, dan kreativitas memainkan peranan penting dalam menunjang kesuksesan.

Dalam kaitannya dengan pendidikan, jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan lembaga pendidikan memberi layanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara memuaskannya. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

²² *Ibid*, Hal 41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikan mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan di masa yang akan datang.

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan „need and want’ pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.²³

B. Proposisi Penelitian

Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian terkait bagaimana manajemen strategi pemasaran sekolah di sekolah menengah pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir, Maka peneliti menyederhanakan alur pemikiran dalam proposisi sebagai berikut ini:

Suatu lembaga pendidikan dapat bersaing dengan Lembaga pendidikan lainnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan pengembangan ilmu pengetahuan serta teknologi maka sekolah harus mampu melakukan manajemen strategi pemasaran yang baik, bentuk strategi pemasaran antara lain:

²³ *Ibid*, Hal 266

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Manajemen Strategi pemasaran pendidikan
 - a. Produk (*Product*)

Yaitu berupa pelayanan jasa yang di besikan sekolah. Seperti fasilitas dan pelayanan, reputasi, dan prospek masa depan.
 - b. Harga (*Price*)

Harga atau biaya yang harus dibayarkan sebagai alat tukar atas pelayanan yang diberikan sekolah.
 - c. Lokasi (*Price*)

Hal yang perlu diperhatikan seperti akses menuju sekolah terjangkau keamanan, dan kebersihan lingkungan.
 - d. Promosi (*Promotion*)

Hal yang dapat dilakukan untuk mempromosikan sekolah seperti melalui media sosial maupun media elektronik.
 - e. Sumber daya manusia (*People*)

Memperhatikan semua orang yang terlibat dalam proses penyampaian dan pemberian jasa pendidikan.
 - f. Bukti fisik (*Physical evidence*)

Sekolah perlu menyediakan bukti fisik seperti bangunan sekolah, fasilitas belajar, perpustakaan, internet, laboratorium, sarana ibadah dan lainnya.
 - g. Proses (*Proces*)

Dalam pemberian layanan yang perlu diperhatikan adalah fokus pada mutu pelayanan dari para pelanggan jasa pendidikan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pemasaran
 - a. Identifikasi Pasar, mengidentifikasi dan menganalisa guna mengetahui kebutuhan konsumen pendidikan.
 - b. Segmentasi pasar
 - 1) Masyarakat yang datang dan mendaftar karena pertimbangan religious.
 - 2) Masyarakat yang benar-benar memperhatikan mutu pendidikan.
 - c. *Positioning* dan diferensiasi
 - 1) Strategi memberikan penawaran, keunggulan, pelayanan yang baik, brand image yang lebih unggul.
 - 2) Penggunaan biaya dalam menghasilkan produk dan jasa lebih diefisiensikan sehingga menghasilkan jasa yang pendidikan yang lebih unggul.
 - 3) Lebih menggarap satu target yang khusus
 - d. Komunikasi pemasaran
 - 1) Meyakinkan public bahwa organisasi memiliki kualitas yang terbaik bagi konsumen.
 - 2) Melakukan survey mengenai pendapat masyarakat mengenai lembaga pendidikan yang dikelola.
 - 3) Mengadakan seminar, pelatihan dan workshop untuk mengenalkan Lembaga pendidikan kepada public.
 - 4) Mengadakan kerja sama dengan Lembaga pendidikan.
 - 5) Mencari sponsor pada kegiatan-kegiatan peningkatan mutu



pendidikan.

- 6) Memberikan pelayanan untuk anak didik berprestasi dan kurang mampu berupa beasiswa pendidikan.
- e. Pelayanan Lembaga pendidikan. Dapat diandalkan, responsif, meyakinkan, empati, dan wujud nyata seperti penyediaan fasilitas yang baik.

Penelitian yang Relevan

1. Imam Faizin, Tahun 2017 melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”. Penelitian yang dilakukan oleh Imam menggunakan metode Kualitatif dalam penelitianya imam menyebutkan bahwa dalam meningkatkan eksistensi dan citra sebuah Lembaga pendidikan hendaknya pengelola pendidikan dapat menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. Tujuan pemasaran dalam pendidikan adalah untuk memberitahu kepada masyarakat tentang produk-produk Lembaga pendidikan, meningkatkan minat dan ketertarikan, membedakan produk Lembaga lain, memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan Lembaga pendidikan. Letak persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan sama-sama membahas mengenai pemasaran pendidikan, sedangkan perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh imam membahas mengenai startegi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan nilai jual madrasah, sedangkan penelitian yang akan menulis lakukan membahas mengenai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manajemen strategi pemasaran sekolah.²⁴

Aditia Fradito, Tahun 2016 melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)”. Penelitian yang dilakukan oleh Aditia menggunakan metode penelitian Kualitatif dalam penelitiannya Aditia menyebutkan 1) layanan jasa pendidikan SDI Buana dan Min Malang memprioritaskan pada terpenuhnya harapan dan kepuasan pelanggan 2) strategi pemasaran dalam meningkatkan citra pendidikan dilakukan dengan secara langsung menunjukkan bukti kualitas lulusan atau output. 3) dampak dari strategi yang digunakan tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan, kepercayaan masyarakat, adanya dukungan masyarakat, serta terjalinnya Kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa.²⁵

Letak Persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama sama membahas mengenai pemasaran pendidikan. Sedangkan perbedaannya penelitian yang dilakukan aditia lebih memfokuskan pada pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan citra sekolah di masyarakat, sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih memfokuskan pada manajemen strategi pemasaran sekolah.

3. Zhella Pratiwi, Tahun 2022 melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust)

²⁴ Imam Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, (Jurnal Mudaniyah, 2017), Vo. 7 No. 2 ISSN: 2548-6993, hal. 280-281

²⁵ Aditia Fradito, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)”, (Tesis: UIN Maliana Malik Ibrahim Malang, 2016), hal. 147

Stakeholders Pada TK Kemala Bhayangkari 16 Bantaeng”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan dalam hal meningkatkan kepercayaan terhadap pengguna dengan melakukan berbagai macam promosi tentang sekolah lewat media sosial, membagikan brosur kepada masyarakat umum, memperkuat serta menambah relasi dengan berbagai media dan teman-teman, meningkatkan mutu dan kemampuan tenaga pendidik serta anak didik. Dengan penggunaan strategi tersebut dapat menambah daya Tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.²⁶

Persamaan dalam penelitian adalah sama-sama membahas mengenai pemasaran Lembaga pendidikan. sedangkan perbedaannya, Penelitian yang dilakukan Zhella membahas tentang pemasaran Jasa pendidikan dan penelitian yang akan penulis teliti lebih memfokuskan pada manajemen strategi pemasaran sekolah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

²⁶ Zhella Pratiwi, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepercayaan (trust) Stakeholders Pada TK Kemala Bhayangkari 16 Banteng”. (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makasar, 2022) Hal. 77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian kualitatif analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir. Penelitian Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode penelitian kualitatif dilakukan secara intensif, yaitu peneliti ikut berpartisipasi lama di lapangan, mencatat secara hati-hati apa yang terjadi, melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan dan membuat laporan penelitian secara mendetail.²⁷

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir dan penelitian telah dilakukan pada tanggal 29 Juni 2022 – 08 Januari 2023.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Wakil kepala sekolah bidang humas SMP Negeri 5 Singingi Hilir. Sedangkan objeknya adalah manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfa Beta, 2013) hal. 14

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri dari dua informan yaitu informan utama dan pendukung. Informan utama dalam penelitian ini adalah Wakil Humas dan informan pendukung adalah kepala sekolah, 2 orang staf humas dan 2 orang guru di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.

E. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan atau mendapatkan data, Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah:

1. Observasi

Observasi disebut juga dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh indra. Jadi observasi dapat dilakukan dengan penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap, observasi merupakan pengamatan langsung yang didalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar, rekam suara. Dengan metode observasi penulis mengumpulkan data dengan mengamati objek yang dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.

Wawancara

Wawancara merupakan satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam jenis penelitian kualitatif. Wawancara dalam konteks penelitian kualitatif adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dilakukan setidaknya oleh dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam *setting* alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu pada tujuan yang telah ditetapkan.²⁸ Dalam hal ini peneliti mengajukan sejumlah pertanyaan kepadainforman mengenai manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah data yang dapat digunakan untuk pengumpulan data dan menganalisis dokumen terkait penelitian. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental yang mengarah pada aspek penelitian yang dilakukan. Teknik dokumentasi ini dapat dijadikan sebagai alat pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi dalam penelitian jenis kualitatif.

F. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data yang penulis lakukan untuk mengetahui gambaran manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis kualitatif. Teknik analisis kualitatif merupakan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya sehingga dapat dipahami di informasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan pada saat pengumpulan data sedang berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam waktu tertentu.

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono terdapat 3 (tiga) tahapan

²⁸ Umar Sidiq dan Moh, Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*, (Ponorogo : CV. Nata Karya, 2019) Hal, 61

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang harus dikerjakan peneliti dalam menganalisis data penelitian kualitatif diantaranya adalah:²⁹

4. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pengumpulan data merupakan analisis data yang diperoleh dari kumpulan data lapangan dan dicatat. Hasil dari catatan tersebut, kemudian di deskripsikan lalu dibuat catatan refleksi yaitu catatan yang berisi komentar, pendapat atau penafsiran atas data yang diperoleh dari lapangan.

5. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan cara bagaimana merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskannya pada hal yang penting dari hasil observasi, wawancara, maupun dokumentasi yang telah dilakukan.

6. Paparan Data (*Data Display*)

Setelah data diperoleh dari reduksi data sebelumnya, maka data kemudian akan dipaparkan dengan cara menguraikan/narasi (naratif), dan membuat bagan. Pada bagian data yang telah di peroleh dari hasil dokumentasi dan observasi akan disajikan dalam bentuk tabel dengan tujuan agar mudah di pahami.

7. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/ Veriving*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi adalah Langkah terakhir yang harus di lakukan untuk menjawab rumusan masalah sejak awal ataupun mungkin tidak, karena apa yang di kemukakan masih bersifat sementara dan kemungkinan terjadi perubahan apabila bukti-bukti konkret

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Op. Cit., Hal,336-345



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang valid dan juga konsisten, maka kesimpulan yang di kemukakan penulis adalah kesimpulan yang kredibel.

G Pengecekan Keabsahan Data

Trianggulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik trianggulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Trianggulasi menurut Lexy adalah cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa trianggulasi, peneliti dapat me-*recheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.³⁰

Trianggulasi sebagai teknik pemeriksaan terbagi atas tiga macam yaitu trianggulasi sumber, teknik dan waktu. Adapun trianggulasi yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

8. Trianggulasi Sumber

Trianggulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu pustakawan, kepala sekolah, guru dan siswa tentang manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir semua jawaban

³⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007) hal. 332

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang peneliti peroleh dari beberapa sumber di atas sama. Kemudian data yang diperoleh dianalisis oleh penulis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan kemudian selanjutnya dimintakan kesepakan (*member check*) dengan tiga sumber data.

Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kreadibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda.³¹

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2021) hal.494-496

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir yaitu sebagai berikut:

Manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir sudah maksimal, karena pihak sekolah melakukan strategi pemasaran sekolah yaitu diawali rapat dinas untuk merancang strategi pemasaran, kemudian pihak sekolah membuat flayer atau brosur semenarik mungkin dan juga membuat spanduk, pihak sekolah menyebarkan brosur-brosur yang sudah dibuat untuk di bagikan ke sekolah-sekolah terdekat atau target-target yang diinginkan.

2. Faktor pendukung dan penghambat manajemen strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir
 - a. Faktor pendukung
 - 1) Pihak sekolah membuat brosur semenarik mungkin setiap tahun untuk menarik minat anak-anak SD dan dibagikan ke sekolah-sekolah terdekat.
 - 2) Pihak sekolah mempromosikan penghargaan-penghargaan yang diraih terutama di bidang non akademik atau olahraga.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Faktor penghambat

- 1) Masyarakat asli Tanjung Pauh lebih memilih sekolah yang ada diluar daerah karna lebih unggul dari segi akreditasi.
- 2) Memasukkan izin promosi terkadang masih ada sekolah yang tidak menerimanya.
- 3) Masih belum menyeluruh dalam membagikan brosur ke orang tua dari calon peserta didik.
- 4) Masih kurang dalam memanfaatkan Website Sekolah dan Sosial Media dalam melakukan strategi pemasaran sekolah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran tentang Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di SMP Negeri 5 Singingi Hilir yaitu sebagai berikut:

1. Pihak sekolah seharusnya melakukan strategi pemasaran tidak hanya melakukan secara manual tetapi juga menggunakan sosial media untuk menyebarkan flayer atau brosur yang sudah di buat.
2. Diharapkan pihak sekolah tetap meyakinkan kepada masyarakat bahwa SMP Negeri 5 Singingi Hilir juga sekolah terbaik dengan cara mengupdate strategi pemasaran ke yang lebih modern disertakan prestasi-prestasi yang didapatkan oleh sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia Fradito, *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2)*, Tesis: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 2016
- Arif Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Yogyakarta: Penerbit Kaukaba. 2012)
- Bilqis Asrori Dkk, *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Sma Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan*, Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 4. No. 1. 2018
- Dauid Wijaya, *Pemasarn Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012)
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset. 2014)
- George R. Terry dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara. 2015).
- Hajeng Darmastuti, *Manajemen Sarana dan Prasarana dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pembelajaran pada Jurusan Teknik Komputer dan Informatika di SMK Negeri 2 Surabaya*, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 3. No. 3. 2014
- Ilham Prisgunto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, (Jakarta: CV. Prisani Cendikia, 2014)
- Imam Faizin, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*, Jurnal Madaniyah, Vol. 7 No. 2. 2017
- Imam Gundan dan Djum Djum Noor Benty, *Manajemen Pendidikan Suatu Pengantar Praktik*, (Bandung: Alfabeta. 2017)
- Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence*, (Yogyakarta: Graha Ilmu Kacung. 2011)
- Wahyudi, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, Journal Kariman, Vol. 05. No. 1. 2017
- Latip Diat Prasajo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: UNY Press Lexy J. 2018)
- Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2017)
- Mahaimin Dkk, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pengembangan Sekolah/Madrasah, (Jakarta: Prenadamedia Grub. 2015)

Makhtar Latif dan Suryawahyuni, *Teori Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Prenadamedia Group. 2018)

Noor Afif Al Machturoh Dkk, *Strategi Manajemen Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik*, *Journal of Islamic Education Management*, Vol. 3. No 1. 2022

Noyan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media. 2019)

Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I. Terj*, (Jakarta: Prehallindo. 2016)

Rin Tius Eka Margareta Dkk, *Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model*, *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol. 5. No 1. 2018

Stanley F. Slater And Eric M. Olson, *Marketing's Contribution to the Implementation of Business Staregy: An Emperical Analysis*, *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No 11, 2001

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta. 2021)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta. 2013)

Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama. 2016)

Umar Sidiq dan Moh, Miftachul Choiri, *Metode Penelitian Kualitatif dibidang Pendidikan*, (Ponorogo: CV. Nata Karya. 2019)

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Wahyu Ramadoni, Kusmintardjo, Imron Arifin, *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Upaya Peningkatan Kinerja Guru (Studi Multi Kasus di PAUD Islam Sabilillah dan SDN Tanjungsari 1 Kabupaten Sidoarjo)*, *Jurnal Pendidikan*, Vol. 1. No. 8. 2016

Zhella Pratiwi, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust) Stakeholders Pada TK Kemala Bhayangkari 16 Banteng*, Skripsi: Universitas Muhammadiyah Makasar. 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Lampiran 1 Lembar Pedoman Wawancara

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEDOMAN WAWANCARA

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH

DI SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR

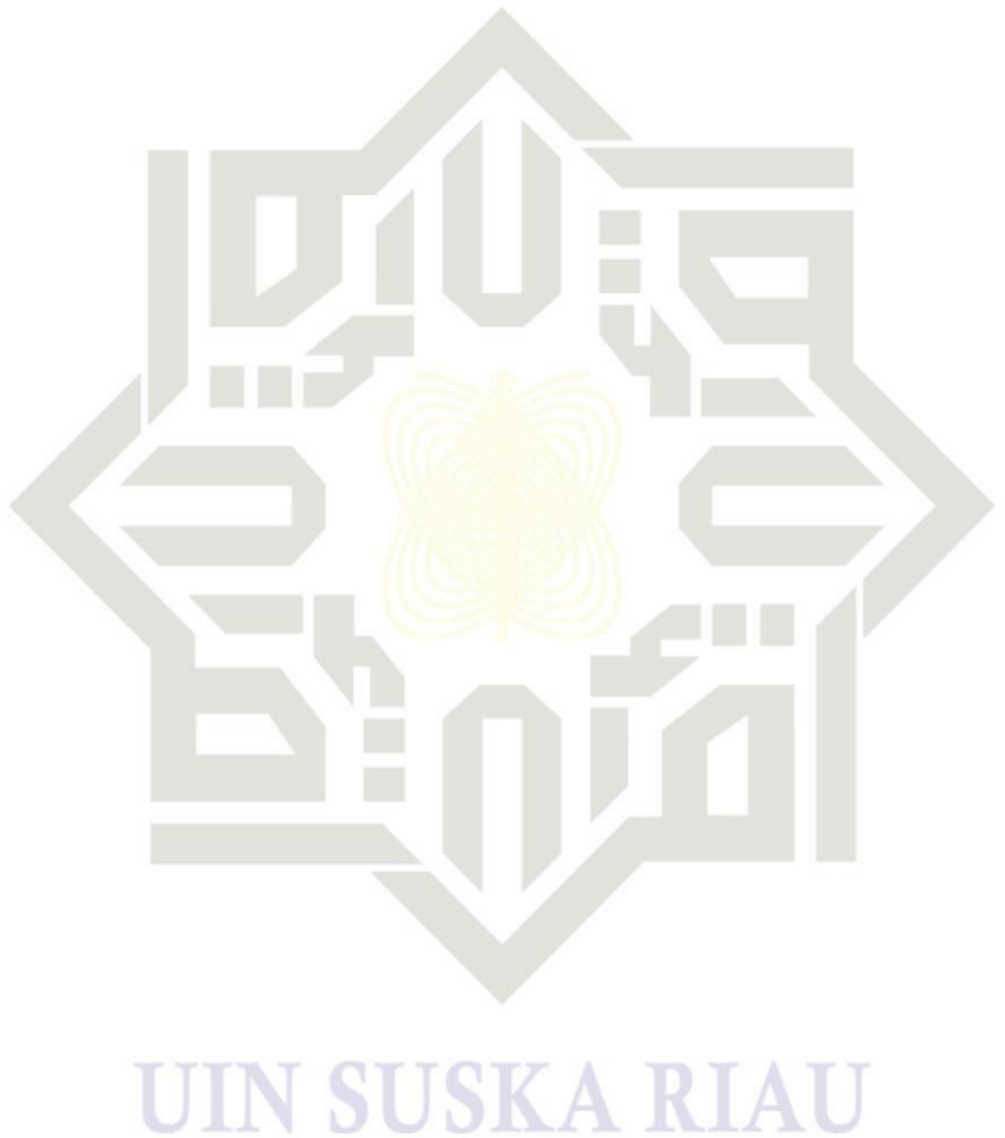
I. Identitas Informan

1. Nama Informan : Muhammad Juti, S. Pd
2. Jabatan Informan : Kepala Sekolah
3. Tempat Wawancara : Sekolah

II. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran yang bapak lakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir sehingga kuota peserta didik baru selalu memenuhi target?
2. Bagaimana proses pelaksanaan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang bapak lakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?
3. Apa yang membedakan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang bapak lakukan dengan kebanyakan strategi pemasaran lembaga lainnya?
4. Bagaimana hasil dari strategi pemasaran lembaga pendidikan yang telah bapak lakukan selama ini?

5. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen strategi pemasaran di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PEDOMAN WAWANCARA
MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH
DI SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR**

I. Identitas Informan

1. Nama Informan : Vika Nurmalasari, S. Pd
2. Jabatan Informan : Guru
3. Tempat Wawancara : Sekolah

II. Pertanyaan Penelitian

1. Apa saja strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan oleh SMP Negeri 5 Singingi Hilir?
2. Bagaimanakah proses strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan oleh SMP Negeri 5 Singingi Hilir?
3. Apa saja yang perlu dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan strategi pemasaran lembaga pendidikan?
4. Apakah ada jadwal khusus untuk melakukan strategi pemasaran lembaga pendidikan?
5. Apakah ada tim khusus dalam melaksanakan strategi pemasaran lembaga pendidikan?
6. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen strategi pemasaran di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?



PEDOMAN WAWANCARA

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH

DI SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR

I. Identitas Informan

1. Nama Informan : Dita Lestari Evriza, S. Pd
2. Jabatan Informan : Admin PPDB
3. Tempat Wawancara: Sekolah

II.

Pertanyaan Penelitian

1. Apa saja strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?
2. Bagaimana proses strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?
3. Apakah ada jadwal khusus untuk melakukan strategi pemasaran lembaga pendidikan?
4. Apakah ada tim khusus dalam melaksanakan strategi pemasaran lembaga pendidikan?
5. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen strategi pemasaran di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA
MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH
DI SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR

Hari/tanggal : Selasa, 10 Januari 2023
Waktu : 08.00 s/d Selesai
Tempat : SMP Negeri 1 Singingi Hilir
Informan : Kepala Sekolah

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana strategi pemasaran yang bapak lakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir sehingga kuota peserta didik baru selalu memenuhi target?	Kami menyebarkan flyer, spanduk, dan kami juga mendatangi sekolah-sekolah target seperti yang ada di tanjung pauh, karena memang sebagian besar peserta didiknya berasal dari tanjung pauh. Kemudian ada di sebarakan ke peserta didik untuk membawa brosur-brosur.
	Bagaimana proses pelaksanaan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang bapak lakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Strategi kami yaitu kita rancang sebelum waktu penerimaan peserta didik baru, jadi ada rapat dinas, kemudian setiap guru akan diminta tanggapan sebaiknya seperti apa yang kita lakukan. Jadi setelah di rencanakan, dilaksanakan kemudian di evaluasi sejauh mana yaitu cukup berhasil atau tidak.
	Apa yang membedakan strategi pemasaran lembaga pendidikan yang bapak lakukan dengan kebanyakan strategi pemasaran	kalau secara signifikan mungkin tidak terlalu berbeda, tetapi kita ada semacam kegiatan sebelum masuk penerimaan peserta didik baru yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Jawaban
2	lembaga lainnya?	mengundang anak-anak SD untuk mengikuti perlombaan seperti olahraga jadi itulah yang akan menimbulkan minat calon peserta didik untuk masuk ke sekolah kami, jadi itulah yang sedikit berbeda dari strategi pemasaran kami.
4	Bagaimana hasil dari strategi pemasaran lembaga pendidikan yang telah bapak lakukan selama ini?	Alhamdulillah cukup signifikan karena memang kita liat pemasaran anak-anak SD di tanjung pauh itu kebanyakan berasal dari PT, jadi mereka dilihat sejauh ini secara akademik itu kurang jadi mereka lebih banyak yang di bidang olahraga. Jadi kita mengkait mereka dengan mempromosikan apa saja penghargaan yang sudah kita raih.
5	Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen strategi pemasaran di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Faktor pendukungnya yaitu strategi pemasaran di sekolah ini cukup signifikan dikarenakan pemasaran yang kami lakukan berbeda dengan lembaga pendidikan lainnya, seperti kami mempromosikan penghargaan-penghargaan yang kita raih terutama dibidang olahraga, dan baiknya anak-anak atau calon peserta didik kebanyakan tertarik di bidang olahraga. Sedangkan faktor penghambatnya adalah untuk tanjung pauh atau masyarakat asli sini, masih kurang berminat untuk masuk ke sekolah kami dikarenakan dari segi ekonomi memang rata-rata pendapatan untuk masyarakat tanjung pauh ini cukup tinggi sehingga orang tua mereka lebih ingin memasukkan anaknya di lembaga pendidikan yang

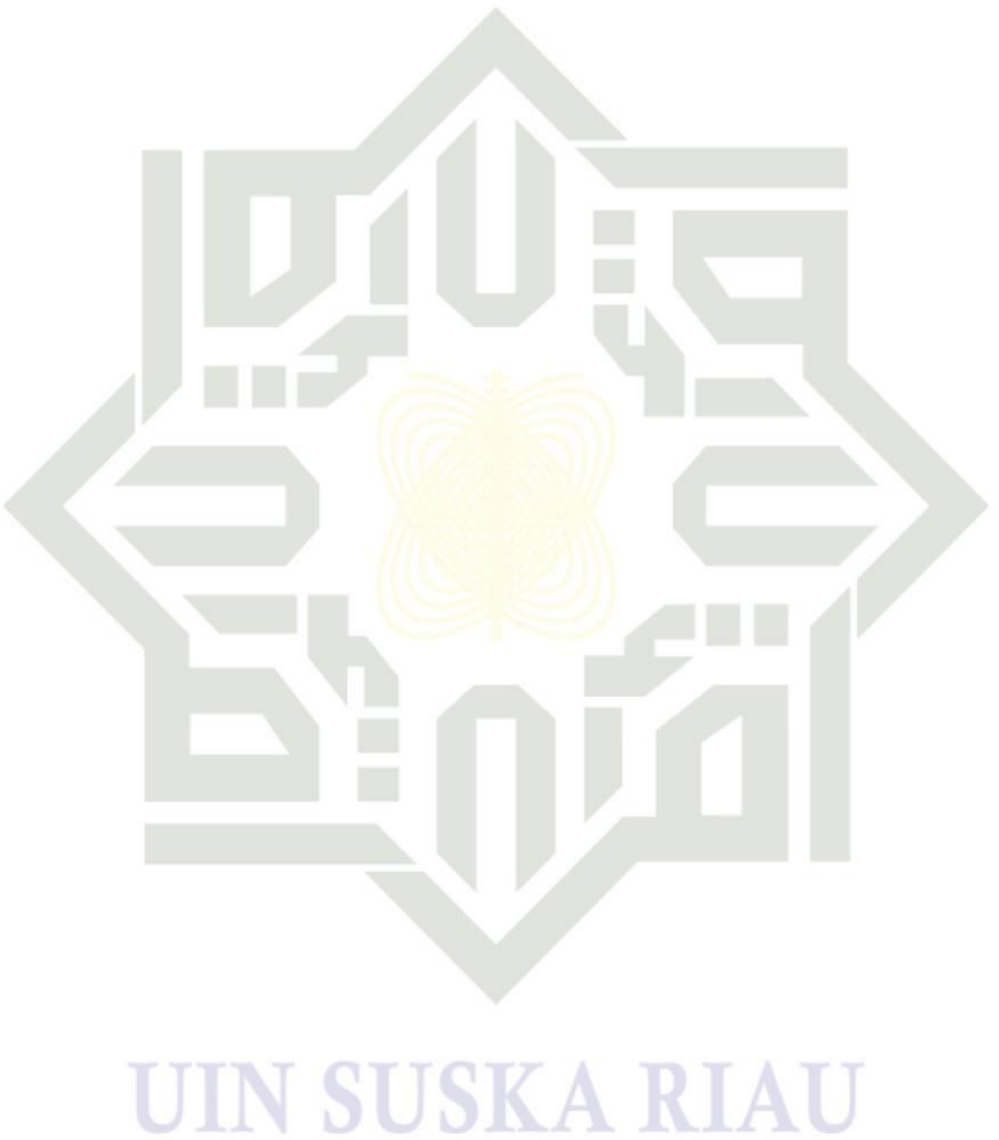
Jawaban	Pertanyaan
sudah dikatakan sangat baik.	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKIP WAWANCARA
MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH
DI SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR

Hari/tanggal : Jumat, 13 Januari 2023
Waktu : 08.00 s/d Selesai
Tempat : SMP Negeri 5 Singingi Hilir
Informan : Guru

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa saja strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan oleh SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Sejauh ini yang kami lakukan yaitu membuat brosur semenarik mungkin seperti hal-hal yang sekolah kami raih atau keunggulan-keunggulan yang ada di sekolah kami, setelah itu kami bagikan ke sekolah-sekolah terdekat.
2	Bagaimanakah proses strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan oleh SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Proses strategi pemasaran kami yaitu kami jemput calon-calon peserta didik ataupun kami bersosialisasi ke sekolah-sekolah terdekat untuk membagikan brosur dan kami jelaskan secara gih untuk menarik minat anak-anak SD tersebut untuk masuk ke sekolah kami.
	Apa saja yang perlu dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan strategi pemasaran lembaga pendidikan?	Yang pertama yaitu dari segi finansial, yang kedua dari sekolah ini sendiri yaitu kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah ini dimantapkan kemudian kepanitiaan dalam strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru itu juga di bentuk sehingga strategi pemasaran terpasarkan dengan baik dan tercapai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Jawaban
5	Apakah ada jadwal khusus untuk melakukan strategi pemasaran lembaga pendidikan?	Ada, jadwalnya itu harus sesuai dengan apa yang diberikan oleh dinas pendidikan misalnya PPDB dilaksanakan di bulan juli, nah itu berarti tidak harus di awal bulan juli itu tetapi ada tanggalnya yang sudah di tentukan atau di tetapkan oleh dina, jad tidak boleh lebih ataupun kurang dalam melaksanakan PPDB tersebut.
6	Apakah ada tim khusus dalam melaksanakan strategi pemasaran lembaga pendidikan?	Ada, yaitu harus ada ketua, sekretaris dan bendahara.
6	Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen strategi pemasaran di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Faktor pendukungnya yaitu pihak sekolah tetap berusaha keras untuk menarik orang tua dari anak-anak SD untuk memasukkan anaknya ke sekolah kami, tetap berusaha membuat brosur semenarik mungkin tiap pergantian tahun dalam rangka strategi pemasaran untuk menarik minat anak-anak SD. Sedangkan faktor penghambatnya adalah masih sulit untuk mendapat izin dari sekolah-sekolah SD untuk melakukan pemasaran atau membagikan brosur-brosur yang sudah kami siapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKIP WAWANCARA

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH

DI SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR

Hari/tanggal : Jumat, 20 Januari 2023
 Waktu : 08.00 s/d Selesai
 Tempat : SMP Negeri 5 Singingi Hilir
 Informan : Admin PPDB

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa saja strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Strategi pemasaran yang kami lakukan yaitu kita langsung ke sekolah-sekolah untuk membagikan brosur-brosur yang sudah kita buat.
2	Bagaimana proses strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Kita bentuk kepanitiaan dulu, kemudian membuat brosurnya, memilih beberapa orang yang akan membagikan atau mempromosikan.
3	Apakah ada jadwal khusus untuk melakukan strategi pemasaran lembaga pendidikan?	Ada, jadwalnya itu harus sesuai dengan apa yang diberikan oleh dinas pendidikan.
4	Apakah ada tim khusus dalam melaksanakan strategi pemasaran lembaga pendidikan?	Ada, yaitu harus ada ketua, sekretaris dan bendahara.
5	Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen strategi pemasaran di SMP Negeri 5 Singingi Hilir?	Faktor pendukungnya yaitu pihak sekolah tetap berusaha dalam mempromosikan secara manual ke sekolah-sekolah terdekat untuk menarik minat calon peserta didik baru. Sedangkan faktor

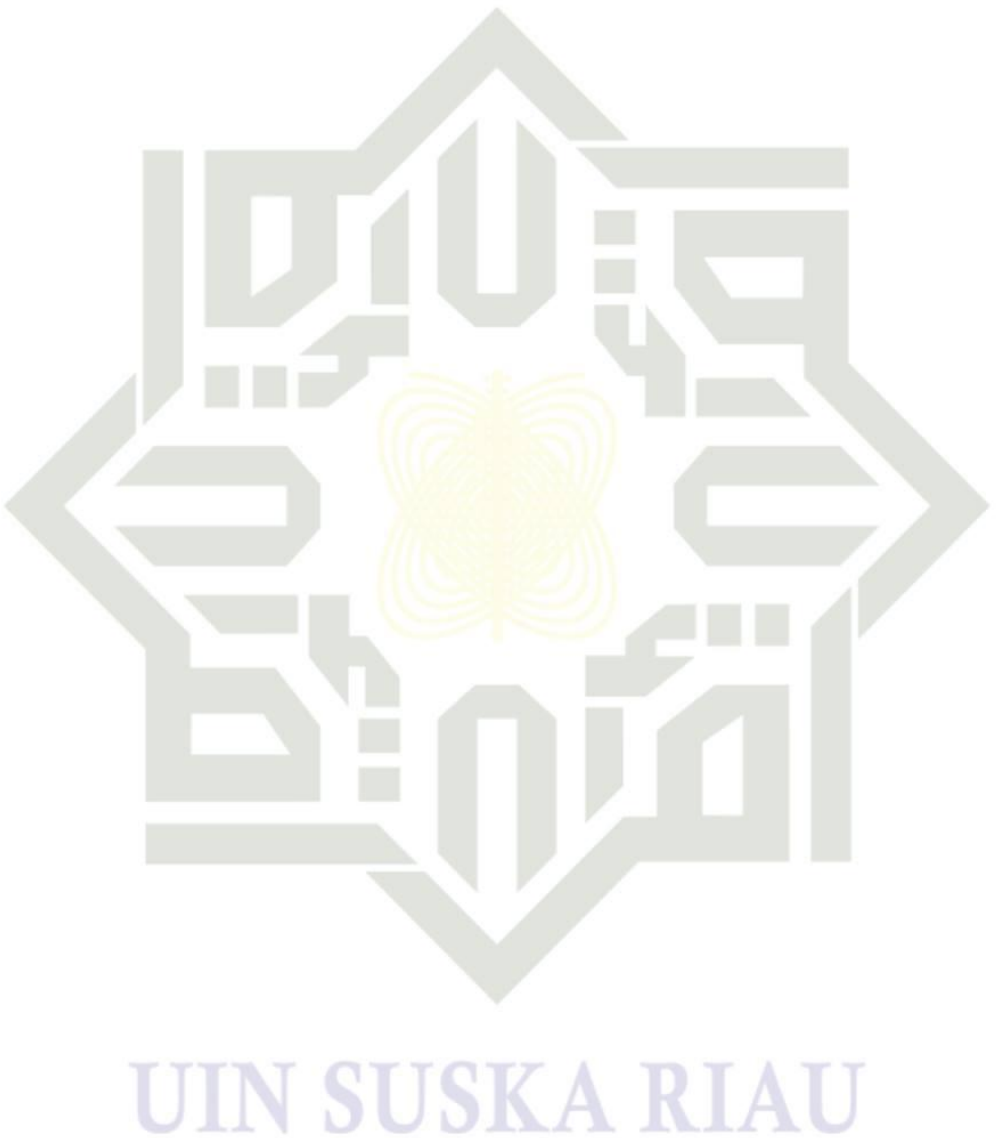
Pertanyaan	Jawaban
	penghambatnya yaitu masih belum menyeluruh dalam membagikan brosur ke orang tua calon peserta didik. Strategi pemasaran di sekolah ini masih dilakukan secara manual.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Lampiran 3 Lembar Observasi

LAPORAN OBSERVASI

Pada tanggal 8 Januari 2023. Bertempat di Sekolah Menengah Pertama Negeri 5 Singingi Hilir, penulis mengunjungi sekolah dan berjumpa dengan kepala sekolah yaitu Bapak Muhammad Juti, S.Pd dan 2 orang guru yaitu Ibu Vika Nurmalasari, S.Pd dan Ibu Dita Lestari Evriza, S.Pd. Untuk mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan Manajemen Strategi Pemasaran sekolah. Hasil yang didapat yaitu:

NO	ASPEK YANG DIAMATI	YA	TIDAK
1	Memberikan pelayanan jasa Pendidikan dengan prima	✓	
2	Sarana dan prasarana sesuai dengan standar peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007	✓	
3	Akses jalan menuju sekolah terjangkau	✓	
4	Proses belajar dan mengajar serta kegiatan ekstrakurikuler disekolah berjalan lancar	✓	
5	Kebersihan lingkungan sekolah sangat terpelihara	✓	
6	Keamanan sekolah sangat ketat		✓
7	Tersedianya aula untuk pertemuan orang tua siswa dan sekolah		✓
8	Ruang kelas bersih dan nyaman	✓	
9	Guru-guru dan siswa yang ramah	✓	
10	Strategi sekolah menggunakan brosur dan spanduk	✓	
11	Prestasi di bidang non akademik	✓	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.




© Hak

Lampiran 4 Surat Balasan Pra Riset

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


PEMERINTAHAN KABUPATEN KUANTAN SINGINGI
DINAS PENDIDIKAN KEPEMUDAAN DAN OLAH RAGA
SMP NEGERI 5 SINGINGI HILIR
 Jl. Jend.Sudirman No... Tanjung Pauh Singingi Hilir Kab.Kuantan Singingi

Nomor : 242 /422.2 / SMPN.5-SH / 2022
 Perihal : -
 Hal : Izin Prariset

Yang Terhormat,
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan keguruan
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 di-
 PEKANBARU

Dengan Hormat,


Menindak lanjuti surat dari dekan fakultas tarbiyah dan keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Nomor : Un.04/F. 11.4/PP.00.9/7623/2022 Pada Tanggal 09 September 2022 tentang Permohonan izin melakukan prariset di SMPN 5 Singingi Hilir, maka dengan ini kami memberikan izin kepada :

Nama : **Darul Ikhsan**
 NIM : **11810310901**
 Program Studi : **Manajemen Pendidikan Islam**
 Fakultas : **Tarbiyah dan Keguruan UIN suska Riau**

Untuk melakukan kegiatan Prariset di SMPN 5 Singingi Hilir dengan waktu yang telah di tentukan.

Demikianlah Surat ini kami sampaikan, atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Tanjung Pauh, 09 September 2022
 Kepala Sekolah


MUHAMAD JUTLIS.Pd
 NIP. 1967090719941002

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

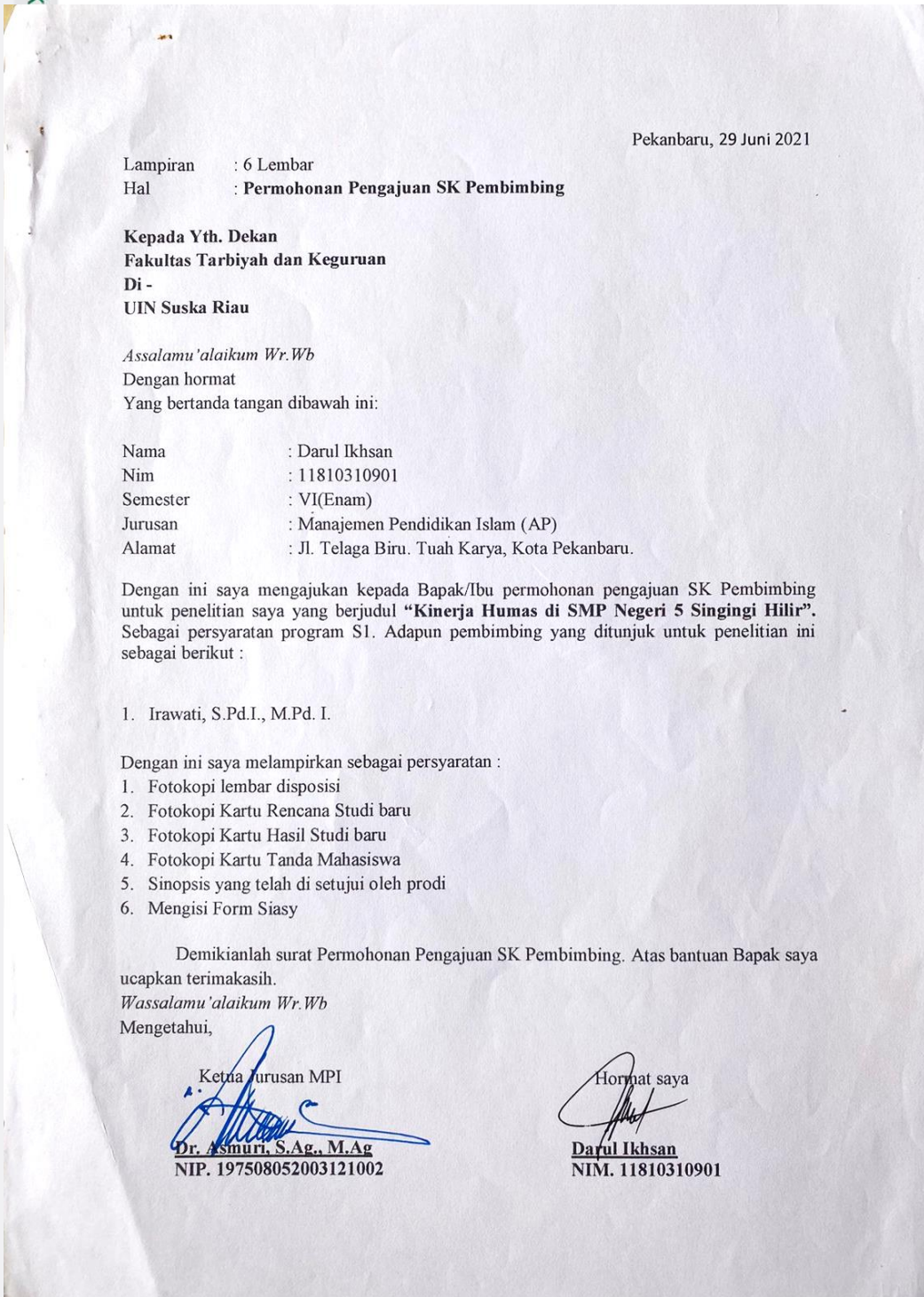


© Hak

Lampiran 5 Surat Keterangan Pembimbing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pekanbaru, 29 Juni 2021

Lampiran : 6 Lembar
Hal : **Permohonan Pengajuan SK Pembimbing**

**Kepada Yth. Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Di -
UIN Suska Riau**

Assalamu'alaikum Wr.Wb
Dengan hormat
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Darul Ikhsan
Nim : 11810310901
Semester : VI(Enam)
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (AP)
Alamat : Jl. Telaga Biru. Tuah Karya, Kota Pekanbaru.

Dengan ini saya mengajukan kepada Bapak/Ibu permohonan pengajuan SK Pembimbing untuk penelitian saya yang berjudul "**Kinerja Humas di SMP Negeri 5 Singingi Hilir**". Sebagai persyaratan program S1. Adapun pembimbing yang ditunjuk untuk penelitian ini sebagai berikut :

1. Irawati, S.Pd.I., M.Pd. I.

Dengan ini saya melampirkan sebagai persyaratan :

1. Fotokopi lembar disposisi
2. Fotokopi Kartu Rencana Studi baru
3. Fotokopi Kartu Hasil Studi baru
4. Fotokopi Kartu Tanda Mahasiswa
5. Sinopsis yang telah di setuju oleh prodi
6. Mengisi Form Siasy

Demikianlah surat Permohonan Pengajuan SK Pembimbing. Atas bantuan Bapak saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb
Mengetahui,

Ketua Jurusan MPI

Dr. Asmuri, S.Ag., M.Ag
NIP. 197508052003121002

Hormat saya

Darul Ikhsan
NIM. 11810310901

Itan Syarif Kasim Riau

Lampiran 6 Surat Keterangan Pembimbing (Perpanjangan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعليم
 FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
 Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 561647
 Fax. (0761) 561647 Web www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II.4/PP.00.9/7569/2023 Pekanbaru,03 Mei 2023
 Sifat : Biasa
 Lamp. : -
 Hal : **Pembimbing Skripsi (Perpanjangan)**

Kepada
 Yth. Irawati, M.Pd

Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan hormat, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau menunjuk Saudara sebagai pembimbing skripsi mahasiswa :

Nama : Darul Ikhsan
 NIM 11810310901
 Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
 Judul : Manajemen strategi pemasaran sekolah di sekolah menengah pertama (SMP)
 Negeri 5 Singingi Hilir
 Waktu : 3 Bulan terhitung dari tanggal keluarnya surat bimbingan ini

Agar dapat membimbing hal-hal terkait dengan Ilmu Manajemen Pendidikan Islam dan dengan Redaksi dan Teknik Penulisan Skripsi sebagaimana yang sudah ditentukan. Atas kesediaan Saudara dihaturkan terima kasih.

Wassalam
 an. Dekan
 Wakil Dekan I



Dr. Zarkasih, M.Ag.
 NIP. 19721017 199703 1 004


Tembusan :
 Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

Lampiran 7 Surat Disposisi

© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR DISPOSISI	
INDEKS BERKAS KODE :	
Hal : Pengajuan Sinopsis (Judul Skripsi) Tanggal : 30 APRIL 2021 Nama : DARUL IKHSAN	
Tanggal Penyelesaian : Sifat :	
INFORMASI: Setelah diarahkan maka judul yang bersangkutan dapat diajukan, mohon agar di tunjuk sebagai pembimbing: <i>loawati, M.pd.</i>	DITERUSKAN KEPADA: 1. Kajor MPI Catatan Kajor MPI a. <i>Judul dapat</i> b. <i>literatur.</i> c. <i>28/6-2021</i> d. <i>[Signature]</i>
Pekanbaru, <i>28/6-2021</i> Kajor MPI,  Dr. Asmuri, S.Ag., M.Ag NIP. 197508052003121002	DITERUSKAN KEPADA : 2. Wakil Dekan I
*) 1. Kepada bawahan "instruksi" atau "informasi" 2. Kepada atasan "informasi" coret "instruksi"	

n Syarif Kasim Riau

Lampiran 8 Cover ACC Proposal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DI SEKOLAH
MENENGAH PERTAMA (SMP) NEGERI 5 SINGINGI HILIR

PROPOSAL

Diserahkan untuk Melengkapi Syarat Pengajuan Proposal Penelitian Skripsi
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Tarbiyah dan Keguruan

*ACC untuk
di lanjutkan
di 3/11/2022*



UIN SUSKA RIAU

Darul Ikhsan

NIM :11810310901

Dosen Pembimbing

Irawati, M.Pd


KONSENTRASI ADMINISTRASI PENDIDIKAN
JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN SUSKA RIAU
PEKANBARU 1443 H/2022 M

Lampiran 9 Surat Pengesahan Perbaikan Proposal

© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.




UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
 Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**PENGESAHAN PERBAIKAN
UJIAN PROPOSAL**

Nama Mahasiswa : Darul Ikhsan
 Nomor Induk Mahasiswa : 11810310901
 Hari/Tanggal Ujian : Selasa, 02 Agustus 2022
 Judul Proposal Ujian : Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir
 Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Dr. Drs. Syafaruddin, M.Pd	PENGUJI I		
2.	Rini Setyaningsih, M.Pd	PENGUJI II		

Mengetahui
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I



Dr. Zarkasih, M.Ag.
 NIM. 19721017 199703 1 004

Pekanbaru, 12 oktober 2022
 Peserta Ujian Proposal



DARUL IKHSAN
 NIM. 11810310901



© Hak

Lampiran 10 Surat Izin Riset

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 كلية التربية والتعليم
 FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
 Jl. H. R. Soebrantas No.155 Km.18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 P.O. BOX 1004 Telp. (0761) 561647
 Fax. (0761) 561647 Web. www.ftk.uinsuska.ac.id, E-mail: eftak_uinsuska@yahoo.co.id

Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/18601/2022
 Sifat : Biasa
 Lamp. : 1 (Satu) Proposal
 Hal : **Mohon Izin Melakukan Riset**

Pekanbaru, 08 November 2022 M

Kepada
 Yth. Gubernur Riau
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu
 Satu Pintu
 Provinsi Riau
 Di Pekanbaru

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh
 Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama : Darul Ikhsan
 NIM : 11810310901
 Semester/Tahun : IX (Sembilan)/ 2022
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 5 Singingi Hilir
 Lokasi Penelitian : Desa Tanjung Pauh kec. Singingi Hilir kab. Kuantan Singingi
 Waktu Penelitian : 3 Bulan (08 November 2022 s.d 08 Januari 2023)

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Dr. H. Kadar, M.Ag.
 NIP.19650521 199402 1 001


Tembusan :
 Rektor UIN Suska Riau



Lampiran 11 Surat Izin Riset (Rekomendasi)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI
 Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/51643
 TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.II/PP.00.9/18601/2022 Tanggal 8 November 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


1. Nama	: DARUL IKHSAN
2. NIM / KTP	: 118103109010
3. Program Studi	: MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
4. Jenjang	: S1
5. Alamat	: PEKANBARU
6. Judul Penelitian	: MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA (SMP) NEGERI 5 SINGINGI HILIR
7. Lokasi Penelitian	: SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI 5 SINGINGI HILIR

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 14 November 2022



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU**

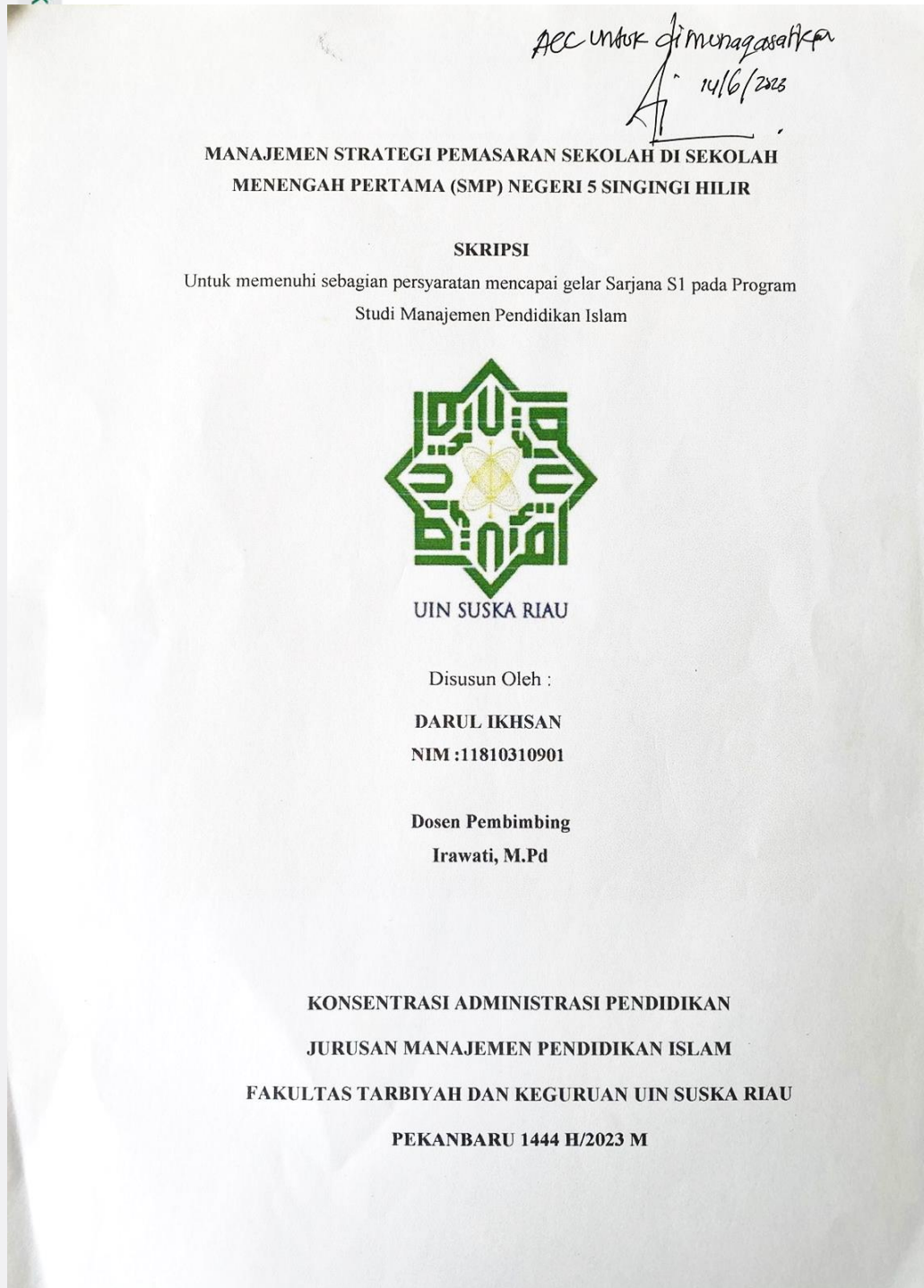
Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kuantan Singingi
 Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Telukkuantan
3. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Lampiran 12 Lembar ACC Skripsi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 13 Lembar Kegiatan Bimbingan Mahasiswa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang






1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.




KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA PROPOSAL MAHASISWA

1. Jenis yang dibimbing : Proposal
 - a. Seminar usul Penelitian :
 - b. Penulisan Laporan Penelitian :
2. Nama Pembimbing : Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I
 - a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 130117004
3. Nama Mahasiswa : Darul Ikhsan
4. Nomor Induk Mahasiswa : 11810310901
5. Kegiatan : Bimbingan

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	07/07 2021	Bimbingan sinopsis		
2	20/06 2022	Bimbingan BAB 1 sampai dengan BAB 3		
3	21/06 2022	Revisi BAB 1 (latar belakang dan identifikasi masalah)		
4	22/06 2022	Bimbingan proposal		
5	27/06 2022	Revisi proposal dan ACC		


Pekanbaru, 27 Juni 2022
Pembimbing,


Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I
NIP. 130117004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat : Jl. H. R. Soebrantas Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 21129

**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA
SKRIPSI MAHASISWA**

1. Jenis yang dibimbing : Skripsi

c. Seminar usul Penelitian :

d. Penulisan Laporan Penelitian :






2. Nama Pembimbing : Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I

b. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 130117004


3. Nama Mahasiswa : Darul Ikhsan

4. Nomor Induk Mahasiswa : 11810310901

5. Kegiatan : Bimbingan

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	8/05 2023	wawancara		
2	26/05 2023	Tambahan penyajian data		
3	19/06 2023	kesimpulan		
4	14/06 2023	Abstrak dan ACC		
5	14/06 2023	ACC MURAGASYAH		
6				

Pekanbaru, 4/6 2023
Pembimbing,


Irawati, S.Pd.I., M.Pd.I
NIP. 130117004

Lampiran 14 Lembar Dokumentasi

© Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ity of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Darul ikhsan, lahir di Tanjung pauh 19 Oktober 1999. Anak kedua dari Bapak Insur dan Ibu Neneng Asmaneli. Pada tahun 2006 masuk SDN 004 Tanjung Pauh, Kecamatan Singingi Hilir, Kabupaten Kuantan Singingi. Penulis melanjutkan MTS ke Pondok Pesantren Syaruddiniyah Sungai Pagar Kampar pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA di MAN 1 Pekanbaru pada tahun 2015.

Setelah menamatkan studi di MAN, penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam pada tahun 2018. Pada pertengahan Juli hingga akhir Agustus 2021 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Tanjung Pauh, Kecamatan Singingi Hilir, Kabupaten Kuantan Singingi. Setelah itu penulis melaksanakan Program Pengalaman Lapangan (PPL) di SMKN 3 Pekanbaru selama 3 bulan, dari awal bulan Oktober hingga pertengahan Desember 2021.

Penulis melaksanakan penelitian ilmiah pada 29 Juni 2022 sampai 08 Januari 2023. Dan akhirnya penulis dapat mengikuti sidang munaqasyah dengan judul skripsi “**Manajemen Strategi Pemasaran Sekolah di Sekolah Menengah Pertama Negeri 5 Singingi Hilir**”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.