

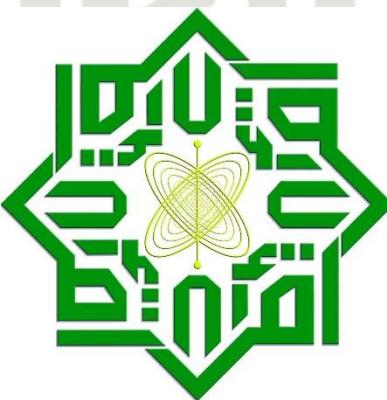


No: skrps/mpi/ftk/Uin.754/25

© **KREATIVITAS KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN  
PENDIDIKAN DI SEKOLAH MENENGAH ATAS  
NEGERI 3 PEKANBARU**

**Skripsi**

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



Disusun Oleh:

**WANDI RIANO  
NIM. 12010317167**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
1446 H / 2025 M**

**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**



PERSETUJUAN

Skripsi ini dengan berjudul “Kreativitas epala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru” yang susun oleh Wandi Riano NIM. 12010317167 dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Dzulhijjah 1446 H  
23 Juni 2025 M

## Menyetujui Men

## Pembimbing

## Ketua Jurusan Manajemen Rendidikan Islam Mansur

Dr. Hj. Yuliharti, M. Ag  
NIP. 19700404 199603 2 001  
NIP. 01

Dr. Nj. Yuliharti. M.Ag  
NIP. 19700404-1996032001

**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 mengikuti 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

© Hak Cipta milik 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.

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

## PENGESAHAN

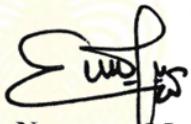
Skripsi dengan judul *Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di Menengah Atas 3 Pekanbaru* yang disusun oleh Wandi Riano dengan NIM 203110031167. Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada 14 Muarram 1447 H/10 Juli 2025. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Prodi Manajemen Pendidikan Islam.

Pekanbaru, 18 Muarram 1447 H  
14 Juli 2025 M

Mengesahkan,  
Sidang Munaqasyah

Pengaji I

  
Dr. Syafaruddin, Drs, M.Pd  
NIP. 19641231 199003 1 045

  
Hj. Nurzena, M.Ag.  
NIP. 19720917 200501 2 007

Pengaji III

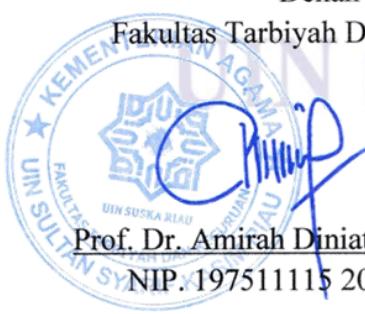
  
Mhd. Sulhan, M.Ed., Ph.D, Cht  
NIP. 19900525 202321 1 020

Pengaji IV

  
Dr. Irawati. S.Pd. I., M.Pd  
NIP. 198312302023212020

Dekan

Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan

  
Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd., Kons.  
NIP. 19751111 200312 2 001



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.

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wandi Riano  
NIM : 12010317167  
Tempat/Tgl. Lahir : Keritang, dus. Masad/14 Juni 2001  
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Skripsi : Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan  
Di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru

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 saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga

Pekanbaru, 18 Juni 2025

Pekanbaru

Yang membuat pernyataan



Wandi Riano  
NIM. 12010317167

**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.

**KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kita hajiahkan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga, sahabat, dan kaum muslimin, semoga kita tetap istiqomah dalam menjalankan ajaran-ajarannya untuk mengarungi kehidupan hingga akhir hayat.

Skripsi dengan judul **“Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru”** merupakan hasil karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis, **Paiman** dan **Ibunda Sarifah Anum**, yang sangat dicintai dan disayangi, atas semua perjuangan, keringat, dan doa yang mereka berikan untuk membantu anaknya mencapai tujuannya untuk menyelesaikan studi perkuliahan ini. Selain itu, penulis tidak lupa ucapkan terimakasih untuk kakak dan abang saya, Ahmad Sandi S.Sos dan Siti Rukhmana, S.Sos yang penulis sangat sayangi. Semoga semua senantiasa

#### **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**

dihindungi oleh Allah SWT. Terima kasih juga kepada teman dan semua anggota keluarga besarku yang telah memberikan dukungan moril dan materil untuk mendorong penulis dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) ini.

Selain dari itu, penulis banyak mendapatkan bantuan baik moril maupun materil. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., AK., CA sebagai Rektorat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, sebagai Wakil Rektor I, Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, sebagai Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.d., sebagai Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memfasilitasi penulis dalam proses perkuliahan
2. Dr. H. Kadar, M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dr. H. Zarkasih, M.Ag., Sebagai Wakil Dekan I, Prof. Dr. Zubaidah Amir MZ, M. Pd., sebagai Wakil Dekan II dan Prof. Dr. Amirah Diniaty, M.Pd., Kons. sebagai Wakil Dekan III beserta staf dan Karyawan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan rekomendasi kepada penulis.
3. Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, dan Dr . Mudasir, M.Pd. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

- © Hak cipta milik 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.
  3. Dilarang mengedarkan karya tulis ini dalam bentuk elektronik.
  4. Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag. selaku pembimbing skripsi yang senantiasa telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
  5. Dr. Edi Iskandar, S.Ag., M.Pd. sebagai pembimbing akademik yang telah memberikan masukan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan studi S1 ini.
  6. Seluruh dosen dan seluruh pegawai prodi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan kemudahan selama penulis berada di Prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
  7. Ibu Hj. Ermita, S.Pd, M.M. selaku Kepala Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru, Ibu Erawati, S.E, MM selaku Waka Kurikulum di Sekolah menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru. Serta seluruh Majelis guru yang telah memberikan izin dan menyediakan waktu untuk membantu penulis untuk melakukan penelitian.
  8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Paiman dan pintu surgaku Ibunda Sarifah Anum. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik. Semoga ayah dan ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu, aamiin.
  9. Kepada kakak dan abang saya, Ahnad Sandi, S.Sos dan Siti Rukhmana, S.Sos, terimakasih banyak atas dukungannya secara moril maupun materil,

**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.

terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

10. Kepada calon pendamping hidupku Dilla Risnanda yang selalu memberikan support untuk saya yang selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini agar cepat memberikan hal yang terbaik untuk kedepannya.
11. Kepada sahabat-sahabat saya yang selalu setia mendengarkan semua keluh kesahku dan memberikan dorongan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu: semoga Allah jadikan kita tetangga di surga kelak aaminn.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terimakasih Wandi Riano yang sudah berjuang sejauh ini dan sudah mampu bertahan dalam situasi yang tidak mudah ini.

Akhir kata, penulis dapat menyadari tanpa Ridho dan pertolongan dari Allah SWT, serta bantuan, dukungan, motivasi dari segala pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penulisan ini, penulis ucapkan banyak terima kasih dan semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian. *Aamiin Yarabbal'alamin.*

Pekanbaru, 18 Juni 2025

Penulis,

**Wandi Riano**  
**NIM. 12010317167**

**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.

**PERSEMBAHAN**

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”**

(QS. Al- Insyirah: 5)

Alhamdulillahhirobbil’alamin.....

Penuh rasa syukurku ucapan kepada Allah Subhanahu wata’ala, terimakasih atas nikmat dan rahmat-Mu. Sebuah perjalanan panjang dan gelap telah engkau gantikan dengan secercah cahaya terang. Shalawat dan salam teruntuk insan Mulia kekasih Allah Nabi Muhammad Sholallahu Alaihi Wassalam engkaulah cahaya bagi seluruh alam Suri teladan dalam kehidupan.

Ayahanda Paiman terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis hingga saat ini, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik dan memotivasi, memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini hingga akhir. Dan pintu surgaku, Ibunda Sarifah Anum tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta serta melangitkan doa-doanya demi kemudahan dan kelancaran penulis dalam menjalankan kehidupan perkuliahan.

Saudara kandung saya Ahmad Sandi, S.Sos dan Asril Prastio, serta kakak ipar saya Siti Rukhmana, S.Sos, yang turut memberikan doa, motivasi dan dukungan. Tak lupa teruntuk calon pendamping hidup saya Dilla Risnanda yang selalu menghibur ketika penulis merasa bosan dalam penulisan karya ini.



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.

## MOTTO

“Sembilan bulan ibuku merakit tubuhku untuk menjadi mesin penghancur bidadari,  
maka tak pantas aku tumbang hanya karena mulut seseorang”

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin  
tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak  
ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan  
apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa  
kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa”

**UIN SUSKA RIAU**

Wandi Riano, (2025)

## ABSTRAK

**: Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, bentuk Kreativitas Kepala Sekolah dalam Pemasaran Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. Informan utamanya kepala sekolah, informan pendukung guru, orangtua wali murid, dan siswa. Teknik pengumpulan datanya yaitu, obaervasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil temuan penelitian adalah bentuk kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di sekolah menengah atas negeri 3 pekanbaru bahwa, kreativitas kepala sekolah memegang peran strategis dalam meningkatkan daya tarik sekolah di tengah persaingan pendidikan. Kepala sekolah yang inovatif mampu menciptakan berbagai program unggulan, membangun citra positif sekolah, dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak sebagai bagian dari strategi pemasaran. Berbagai bentuk kreativitas yang ditunjukkan antara lain: a) penidaan penggunaan media makanan yang berkemasan plastik, b) tidak adanya tempat sampah diruangan sekolah, c) menjadikan lingkungan sehat, bersih, adiwiyata, d) pengembangan kurikulum yang adaptif, e) pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, f) penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan masyarakat.

**Kata Kunci:** Kreativitas Kepala Sekolah, dan Pemasaran Pendidikan



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta UIN Sultan Syarif Kasim 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.

## ABSTRACT

### **Wandi Riano (2025): The Headmaster Creativity in Marketing Education at State Senior High School 3 Pekanbaru**

This research aimed at finding out the form of headmaster creativity in marketing education at State Senior High School 3 Pekanbaru. Qualitative method was used in this research with descriptive analysis. The main informant was the headmaster, and the supporting informants were teachers, parents, and students. Observation, interview, and documentation were the techniques of collecting data. The research findings showed the form of headmaster creativity in marketing education at State Senior High School 3 Pekanbaru that the headmaster creativity played a strategic role in increasing the attractiveness of schools amidst educational competition. Innovative headmaster was able to create various priority programs, build a positive image of the school, and collaborate with various parties as part of a marketing strategy. Various forms of creativity shown included a) the elimination of the use of food media with plastic packaging, b) the absence of trash bins in school rooms, c) making the environment healthy, clean, and green, d) developing an adaptive curriculum, e) utilizing social media as a means of promotion, and f) organizing activities involving the community.

**Keywords:** Headmaster Creativity, Education Marketing

## ملخص

### واندي ريانو، (٢٠٢٥): إبداع مدير المدرسة في تسويق التعليم في المدرسة الثانوية الحكومية الثالثة بكتنارو

يهدف هذا البحث إلى التعرف على أشكال إبداع مدير المدرسة في تسويق التعليم في المدرسة الثانوية الحكومية الثالثة بكتنارو. وقد استخدم الباحث المنهج النوعي التحليل الوصفي. وكان المخبر الرئيسي هو المدير، أما المخبرون الداعمون فهم من المعلمين، وأولياء الأمور، والطلاب. تم جمع البيانات من خلال الملاحظة، والمقابلة، والتوثيق. وأظهرت نتائج البحث أن إبداع مدير المدرسة في تسويق التعليم يُعد عاملاً استراتيجياً في تعزيز جاذبية المدرسة وسط التنافس المتزايد في مجال التعليم. فالمدير المبتكر قادر على خلق برامج متميزة، وبناء صورة إيجابية للمؤسسة، وإقامة شراكات مع جهات متعددة كجزء من استراتيجية التسويق. ومن أشكال الإبداع التي تم رصدها: أ) حظر استخدام الأطعمة المعلبة بالبلاستيك، ب) إزالة صناديق القمامنة من داخل الفصول، ج) تعزيز بيئة مدرسية صحية ونظيفة حاصلة على لقب "أديوياتا"، د) تطوير مناهج مرنة تتماشى مع التغيرات، هـ) استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة دعائية، وـ) تنظيم فعاليات تشاركية مع المجتمع المحلي.

**الكلمات الأساسية:** إبداع مدير المدرسة، تسويق التعليم

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 ISI

PERSETUJUAN .....	i
PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN .....	viii
MOTTO .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	8
C. Penegasan Istilah .....	8
D. Permasalahan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	14
B. Kajian Penelitian Terdahulu .....	55
C. Proposisi .....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	58
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	58
C. Subjek dan objek Penelitian .....	58
D. Teknik Pengumpulan Data .....	59
E. Teknik Analisis Data .....	60
F. Triangulasi Data .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	

A. Deskripsi Umum SMAN 3 Pekanbaru .....	64
B. Temuan Penelitian.....	80
C. Pembahasan.....	91
<b>PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	98
<b>LAMPIRAN .....</b>	101

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.

## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Struktur Organisasi .....	67
Tabel IV.2 Nama Guru SMA .....	70
Tabel IV.3 Tenaga administrasi .....	75
Tabel IV.4 Struktur Pengurus Pustakawan .....	77
Tabel IV.5 Peserta Didik .....	77
Tabel IV.6 Sarana Prasarana .....	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 I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Sekolah yaitu tempat di mana pendidikan dilakukan, bertujuan guna mendidik setiap orang untuk memperbaiki karakter mereka dengan berinteraksi dengan lingkungan mereka.<sup>1</sup> Apabila lembaga pendidikan ingin bertahan lama, mereka harus mempromosikan lembaganya.

Pendidikan telah mengalami kemajuan yang sangat cepat sejak UU No. 20 Tahun 2003, yang membentuk fondasi hukum untuk pengelolaan pendidikan di Indonesia. Lembaga pendidikan bertanggung jawab atas semua aspek pendidikan, termasuk pengaturan kurikulum, sumber daya, pengembangan siswa, dan pemasaran sekolah kepada publik.<sup>2</sup>

Tidak seperti sekarang, dahulu persaingan antara lembaga pendidikan sebagai penyedia layanan pendidikan tidak ketat. Sebelumnya calon siswa berkompetisi untuk masuk ke sekolah dengan sedikit persaingan dengan sekolah lain. Tetapi, masyarakat sangat bijak dalam memilih sekolah yang sesuai dan berkualitas tinggi sesuai keinginan mereka. Beberapa lembaga pendidikan saat ini mulai mengalami kesulitan untuk mendapatkan siswa baru. Kemampuan berkompetensi menentukan kelangsungan hidup institusi pendidikan. Konsumen akan meninggalkan institusi pendidikan yang tidak memiliki daya saing. Pembelajaran

<sup>1</sup> Ibrahim Bafadhol, *Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia*, Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 06, No. 11 (2017), h. 59–72.

<sup>2</sup> Komarudin & Miftahul Huda, *Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Smp Nu Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021*, h. 3.

**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.

berkualitas tinggi menentukan daya saing. Selain itu, kurangnya promosi menyebabkan sekolah tidak memiliki banyak peminat dan tidak terkenal di masyarakat. Karena untuk mempertahankan eksistensi suatu lembaga, promosi harus dilakukan secara maksimal.

Dengan persaingan yang meningkat di antara institusi pendidikan, manajemen pemasaran institusi pendidikan diperlukan.<sup>3</sup> Untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan untuk menghasilkan atau menukar barang atau jasa dengan pihak lain, ini disebut pemasaran. Menurut Kotler Pemasaran adalah bisnis atau aktivitas yang mengirimkan barang serta jasa dari produsen ke pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui proses pertukaran<sup>4</sup>

Kepala sekolah merupakan kunci keberhasilan dan keberlanjutan sekolah. Untuk mengelola institusi pendidikan yang dipimpinnya, kepala sekolah harus bertindak seperti pendidik, manajer, administrator, pengawas, pimpinan, inovasi, dan motivator (EMASLIM). Tanggung jawab kepala sekolah untuk melaksanakan fungsinya tersebut adalah mengembangkan strategi pemasaran pendidikan untuk institusi pendidikan yang dipimpinnya.

Salah satu bukti pemasaran ini adalah berbagai upaya inovatif dan kreatif oleh penyelenggara pendidikan untuk meningkatkan daya Tarik serta keunggulan institusi mereka sehingga menjadi lebih diinginkan dan

<sup>3</sup> Opan Arifudin, dkk, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung), h. 21.

<sup>4</sup> M. Munir, “*Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*”, Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, vol. 1, no. 2 (2018), h. 78–94.

**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.

dibutuhkan oleh masyarakat umum. Untuk menarik calon siswa, strategi pemasaran yang tepat harus digunakan. Strategi ini tidak hanya harus menjual produk pendidikan, tetapi juga mendekatkan institusi ke kebutuhan dan kebutuhan pelanggan. Sebuah organisasi harus melakukan pemasaran secara konsisten jika mereka ingin bertahan dalam persaingan di masa depan.<sup>5</sup>

Untuk menjamin keberhasilan institusi pendidikan, terutama institusi pendidikan Islam, pemasaran sangat penting secara strategis, Kebutuhan dan keinginan masyarakat harus menjadi fokus manajemen pemasaran pendidikan. Mereka harus mengetahui dan memenuhi kebutuhan masyarakat serta memberikan layanan efektif dan efisien. Hal ini jelas berarti bahwa institusi pendidikan harus memiliki kemampuan untuk bersaing dalam proses pemasaran pendidikan. Dengan promosi pendidikan yang baik dan fasilitas yang cukup, lembaga pendidikan dapat memiliki kualitas yang lebih baik. Akan tetapi, jika institusi pendidikan tidak melakukan upaya yang efektif untuk mempromosikan dirinya, kualitas dan prestasi siswa akan berkurang.<sup>6</sup>

Pemasaran pendidikan merupakan aspek penting dalam manajemen sekolah yang berfokus pada upaya untuk menarik minat masyarakat, terutama calon siswa dan orang tua, terhadap layanan pendidikan yang ditawarkan. Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, sekolah

<sup>5</sup> Opan Arifudin, Op., Cit. h. 22.

<sup>6</sup> Mahmud MY Dkk, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Antusiasme Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19, *Journal of Management in Education*. Vol. 6. No. 1. 2021, h. 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.

tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pembelajaran, tetapi juga harus mampu mempromosikan keunggulannya melalui strategi pemasaran yang tepat. Dengan memanfaatkan berbagai kanal, seperti media digital, branding sekolah, dan program-program inovatif, pemasaran pendidikan bertujuan untuk meningkatkan citra dan reputasi sekolah serta memperluas jangkauan calon siswa. Hal ini menjadi semakin relevan dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan yang menawarkan kualitas dan fasilitas yang berbeda-beda, sehingga pemasaran yang efektif tidak hanya mampu menarik minat calon siswa tetapi juga mempertahankan siswa yang sudah ada, serta menciptakan loyalitas yang kuat terhadap sekolah.

Didalam pemasaran juga terdapat beberapa indikator yang harus di terapkan dalam penguatan pemasaran yaitu:

- 1) *Product*
- 2) *Price*
- 3) *Place*
- 4) *Promotion*
- 5) *People*
- 6) *Physical Evidence*
- 7) *Process*

Pemasaran pendidikan kini menjadi kebutuhan yang esensial dalam dunia pendidikan, terutama di tengah persaingan yang semakin kompetitif di antara lembaga-lembaga pendidikan. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan perubahan dinamika sosial, sekolah tidak lagi hanya

**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.

bergantung pada reputasi lokal atau promosi dari mulut ke mulut. Pemasaran pendidikan mencakup berbagai strategi yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan sekolah kepada khalayak luas, termasuk calon siswa, orang tua, masyarakat, bahkan pemerintah dan industri. Pemasaran pendidikan yang baik memungkinkan sekolah untuk lebih menonjolkan keunikan, kualitas layanan, dan nilai-nilai yang ditawarkan, seperti kurikulum unggulan, fasilitas modern, atau program ekstrakurikuler yang menarik.

Selain itu, pemasaran pendidikan tidak hanya berfokus pada menarik calon siswa baru, tetapi juga mempertahankan siswa yang ada serta membangun hubungan yang erat dengan alumni. Pemasaran yang efektif membantu sekolah menciptakan citra positif di mata publik, yang penting untuk meningkatkan daya tarik sekolah. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan platform digital, pemasaran pendidikan sekarang mencakup kampanye digital, seperti pengelolaan media sosial, website interaktif, dan iklan online, yang memungkinkan sekolah menjangkau audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, pemasaran pendidikan bukan sekadar alat promosi, tetapi juga menjadi bagian integral dari strategi pengembangan sekolah dalam menjaga relevansi dan kelangsungan jangka panjang di era modern.

Menguntungkan adalah satu definisi terpendek dari pemasaran. Juga berkaitan dengan menemukan dan memenuhi kebutuhan individu dan

**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.

masyarakat.<sup>7</sup> Namun, Pemasaran pendidikan merupakan tahap yang dilaksanakan lembaga pendidikan untuk memberi pelanggan layanan dan jasa. Dalam organisasi pendidikan, orang yang paling berpengaruh adalah kepala sekolah.

Akibatnya, Jika sekolah hanya berkonsentrasi pada penyelesaian masalah, kepala sekolah juga bertanggung jawab untuk meningkatkan pendidikan, Sekolah mungkin tidak lagi beroperasi atau bersaing dengan sekolah lain. Kompetensi bukanlah hal baru dalam dunia pendidikan, dan persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat. Oleh karena itu, Untuk tetap eksis dan bersaing dengan sekolah lain, kepala sekolah harus merencanakan dan menerapkan pemasaran sekolah mereka. Agar sekolah tetap dekat dengan masyarakat, Untuk memberi tahu masyarakat tentang sekolahnya, kepala sekolah harus menggunakan strategi pemasaran. Apapun kehebatan sekolah, jika tidak dipromosikan dengan baik, Tidak ada orang di masyarakat yang akan mengetahuinya, dan mereka tidak akan tertarik untuk mengajar anak-anaknya di sekolah tersebut.<sup>8</sup>

Kepala sekolah sangat memengaruhi sekolah. Karena kepala sekolah akan tampak seperti seorang pemimpin di institusi yang dipimpinnya, dan juga kepala sekolah harus menjadi suri tauladan yang baik dari semua bidang aspek, baik dari keaktifan, kearifan, kecerdasan, cerdik dalam memutuskan permasalahan dan bijak dalam mengambil keputusan, Selain itu, institusi pendidikan harus memiliki kemampuan

<sup>7</sup> Philip Kotler, Kelvin Lane, *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Jakarta: Indeks, 2009), h. 9.

<sup>8</sup> Komarudin, Op. Cit. h. 6

**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.

untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, Kepala sekolah di zaman modern harus dapat melihat perubahan dan merencanakan masa depan yang lebih baik. Untuk menjaga eksistensi sekolah ataupun lembaga pendidikan maka dibutuhkan dengan adanya usaha dalam pemasaran yang baik untuk mewujudkan tujuan sekolah maka berbagai cara yang dilakukan oleh kepala sekolah, salah satunya mencari orang yang mempunyai potensial, sesuatu yang tampak unik yang sekiranya membuat orang tertarik dan juga agar sekolah mengeluarkan keunggulannya serta banyak orang-orang yang minat akan sekolah pendidikan tersebut.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan ibu ER selaku kepala sekolah SMAN 3 Pekanbaru pada 12 februari 2025, diperoleh informasi bahwa kepala sekolah mempunyai kreativitas untuk pemasaran di sekolahnya, kepala sekolah memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan dan menjaga citra sekolah, oleh karena itu, kreativitas dalam memasarkan pendidikan yang dibuat oleh kepala sekolah diantaranya: 1) larangan untuk membawa media plastik, 2) tidak adanya tempat sampah di ruangan kelas, 3) penguatan bidang olahraga dan seni, 4) memanfaatkan social media seperti, instagram, youtube, dan website, 5) mengadakan seminar, workshop, dan rapat, 6) menciptakan kelas regular dan unggulan.

---

<sup>9</sup> Harmoko, triyaji. *Pengelolaan Pemasaran Pendidikan*, jurnal jarlitbang pendidikan, Vol 3, No. 2, 2017, h. 297.

**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.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti menemukan beberapa masalah yang berkaitan dengan belum maksimalnya kreativitas kepala sekolah dalam memasarkan pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru yaitu:

- 1) Kurangnya kesadaran siswa dalam menjaga lingkungan sekolah
- 2) Keterbatasan alat untuk membangun bakat diri
- 3) Belum maksimal dalam menggunakan sosial media
- 4) Tidak adanya interaksi langsung kepada masyarakat
- 5) Tidak adanya fokus terhadap potensi yang dimiliki oleh siswa

Dari penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul, “Kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di sekolah menengah atas 3 Pekanbaru”

**B. Alasan Memilih Judul**

Penulis melakukan penelitian tentang kreativitas Pemasaran di SMAN 3 Pekanbaru dengan mempertimbangkan beberapa alasan, yaitu:

1. Persoalan-persoalan yang dikaji dalam judul sesuai dengan bidang ilmu yang penulis pelajari, yaitu Manajemen Pendidikan Islam
2. Lokasi penelitian terjangkau oleh peneliti di Jl. Yos Sudarso No. 100A, Umban Sari, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau
3. Penulis mampu mengkaji masalah-masalah yang ada dalam judul

**C. Penegasan Istilah**

Untuk mencegah kesalahan dalam memilih judul penelitian, penegasan istilah diperlukan, yaitu:

1. Kreativitas

**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.

Kreativitas adalah aktivitas kreatif yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang istimewa, asli, dan memiliki makna atau nilai.<sup>10</sup>

Kreativitas didefinisikan oleh Munandar seperti kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, menemukan solusi baru untuk masalah, atau mengidentifikasi hubungan baru antara komponen yang sudah ada.<sup>11</sup>

Menurut Rogers, Proses memasukkan ide-ide baru ke dalam kehidupan dikenal sebagai kreatif. Bagaimana seseorang memiliki sifat yang berbeda berhubungan dengan orang lain, pengalamannya, dan keadaan hidupnya.<sup>12</sup>

Kreativitas, menurut JP Guilford, adalah kemampuan untuk menemukan jawaban atas suatu pertanyaan melalui pemikiran divergensi (tidak searah, menyebar, sebagai lawan dari konvergen, terpusat).<sup>13</sup>

Dari defenisi para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa kreatifitas adalah menciptakan pemikiran baru dari adanya masalah yang sudah ada dapat terselesaikan sehingga, permasalahan tersebut dapat terpecahkan dengan mengeluarkan ide-ide baru.

## 2. Pemasaran Pendidikan

<sup>10</sup> Anna Craft, *Membangun Kreativitas Anak* (London: Inisiasi Press, 2000), h. 1.

<sup>11</sup> Utami Mundandar. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2012), h. 25.

<sup>12</sup> Utami Mundandar. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. Op.cit.,h. 48

<sup>13</sup> Nganinun Naim, *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), h. 217.

**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.

Buchari Alma menjelaskan bahwa pemasaran jasa pendidikan mengacu pada tindakan lembaga pendidikan dalam menyediakan maupun menginformasikan jasa pendidikan kepada pelanggan secara memuaskan.<sup>14</sup>

Kotler mendefinisikan Pemasaran jasa pendidikan didefinisikan sebagai proses maupun kegiatan sosial yang dilakukan secara individu maupun kelompok guna mencapai hasil yang dibutuhkan serta diinginkan. Hal ini dilakukan dengan memberikan penawaran kepada pihak lain yang berkepentingan.<sup>15</sup>

Peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemasaran pendidikan mampu mempromosikan produknya kepada pelanggan atau konsumen dengan sangat jelas mengenai produk yang dibawanya, sehingga konsumen merasa sangat puas terhadap layanan yang di berikan.

## **D. Permasalahan**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan kenyataan bahwa subjek penelitian produk ini adalah Kreatifitas Kepala Sekolah dalam Pemasaran Pendidikan dengan programisasi, masalah-masalah berikut dapat diidentifikasi:

- a) Bentuk Kreativitas Kepala Sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru
- b) Diferensiasi produk dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru

<sup>14</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 45.

<sup>15</sup> Mahmud MY, *Loc. Cit.* h. 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.

- c) Pemasaran atau promosi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru

**2. Batasan Masalah**

Untuk membuat penelitian ini lebih mudah bagi peneliti dan menghindari keterbatasan seperti waktu, biaya, dan faktor lain yang dapat mempengaruhinya, penulis membatasi penelitian ini dengan meneliti hanya bagaimana kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru.

**3. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah adalah: Bagaimanakah kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru?

**4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

**a) Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru.

**b) Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan informasi dan pengetahuan kepada pihak-pihak yang membutuhkannya, baik secara teoritis maupun praktis, seperti berikut:

**1. Manfaat Teoritis**

- a. Sebagai kontribusi bagi pendidikan dan ilmu pengetahuan.

**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. Sebagai bahan acuan dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

**2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan sekaligus pengalaman selama melakukan studi di Universitas Sultan Sarif Kasim Riau, dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan.

- b. Bagi Sekolah

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upayameningkatkan partisipasi masyarakat.

- c. Bagi Universitas Sultan Sarif Kasim Riau

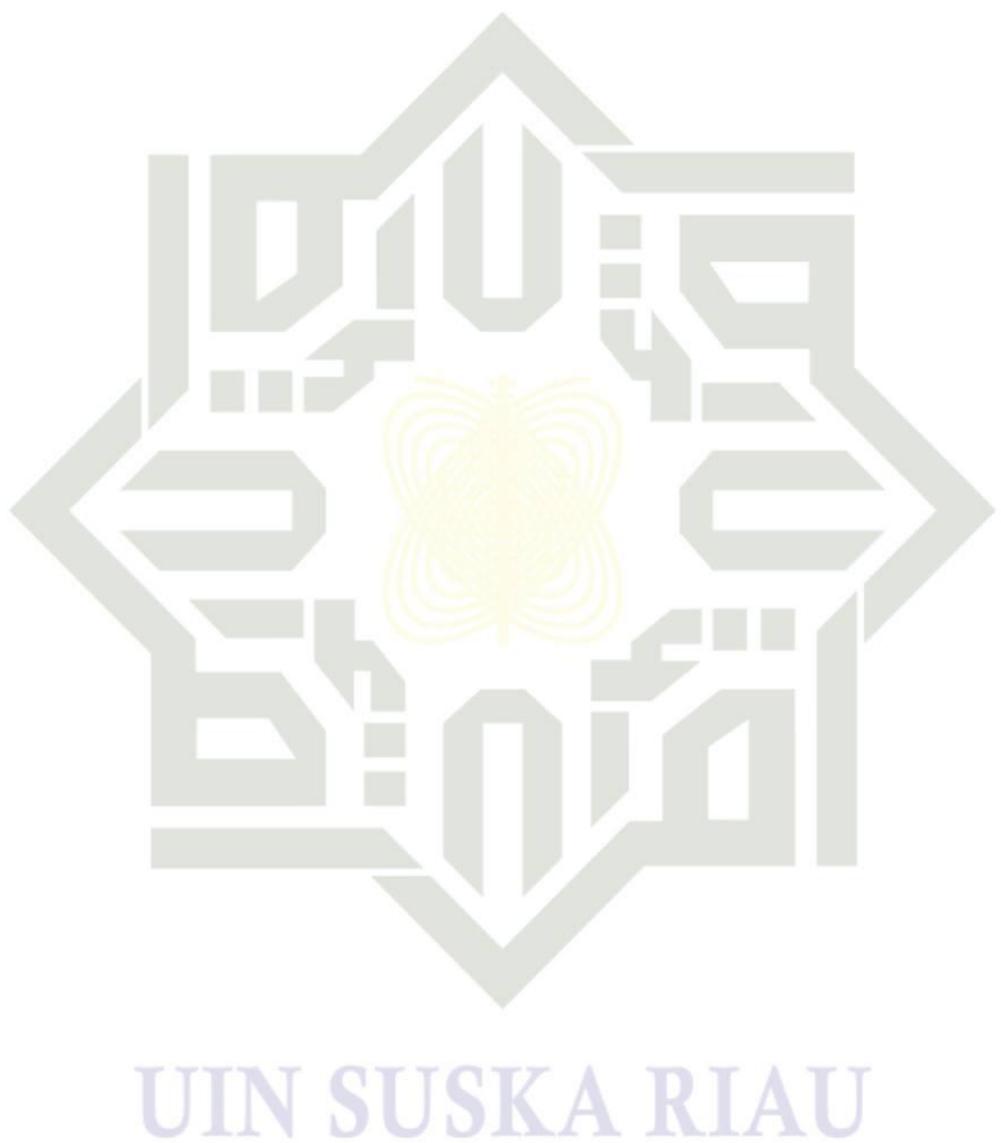
Sebagai koleksi bagi perpustakaan dan bahan bacaan bagi mahasiswa UIN SUSKA.

**3. Manfaat Akademis**

Sebagai sumber referensi bagi para pembaca

- a. Manfaat Administratif

Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi manajemen pendidikan islam.



© 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.



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**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Kepemimpinan Transformasional**

Teori kepemimpinan transformasional didasarkan pada studi tentang kepemimpinan karismatik yang dipelajari oleh Weber, yang berpendapat bahwa otoritas para pemimpin karismatik bergantung pada kualitas luar biasa yang mereka miliki yang membuat mereka menonjol dari pada yang lain. Para pemimpin ini sering muncul di masa krisis dan mempengaruhi orang lain untuk mengikuti mereka, contoh-contoh pemimpin seperti ini adalah Mahatma Ghandi, Martin Luther King - dan juga Hitler<sup>16</sup>. Kepemimpinan transformasional, yang dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi sehingga terjadi perubahan besar dalam sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai pengikut ketika di mana tujuan organisasi dan visi pemimpin diinternalisasikan, serta pengikut mencapai kinerja di luar harapan yang sewajarnya<sup>17</sup>.

Komponen kepemimpinan transformasional sebagai berikut: Idealized Influence (II). Pemimpin transformasional berperilaku dengan cara yang memungkinkan mereka untuk menjadi panutan bagi pengikut mereka, dikagumi, dihormati, dan dipercaya. Pemimpin

<sup>16</sup> R. L. Hughes and Et.al., *Leadership: Enhancing the Lesson of Experience*, 5th ed. (New York: McGraw-Hill, 2006), 24.

<sup>17</sup> G. Yukl, "An Evaluation of Conceptual Weaknesses in Transformational and Charismatic Leadership," *The Leadership Quarterly* 10, no. 2 (1999): 285–305.

**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.

diberkahi oleh pengikut yang memiliki kemampuan, kegigihan, dan tekad yang luar biasa. Dengan demikian, ada dua aspek pengaruh yang diidealikan: perilaku pemimpin dan elemen yang dikaitkan dengan pemimpin oleh pengikut dan rekan lainnya. Pengaruh faktor ideal yang diatribusikan kepada pengikut adalah “Pemimpin meyakinkan yang lain bahwa hambatan akan diatasi”.

Inspirational Motivation (IM). Pemimpin transformasional berperilaku dengan cara memotivasi dan menginspirasi orang-orang di sekitar mereka, agar memiliki semangat tim, antusiasme dan optimisme. Pemimpin mengartikulasikan visi dan harapan yang menarik dari masa depan, dan menginginkan pengikut terlibat serta berkomitmen terhadap visi dan tujuan bersama. Intellectual Stimulation (IS). Pemimpin transformasional berupaya menstimulus pengikut mereka untuk menjadi inovatif dan kreatif, membingkai ulang masalah dan mendekatinya dengan cara yang baru. Tidak ada kritik publik kesalahan anggota individu. Ide-ide baru dan solusi masalah kreatif yang diminta dari para pengikut. Pengikut didorong untuk mencoba pendekatan baru, dan ide-ide mereka tidak dikritik di depan publik karena hal itu berbeda dari ide para pemimpin.

Individualized Consideration (IC). Pemimpin transformasional memposisikan dirinya sebagai pelatih atau mentor untuk pencapaian dan tumbuh kembang potensi pengikutnya. Pemimpin memberikan peluang belajar baru dengan iklim yang mendukung. Perilaku

**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.

pemimpin menunjukkan penerimaan perbedaan individu dengan meningkatkan interaksi dengan pengikut secara personal dan melihat individu sebagai pribadi yang utuh bukan hanya sebagai karyawan<sup>18</sup>. Kepemimpinan transformasional adalah bagian dari paradigma kepemimpinan baru yang memberikan perhatian lebih pada unsur karismatik dan afektif kepemimpinan. Popularitas kepemimpinan transformasional mungkin disebabkan oleh penekanan pada motivasi intrinsik dan pengembangan bagi pengikutnya yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, terinspirasi dan diberdayakan untuk meraih keberhasilan dalam masa ketidakpastian.

Teori kepemimpinan transformasional sangat cocok digunakan untuk pemimpin sekolah karena menekankan pada kemampuan pemimpin untuk menginspirasi, memotivasi, dan membawa perubahan positif dalam organisasi. Kepala sekolah yang menggunakan pendekatan ini mampu memengaruhi guru, staf, dan siswa dengan cara menciptakan visi yang menarik dan memberikan arahan yang jelas tentang tujuan jangka panjang. Pemimpin transformasional tidak hanya fokus pada manajemen administratif tetapi juga memperhatikan bagaimana mereka dapat memberdayakan tim mereka untuk berinovasi, meningkatkan kualitas pendidikan, dan menciptakan lingkungan belajar yang lebih baik. Pendekatan ini menekankan

---

<sup>18</sup> Bass and Riggio, Transformational Leadership, 5–7.

**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.

perubahan budaya sekolah, menjadikan kreativitas dan kolaborasi sebagai inti dari strategi peningkatan kualitas pendidikan.

Selain itu, teori kepemimpinan transformasional mendukung pengembangan individu di dalam organisasi, termasuk pengembangan profesional guru dan staf. Kepala sekolah yang transformasional tidak hanya memberi instruksi, tetapi juga mendukung dan mendorong pengembangan potensi penuh dari setiap anggota timnya, sehingga menciptakan rasa kepemilikan dan komitmen yang lebih besar terhadap visi bersama. Ini sangat penting dalam lingkungan sekolah, di mana pemimpin perlu mengatasi tantangan pendidikan yang kompleks dan dinamis, serta harus mampu mengerakkan semua elemen sekolah untuk bekerja sama dalam menghadirkan perubahan yang relevan, terutama di bidang seperti pemasaran pendidikan dan inovasi pembelajaran.

## 2. Teori Pemasaran Pendidikan

Teori Pemasaran Pendidikan adalah pendekatan yang menerapkan prinsip-prinsip pemasaran dalam konteks institusi pendidikan, baik formal maupun informal. Pemasaran pendidikan melibatkan upaya untuk menarik, mempertahankan, dan memuaskan pelanggan pendidikan, yang dapat berupa siswa, orang tua, masyarakat, dan pihak lain yang berkepentingan. Dalam teori ini, sekolah atau institusi pendidikan diperlakukan sebagai "produk" yang perlu dipromosikan dan dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan

**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 diinginkan, seperti peningkatan jumlah pendaftaran, citra positif, atau dukungan masyarakat.

**a. Pendekatan Pemasaran Produk**

Dalam konteks ini, pendidikan dipandang sebagai "produk" yang ditawarkan oleh institusi pendidikan. Sekolah berusaha menciptakan program yang sesuai dengan kebutuhan pasar, baik dari segi kurikulum, fasilitas, hingga program ekstrakurikuler. Pemasaran produk ini melibatkan pengembangan program akademis dan non-akademis yang kompetitif dan berdaya saing tinggi, sehingga institusi pendidikan dapat menarik lebih banyak siswa atau klien potensial. Kualitas pengajaran, metode pembelajaran, dan nilai-nilai pendidikan yang diusung oleh sekolah juga menjadi bagian dari pemasaran produk tersebut.

**b. Pendekatan Pemasaran Jasa**

Sekolah dan lembaga pendidikan adalah penyedia jasa yang melayani kebutuhan pendidikan dan pembelajaran masyarakat. Dalam konteks pemasaran jasa, interaksi antara sekolah dan pelanggan (siswa, orang tua, dan masyarakat) menjadi sangat penting. Kepercayaan, reputasi, dan pengalaman belajar siswa menjadi faktor utama dalam pemasaran pendidikan sebagai layanan jasa. Layanan yang berkualitas, termasuk pengalaman siswa di sekolah, fasilitas yang mendukung pembelajaran, serta komunikasi efektif antara sekolah dan orang tua,

**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.

menjadi bagian integral dalam membangun citra positif sekolah sebagai institusi penyedia jasa pendidikan.

c. Segmentasi Pasar dan Targeting

Teori pemasaran pendidikan juga melibatkan segmentasi pasar, yaitu pengelompokan calon pelanggan berdasarkan karakteristik tertentu, seperti tingkat sosial ekonomi, preferensi pendidikan, atau nilai-nilai budaya. Institusi pendidikan dapat menggunakan informasi ini untuk menargetkan segmen pasar tertentu yang paling sesuai dengan nilai-nilai atau keunggulan yang dimiliki. Misalnya, sekolah swasta mungkin menargetkan keluarga dengan pendapatan menengah ke atas yang menginginkan pendidikan berstandar internasional, sedangkan sekolah negeri mungkin fokus pada segmentasi lokal yang membutuhkan pendidikan berkualitas dengan biaya terjangkau.

d. Branding dan Komunikasi Pemasaran

Branding menjadi aspek penting dalam pemasaran pendidikan karena citra dan reputasi sekolah sangat memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih institusi pendidikan. Sekolah perlu mengomunikasikan keunggulan, misi, dan nilai yang mereka tawarkan kepada masyarakat. Penggunaan media sosial, iklan, brosur, dan kegiatan promosi lainnya merupakan cara efektif untuk membangun dan memperkuat brand institusi pendidikan. Pemasaran yang efektif akan meningkatkan citra positif sekolah, menarik lebih banyak siswa potensial, dan membangun loyalitas di antara siswa dan orang tua.

**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. Customer Relationship Management (CRM)**

Dalam pemasaran pendidikan, menjaga hubungan yang baik dengan siswa dan orang tua sangat penting. CRM dalam pendidikan berfokus pada bagaimana institusi dapat mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggannya. Hal ini bisa melalui layanan purna jual berupa bimbingan karier atau pendidikan lanjut, pengelolaan alumni, serta penyediaan platform komunikasi yang terbuka dan responsif antara sekolah dan keluarga.

Secara keseluruhan, teori pemasaran pendidikan bertujuan untuk membantu institusi pendidikan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan, menciptakan nilai tambah, serta membangun hubungan yang langgeng dengan komunitas yang dilayani. Pendekatan ini membantu sekolah lebih responsif terhadap perubahan lingkungan pendidikan dan kompetisi yang semakin ketat di dunia pendidikan modern. Teori Pemasaran Pendidikan memiliki peran penting dalam menjelaskan bagaimana kreativitas kepala sekolah berhubungan langsung dengan strategi pemasaran sekolah. Teori Pemasaran Pendidikan menekankan bahwa pendidikan, seperti produk atau layanan, perlu dipasarkan untuk menarik minat dan dukungan dari masyarakat, khususnya calon siswa dan orang tua. Kreativitas kepala sekolah sangat penting dalam mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, seperti branding sekolah, komunikasi

**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 efektif dengan stakeholder, dan penggunaan media digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan citra sekolah.

Kreativitas dalam pemasaran pendidikan memungkinkan kepala sekolah untuk berpikir di luar pendekatan tradisional, menemukan cara-cara baru untuk mempromosikan keunggulan sekolah, program-program unggulan, serta nilai-nilai unik yang ditawarkan. Melalui kreativitas ini, kepala sekolah dapat mengidentifikasi tren dan kebutuhan masyarakat, kemudian mengembangkan program pemasaran yang relevan dan menarik. Dengan demikian, Teori Pemasaran Pendidikan memberikan kerangka kerja bagi kepala sekolah untuk melihat pemasaran sebagai proses strategis yang terus berkembang, di mana peran kreativitas berfungsi untuk memperkuat daya saing sekolah di tengah perubahan dinamika sosial dan teknologi.

### 3. Kreativitas

#### a. Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah tindakan imajinatif yang memiliki kemampuan untuk membuat sesuatu yang berbeda, unik, dan memiliki nilai atau makna.<sup>19</sup> Kreativitas, menurut Munandar, sebagai kemampuan guna menciptakan hal baru, seperti mengembangkan konsep baru guna memecahkan masalah, atau menemukan hubungan baru antara komponen yang sudah ada.<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> Anna Craft, *Membangun Kreativitas Anak*. *Ibid.* h. 1.

<sup>20</sup> Utami Mundandar. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2012), h. 25.

**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.

Kata "to create", yang artinya "menciptakan", berasal dari bahasa kreatif. Semua orang yang memiliki organ hidup sempurna memiliki kemampuan dalam menciptakan gradasi masing-masing.

Tidak ada cara untuk membagi orang menjadi kreatif atau tidak kreatif; ada tingkat kreativitas yang berbeda, dan orang-orang yang memiliki lingkungan yang mendukung dapat menunjukkan tingkat kreativitas mereka.<sup>21</sup>

Sebagian orang berpendapat bahwa istilah "kreativitas" berasal dari kata bahasa Inggris "to crate" dan "to exist produce", yang berarti "menyebabkan" dan "menghasilkan". Dan dari kata "to crate" di atas, berbagai kata jadian dapat dihasilkan, seperti "creator", "creation", "creative", "creativity", dan "creativeness", yang biasanya tidak diterjemahkan dalam bahasa Indonesia. Kemudian disebut sebagai "creator", "kreasi", "kreatif", "kekreatifan", dan "kreatifitas". Menurut pernyataan ini, kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru dan unik dengan menggunakan ide-ide, alat, dan, lebih khusus lagi. Di sini, menemukan atau menghasilkan sesuatu yang baru harus dianggap sebagai "menghasilkan" dan "menemukan" bukan lebih atau kurang. Jadi, kreativitas itu menemukan dan menghasilkan sesuatu yang ada, tetapi belum diketahui.<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Uhar Suharsaputra, *Keterampilan Inovasi Pendidikan*, (Bandung : Refika Aditama

<sup>22</sup> Wahyudin, *Anak Kreatif*, (Jakarta : Gema Insani, 2017). h 2-3

**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.

Menurut Rogers, Proses memasukkan ide-ide baru ke dalam kehidupan dikenal sebagai kreatif. Hasil penelitian baru menunjukkan sifat unik seseorang dalam interaksinya dengan orang lain, pengalamannya, dan keadaan hidupnya.<sup>23</sup>

Kreativitas, menurut JP Guilford, adalah kemampuan untuk menemukan jawaban atas suatu pertanyaan melalui pemikiran divergensi (tidak searah, menyebar, sebagai lawan dari konvergen, terpusat).<sup>24</sup> Dari definisi para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa kreatifitas adalah menciptakan pemikiran baru dari adanya masalah yang sudah ada dapat terselesaikan sehingga, permasalahan tersebut dapat terpecahkan dengan mengeluarkan ide-ide baru.

Menurut Conny Setiawan, kreativitas juga berarti kemampuan untuk membuat produk baru. Dengan kata lain, kreatifitas adalah:

- 1) Kreativitas merupakan kemampuan dalam menghasilkan kombinasi atau menemukan hubungan baru antara elemen, data, dan variable yang sudah ada.
- 2) Kreativitas merupakan kemampuan seseorang guna menghasilkan ide dan karya baru yang berbeda dari sebelumnya.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Utami Mundandar. Op.cit, h. 48.

<sup>24</sup> Nganinun Naim, *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), h. 217.

<sup>25</sup> Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), h 248

**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.

Secara sederhana, kehadiran gagasan baru dikenal sebagai kreativitas. Kreativitas adalah proses yang dapat berkembang, dan kreativitas adalah hasil dari: ditingkatkan. Kekuatan persaingan berasal dari kreativitas karena perubahan lingkungan. Menurut Zimmerer, Kreativitas adalah kemampuan untuk menemukan solusi baru untuk masalah dan peluang. Sebagai contoh, pendapat lain mengatakan kreativitas:

- 1) Kemampuan untuk menghasilkan barang baru
- 2) Kemampuan untuk menciptakan, menggabungkan, serta melihat hubungan baru antara elemen, data, dan variabel yang telah ada
- 3) Kemampuan seseorang untuk membuat sesuatu yang baru, baik dari konsep maupun hasil nyata, yang sangat berbeda dari yang sudah ada.<sup>26</sup>

Akibatnya, menunjukkan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide inovatif yang meningkatkan nilai seseorang atau organisasi. Banyak ide kreatif dan konsepnya beragam.<sup>27</sup>

**b. Pengertian Kepala Sekolah**

Guru yang bertanggung jawab untuk mengelola sekolah dan menjalankan proses pendidikan disebut sebagai kepala sekolah. Guru yang diberi tugas tambahan untuk mengelola sekolah disebut sebagai kepala sekolah. Keputusan Nomor 6 Tahun 2018 Menteri

<sup>26</sup> Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung : Pustaka Setia, 2014) h.94

<sup>27</sup> Uhar Suharsaputra, *Op.cit* h. 274

**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 dan Kebudayaan Republik Indonesia Tentang Penugasan Guru sebagai Kepala Sekolah

*“Kepala sekolah adalah guru yang diberi tugas untuk memimpin dan mengelola satuan pendidikan yang meliputi taman kanak-kanak (TK), taman kanak-kanak luar biasa (TKLB), sekolah dasar (SD), sekolah dasar luar biasa (SDLB), sekolah menengah pertama (SMP), sekolah menengah pertama luar biasa (SMPLB), sekolah menengah atas (SMA), sekolah menengah kejuruan (SMK), sekolah menengah atas luar biasa (SMALB), atau Sekolah Indonesia di Luar Negeri”*

Menurut Wajosumidja dalam Ahmad Susanto, seorang guru fungsional yang mejabat sebagai kepala sekolah bertanggung jawab untuk mengelola suatu lembaga pendidikan, serta proses belajar mengajar dan interaksi guru-siswa.

Menurut Husaini Usman dalam Donni Juni Priansa, Sumber daya sekolah harus dikelola oleh kepala sekolah sesuai dengan prinsip-prinsip "teamwork", yang berarti bahwa semua orang bekerja sama, saling membantu, saling penuh kedewasaan, saling teratur, saling menghormati, dan saling berbaik hati.<sup>28</sup>

Dari semua yang disebutkan di atas, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa kepala sekolah harus memiliki kualitas dan bakat yang baik. Selain itu, mereka harus memiliki kemampuan dan kemampuan untuk membantu mengelola sekolah secara profesional.

---

<sup>28</sup> Doni Juni Priansa, *Menjadi Kepala Sekolah dan Guru Profesional*. Bandung : Pustaka Setia, 2017

**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. Peran dan Tugas Kepala Sekolah**

Tanggung jawab kepala sekolah salah satunya yaitu mengelola kegiatan yang ada di sekolah. Sebagai pemimpin, kepala sekolah harus terus berkembang untuk mendukung peningkatan kualitas pendidikan dan menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan, aman, dan nyaman.

Dalam tulisannya H. M. Jufri Dolong, Endang Mulyasa menyatakan bahwa Kepala sekolah mempunyai banyak tanggung jawab sebagai pendidik. Kepala sekolah harus menerapkan gaya kepemimpinan yang tepat agar organisasinya beroperasi dengan baik. Ada beberapa emansisme yang dapat digunakan untuk mengacu pada peran dan tanggung jawab seorang kepala sekolah yaitu (education, manager, administrator, supervisor, leader, inovator, motivator dan entrepreneur). Berikut adalah gambaran lebih lanjut tentang peran tersebut:

**1) Kepala sekolah sebagai pendidik**

Dalam peran mereka sebagai pendidik, Kepala sekolah mempunyai tugas utama dalam memberikan pembinaan kepada siswa, guru, dan staf. Mereka juga harus membuat rencana pembelajaran, menerapkan program pembelajaran, mengevaluasi pembelajaran, dan membuat lingkungan sekolah baik bagi siswa dan masyarakat.

**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) Kepala sekolah sebagai manajer**

Sebagai manajer, Untuk memastikan bahwa sumber daya sekolah digunakan secara efektif, manajer kepala sekolah harus mengawasi kegiatan manajemen.

**3) Kepala sekolah sebagai administrator**

Sebagai administrator, kepala sekolah bertanggung jawab untuk menyusun seluruh sumber daya, termasuk pendidik, non-pendidik, sarana, dan sumber daya pembelajaran, sehingga administrasi sekolah dan program bisa berjalan baik.

**4) Kepala sekolah sebagai supervisor**

Kepala sekolah wajib dapat mendorong, membimbing, dan membantu guru dalam mengatasi masalah pembelajaran. Kemendiknas menegaskan bahwa Sebagai supervisor, kepala sekolah bertanggung jawab untuk mengembangkan program supervisi, melaksanakannya, dan memanfaatkan hasil supervisi untuk meningkatkan atau membina kinerja guru dan staf serta untuk mengembangkan sekolah.

**5) Kepala sekolah sebagai leader**

Sebagai leader, Kepala sekolah harus memiliki kemampuan untuk menetapkan serta menerapkan visi dan misi sekolah, memotivasi bawahannya untuk melakukan tugas diberikan kepada mereka dengan penuh komitmen, dan mengambil keputusan atas semua kegiatan serta masalah yang ada.

**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.

## 6) Kepala sekolah sebagai inovator

Kepala sekolah sebagai pembuat ide, artinya mereka mampu mengikuti perubahan yang terjadi di institusi pendidikan mereka untuk membangun institusi pendidikan yang mereka pimpin. Pemimpin sekolah wajib mempunyai pendekatan yang tepat guna mengembangkan ide baru, mengintegrasikan semua divisi, menjadi panutan bagi guru lainnya, dan membuat model pembelajaran yang inventif.

Menurut Mulyasa, seorang Kepala sekolah yang kreatif harus memiliki cara yang tepat untuk mengembangkan hubungan yang baik dengan lingkungan, mencari ide baru, menerapkannya, mengintegrasikan kegiatan, memberikan teladan kepada karyawan, dan membuat model pembelajaran yang inovatif.<sup>29</sup> Menurut Marno, Kepala sekolah harus memiliki kemampuan untuk mengatur lingkungan sekolah dan memiliki ide-ide baru sebagai bagian dari tanggung jawabnya untuk membuat sesuatu yang baru.<sup>30</sup>

## 7) Kepala sekolah sebagai motivator

Sebagai motivator, kepala sekolah bertanggung jawab untuk mendorong dan mendukung karyawannya guna bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Kepala sekolah wajib

<sup>29</sup> Mulyasa. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2011.h, 118.

<sup>30</sup> Jezi Adrian Putra. *PERAN KEPALA SEKOLAH SEBAGAI INOVATOR DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI KOTA PARIAMAN*. Vol.2, No. 1, 2014, h. 348-831

**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.

mempunyai pendekatan yang tepat guna mendorong karyawan untuk melakukan pekerjaan serta tanggung jawab sebagai motivator.

**8) Kepala sekolah sebagai entrepreneur**

Kepala sekolah bertanggung jawab guna menciptakan inovasi yang bermanfaat guna kemajuan sekolah dengan melihat peluang dan memanfaatkannya untuk kepentingan sekolah. Sebagai kepala sekolah, mereka bertanggung jawab atas pengembangan semua sumber daya yang ada di lingkungan sekolah. Dengan demikian, kepala sekolah wajib mempunyai kemampuan untuk memenuhi tanggung jawabnya untuk membangun sekolah yang berkualitas tinggi dan mencapai tujuan pendidikan secara keseluruhan.<sup>31</sup>

Menurut Amiruddin, Sebagai manajer sekolah, kepala sekolah atau madrasah bertanggung jawab untuk memberdayakan seluruh sumber daya untuk merencanakan, menerapkan, dan mengevaluasi program sekolah. Kepala sekolah atau madrasah harus memiliki tiga kualifikasi utama untuk melakukan tugas dan fungsinya, yaitu:<sup>32</sup>

- 1) Memiliki sikap yang responsif terhadap kebutuhan dan harapan rekan kerjanya, menghargai kemampuan gurunya,

<sup>31</sup> Dolong, Jufri H. M, *Standar Kepemimpinan dan Kompetensi Kepala Sekolah*. 2019. 2 (2) h. 324

<sup>32</sup> Amiruddin, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta : K-Media Anggota IKAPI No.106/DIY/2018, 2021

**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.

dan selalu berusaha untuk menggunakan keahlian rekan kerjanya untuk meningkatkan potensi siswasiswinya.

- 2) Kepala sekolah dan madrasah harus selalu mencari dan mendirikan rapat formal dan informal untuk mengevaluasi dan menyelaraskan inisiatif kebijakan. Itu semua dilakukan untuk mendorong inovasi dan meningkatkan akseptabilitas keputusan sekolah dan madrasah.
- 3) Kepala sekolah atau madrasah harus lebih menekankan keahliannya daripada kekuasaan resmi, keputusan harus dibuat berdasarkan pendapat dan pandangan orang yang tahu dan ahli tentang masalah itu daripada menggunakan kekuasaan kepemimpinannya.

Keterlibatan manajerial yang diperlukan oleh seorang kepala sekolah atau madrasah meliputi:

- 1) Membuat rencana pendidikan untuk berbagai tingkatan.
- 2) Mengembangkan organisasi sekolah/madrasah menjadi sesuai kebutuhan.
- 3) Pemimpin lembaga pendidikan dalam rangka pendayagunaan sumber daya yang efektif.
- 4) Mengawasi transformasi dan pengembangan sekolah/madrasah untuk menciptkan sistem pembelajaran yang efisien.

**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) Menciptakan budaya sekolah/madrasah yang ramah dan inovatif untuk pembelajaran siswa.
- 6) Mengawasi pendidik dan karyawan untuk meningkatkan pendayagunaan SDM.
- 7) Mengawasi sarana dan prasarana sekolah//madrasah untuk pendayagunaan yang optimal
- 8) Mengawasi hubungan sekolah/madrasah dengan masyarakat untuk mendapatkan dukungan gagasan, sumber belajar, dan dana pendidikan
- 9) Mengelola siswa dalam penerimaan dan mengembangkan siswa baru.
- 10) Melaksanakan pengembangan kurikulum dan kegiatan pembelajaran wajib disesuaikan dengan tujuan dan arah pendidikan nasional.
- 11) Keuangan sekolah/madrasah dikelola dengan cara yang akuntabel, terbuka, dan efektif.
- 12) Mengawasi ketatausahaan institusi pendidikan untuk mendukung pencapaian tujuan institusi pendidikan
- 13) Mengelola unit layanan khusus sekolah/madrasah untuk mendukung pembelajaran dan kegiatan siswa
- 14) Mengawasi sistem informasi sekolah/madrasah guna membantu pengambilan keputusan dan pembuatan program.

**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.

- 15) Memanfaatkan teknologi informasi baru untuk meningkatkan pembelajaran dan manajemen sekolah
- 16) Mengawasi, mengevaluasi, dan melaporkan pelaksanaan program kegiatan di sekolah/madrasah dengan cara yang tepat dan merencanakan tindakan lanjut.

**d. Ciri-Ciri Kreativitas**

Kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu, seperti ide, proses, atau produk, dikenal sebagai kreatifitas. Ada beberapa hal penting yang harus dipertimbangkan selama proses pembuatan, seperti:

- 1) Memiliki kemampuan menemukan ide baru.
- 2) Mempunyai kemampuan untuk menemukan bahan yang digunakan membuat suatu produk.
- 3) Dapat melaksanakannya, dan mampu menghasilkannya.<sup>33</sup>

Ide-ide kreatif memiliki kemampuan untuk memperluas pemikiran orang lain dan membuat mereka lebih sadar. Produk kreatif harus dapat memberikan kepuasan kepada pengguna. Setiap pengguna diberi kesempatan untuk menemukan artinya sendiri dan merasa dihargai. Tanpa merasa ter dorong atau dipaksa untuk menerima makna atau pesan dari penulis pesan.<sup>34</sup>

Seperti yang dinyatakan oleh Supriadi dalam Yeni Rachmawati, kreativitas dapat dikelompokkan dalam dua kategori: kognitif dan

<sup>33</sup> Momon Sudarma, *Mengembangkan Keterampilan Berpikir*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada), h. 9

<sup>34</sup> Momon Sudarma, *Op.cit*, h.10

**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.

nonkognitif. Salah satu ciri kognitif adalah elaborasi, kelancaran, orisinalitas, dan fleksibelitas. Namun, sifat nonkognitif termasuk motivasi sikap dan keperibadian kreatif. Selain itu, berikut adalah 24 karakteristik kepribadian yang ditemukan dalam berbagai penelitian:

- 1) Bersiap dengan pengalaman baru.
- 2) Fleksibel berpikir dan bertindak.
- 3) Leluasa berpendapat dan berperasaan.
- 4) Menghormati imajinasi.
- 5) Tertarik dengan aktivitas kreatif.
- 6) Memiliki pendapat sendiri tanpa terpengaruh oleh opini orang lain.
- 7) Mempunyai minat yang besar.
- 8) Toleransi terhadap pendapat yang berbeda dan ketidakpastian.
- 9) Berani mengambil risiko.
- 10) Optimis dan independen.
- 11) Komitmen dan tanggungjawab terhadap tugas.
- 12) Tekun serta tidak bosan.
- 13) Tidak kehabisan akal untuk menyelesaikan masalah.
- 14) Kaya akan upaya.
- 15) Beradaptasi dengan keadaan lingkungan.
- 16) Lebih fokus padasekarang dan masa depan daripada masa lalu.
- 17) Memiliki keyakinan diri yang kuat dan stabilitas emosional.

**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.

- 18) Tertarik pada hal-hal yang tidak jelas, kompleks, luas, dan misterius.
- 19) Mempunyai ide inovatif.
- 20) Mempunyai banyak minat.
- 21) Menggunakan waktu luan untuk kegiatan yang meingkatkan diri dan bermanfaat.
- 22) Kritik terhadap opini orang lain.
- 23) Senang memiliki pertanyaan yang bagus.
- 24) Mempunyai kesadaran yang tinggi tentang moralitas dan estetika.

Semua ciri-ciri ini menunjukkan betapa beragamnya kepribadian orang kreatif. Orang kreatif bisa menjadi baik dan buruk. Sebagai contoh, individu kreatif memiliki kecenderungan untuk berperilaku sosial yang tidak toleran terhadap orang lain, sinis, skeptis, dan kadang-kadang pemberontak.<sup>35</sup>

**e. Bentuk-Bentuk Kreativitas**

Menurut Boden, ada banyak cara untuk menjadi kreatif, tetapi tiga yang paling umum adalah:<sup>36</sup>

- 1) Kreativitas lahir dalam bentuk kombinasi. Orang yang menggabungkan konsep, ide, atau produk yang sudah ada untuk membuat sesuatu yang baru.

<sup>35</sup> Yeni Rachmawati, *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*, (Jakarta : Kencana, 2012), h. 15

<sup>36</sup> Momon Sudarma, Op. Cit. h. 25-27

**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) Kreativitas lahir dalam bentuk eksplorasi. Mencoba menciptakan yang baru dari yang belum pernah ada. Mereka memiliki kemampuan untuk mencoba hal-hal baru, yang membuat mereka dianggap kreatif.
- 3) Transformasi. Ini adalah transformasi dari gagasan ke tindakan nyata, atau dari struktur ke kultur, struktur ke kultur, atau satu fase ke fase lainnya. Karena kemampuan untuk meniru atau mengubah ide menjadi sesuatu yang baru, orang kreatif. Namun, ada pendapat lain yang menyatakan bahwa kreativitas dapat dibagi menjadi lima jenis, yaitu:
  - 1) Kemampuan berfikir lancar (*fluency*) yaitu kemampuan untuk menghasilkan berbagai ide serta gagasan, menyarankan berbagai cara guna melaksanakan berbagai hal, dan menemukan berbagai kemungkinan solusi dan penyelesaian masalah.
  - 2) Kemampuan berfikir luwes (*flexibility*) merupakan kemampuan untuk mengatasi masalah dengan berbagai cara, serta kemampuan untuk menghindari bergantung pada pola fikir yang lama.
  - 3) Kemampuan berfikir orisinal (*originality*) yaitu kemampuan untuk menghasilkan konsep dan kombinasi yang unik dan baru. Dan mampu menemukan berbagai cara untuk memecahkan masalah yang mungkin tidak terpikirkan orang lain.

**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.

- 4) Kemampuan menilai (evaluation) kemampuan dalam melakukan penilaian sendiri serta menetapkan suatu pertanyaan benar atau tindakan dianggap bijaksana, tidak hanya menemukan ide juga menerapkannya lebih baik, tetapi kurang menarik.
- 5) Kemampuan memperinci (elaboration) merupakan kemampuan untuk membuat suatu hal, ide, atau keadaan lebih baik dan menarik serta memperkaya atau mengembangkannya.<sup>37</sup>

**f. Indikator Kreativitas Kepala Sekolah**

Indikator kreativitas dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana seseorang atau kelompok mampu menghasilkan ide-ide atau solusi baru dan inovatif. Beberapa indikator kreativitas yang sering digunakan dalam penelitian atau evaluasi adalah sebagai berikut:

**1. Fleksibilitas (Flexibility)**

- Kemampuan untuk menghasilkan ide atau solusi dari berbagai perspektif yang berbeda.
- Mengindikasikan seberapa mudah seseorang dapat berpindah dari satu pendekatan atau gagasan ke yang lain.
- Dalam konteks kepala sekolah, fleksibilitas terlihat dari kemampuannya untuk menyesuaikan strategi pemasaran pendidikan dengan perubahan kebutuhan pasar.

<sup>37</sup> Ayu Sri Menda Br Sipetu, *Pengembangan Kreativitas Siswa*, (Bogor : Guepedia, 2019), h 25-28

**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. Orisinalitas (Originality)

- Tingkat keunikan atau kebaruan dari ide yang dihasilkan.
- Semakin sedikit ide yang dihasilkan oleh orang lain, semakin tinggi tingkat orisinalitasnya.
- Kepala sekolah yang kreatif mampu menemukan solusi pemasaran yang belum pernah digunakan sebelumnya atau sangat berbeda dari cara-cara konvensional.

## 3. Fluensi (Fluency)

- Kemampuan untuk menghasilkan banyak ide atau solusi dalam waktu singkat.
- Semakin banyak ide yang dapat dihasilkan, semakin tinggi tingkat fluensinya.
- Ini dapat dilihat dari kemampuan kepala sekolah dalam memunculkan berbagai alternatif strategi pemasaran untuk mempromosikan sekolah.

## 4. Elaborasi (Elaboration)

- Kemampuan untuk mengembangkan ide dengan detail yang lebih kompleks.
- Melibatkan penguraian ide dasar menjadi konsep yang lebih konkret dan dapat diterapkan.
- Kepala sekolah yang kreatif akan mampu memperluas gagasan pemasaran menjadi rencana strategis yang matang dan detail.

**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. Sensitivitas terhadap Masalah (Problem Sensitivity)

- Kemampuan untuk mengenali dan memahami masalah atau peluang yang ada.
- Seseorang yang kreatif akan lebih peka terhadap kebutuhan atau tantangan yang muncul di lingkungannya.
- Kepala sekolah yang sensitif terhadap perubahan pasar pendidikan akan lebih mudah menemukan cara-cara inovatif untuk merespons tren dan kebutuhan calon siswa dan orang tua.

## 6. Keberanian Mengambil Risiko (Risk-taking)

- Kesiapan untuk mencoba ide-ide baru meskipun ada ketidakpastian atau potensi kegagalan.
- Dalam konteks kreativitas, keberanian mengambil risiko sering diperlukan untuk menghasilkan inovasi yang signifikan.
- Kepala sekolah yang kreatif berani mencoba strategi pemasaran yang berbeda, meskipun mungkin belum terbukti berhasil.

## 7. Komitmen terhadap Inovasi (Commitment to Innovation)

- Kemampuan untuk tetap konsisten mengembangkan ide-ide kreatif hingga ide tersebut dapat diterapkan.
- Kepala sekolah yang kreatif akan terus mendorong inovasi dalam pemasaran pendidikan, meskipun tantangan muncul.

**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.

Indikator-indikator ini dapat digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kepala sekolah memanfaatkan kreativitas mereka dalam merancang strategi pemasaran pendidikan yang efektif.

#### **4. Pemasaran Pendidikan**

##### **a. Pengertian Pemasaran Pendidikan**

Buchari Alma menjelaskan bahwa Pemasaran jasa pendidikan mengacu pada tindakan lembaga pendidikan yang menyediakan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada pelanggan secara efektif dan memuaskan.<sup>38</sup> Kotler mendefinisikan Pemasaran jasa pendidikan didefinisikan sebagai suatu proses atau kegiatan sosial yang dilakukan secara manajerial oleh individu atau kelompok untuk mencapai hasil yang dibutuhkan dan diinginkan lembaga pendidikan. Hal ini dilakukan dengan memberikan penawaran kepada pihak lain yang berkepentingan.<sup>39</sup>

"Pemasaran" adalah singkatan dari "pasar". Pasar dapat digambarkan secara sederhana sebagai tempat di mana sejumlah pembeli dan penjual berkumpul untuk melakukan transaksi tukar-menukar barang.<sup>40</sup>

Salah satu definisi pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Philip dan Duncan: Pemasaran mencakup semua proses yang dilakukan untuk membawa produk nyata ke tangan konsumen.

<sup>38</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 45.

<sup>39</sup> Mahmud MY, *Loc. Cit.* h. 35

<sup>40</sup> Doni Juni Priansa, *Op.cit.* h. 30

**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) W.J. Stanton: Pemasaran adalah keseluruhan sistem yang digunakan oleh bisnis untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan pembeli, baik yang sebenarnya maupun yang potensial.
- 3) P.H. Nystrom: Pemasaran mencakup semua tindakan yang menghubungkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- 4) American Marketing Association: Pemasaran adalah proses bisnis yang berfokus pada aliran barang dan jasa dari produsen ke pembeli.<sup>41</sup>

Untuk lebih memahami pemasaran pendidikan berdasarkan beberapa prinsip di atas, kita harus mulai dengan memahami apa itu pendidikan dan bagaimana karakteristiknya ditempatkan dengan benar sesuai dengan nilai pendidikan itu sendiri. Akibatnya, pendidikan yang dapat laku dipasarkan adalah seperti:

- 1) Produk komoditas.
- 2) Produknya memiliki standar, ketentuan khusus, dan kemasan.
- 3) Mempunyai media dan jaringan.
- 4) Mempunyai tenaga pemasaran.

Jasa adalah setiap tindakan atau konsekuensi yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang tidak nyata dan tidak dapat ditransfer. Pada dasarnya, "jasa" adalah seluruh

<sup>41</sup> Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h.25

**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.

aktivitas ekonomi, termasuk output, yang tidak terbatas pada produk dan bentuk fisiknya. Semua aktivitas ini dikonsumsi dan dibuat secara bersamaan, memberikan nilai tambahan bagi pemberi pertamanya, meskipun sebenarnya tidak ada. Pemasaran pendidikan merupakan proses sosial serta manajemen guna mendapatkan yang diinginkan serta dibutuhkan melalui pembuatan dan pertukaran produk bernilai dengan orang lain.<sup>42</sup>

Pada pendidikan, etika pemasaran berarti memberikan pendidikan dan pembentukan karakter yang tinggi. Pendidikan harus dilakukan dengan tanggung jawab karena sifatnya yang lebih kompleks. Akibatnya, hasilnya berkontribusi pada masa depan dan membentuk warna negara untuk generasi penerus ilmuwan. Pasar adalah salah satu elemen penting yang dapat digunakan untuk menganalisis konsep pemasaran pendidikan. Pasar adalah tempat produsen menjual berbagai barang yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan, kebutuhan, dan harapan calon pembeli, membuat calon pembeli tertarik untuk membeli barang tersebut dengan membayar imbalan yang disepakati.

Pendidikan adalah proses mengubah cara orang berpikir, menghargai, dan bertindak untuk menjadi manusia. Salah satu bentuk institusi pendidikan adalah sekolah. Namun, Sebagian besar

---

<sup>42</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta : Media Akademik, 2016), h.9.

**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.

orang sering dikaitkan dengan sekolah. Pendidikan berfungsi sebagai alat untuk mengubah peradaban manusia.

Pendidikan adalah produk jasa yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan nonprofit, sehingga hasil pendidikan tidak jelas. Untuk lebih memahami nilai dan karakteristik pendidikan, kita perlu memahami definisi dan fitur pendidikan agar dapat diposisikan dengan benar sesuai dengan nilai dan karakteristiknya.<sup>43</sup>

Dalam hal pemasaran pendidikan, sejumlah pakar memberikan pemahaman yang mencakup: Kotler menyatakan bahwa Pemasaran jasa pendidikan didefinisikan sebagai proses maupun kegiatan sosial yang dilakukan secara individu maupun kelompok guna mencapai hasil yang dibutuhkan serta diinginkan. John R. Sibler, yang dikutip Buchari Alma, menyatakan bahwa dalam marketing pendidikan, etika marketing adalah menyediakan layanan intelektual berkualitas tinggi untuk pembentukan karakter secara menyeluruh. Ini karena pendidikan sangat kompleks dan harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Pendidikan ini berkontribusi pada masa depan, membina kehidupan rakyat dan generasi berikutnya dari ilmuwan.<sup>44</sup>

<sup>43</sup> Cucun Sunaeningsih, *Pengelolaan Pendidikan*, (Sumedang : UPI Sumedang Press, 2017)

<sup>44</sup> Abdul Rahmat, *Op.cit*, h.94-95

**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. Tujuan Pemasaran**

Pemasaran pada hal jasa pendidikan merupakan proses sosial dan manajemen guna mendapatkan yang diinginkan dan dibutuhkan dengan membuat barang bernilai dan bertukar barang dengan pihak lain yang bekerja di bidang pendidikan. Dalam dunia pendidikan, etika pemasaran adalah memasarkan pendidikan dengan memberikan layanan intelektual berkualitas tinggi dan pembentukan karakter. Sangat jelas bahwa definisi di atas tidak dapat digunakan untuk menentukan tujuan pemasaran pendidikan dan fungsinya. Ada beberapa tujuan pemasaran, misalnya:

- 1) Memberikan masyarakat informasi tentang produk instansi pendidikan
- 2) Menigkatkan minat masyarakat dan ketertarikan pada produk lembaga pendidikan.
- 3) Membandingkan produk sekolah dengan pendidikan lainnya.
- 4) Produk yang ditawarkan meningkatkan penilaian masyarakat.
- 5) Menegaskan eksistensi dan arti institusi pendidikan dalam masyarakat.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, Tujuan marketing ini adalah untuk memenuhi kebutuhan pendidikan konsumen. Berbicara tentang kepuasan, perlu diingat bahwa kepuasan individu berbeda-beda, dan bergantung pada banyak hal. Kotler menunjukkan beberapa metode untuk mengukur kepuasan

**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.

pelanggan termasuk pembeli bayangan, analisis beralih, sistem keluhan dan saran, dan survei kepuasan pelanggan. Dalam hal pendidikan, kepuasan pelanggan dapat diukur dari beberapa faktor, seperti yang disebutkan di bawah ini:

- 1) Karakteristik barang dan jasa, nama sekolah, karyawan yang berpengalaman, serta hubungan dengan organisasi luar.
- 2) Emosi pelanggan mendorong siswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan belajar mengajar
- 3) Aspek yang mendukung peningkatan jasa sekolah, lulusan, dan pencapaian.
- 4) Persepsi tentang bagaimana pelayanan diterima oleh siswa
- 5) Pelanggan lain berbagi informasi
- 6) Manfaat secara emosional dan fungsional
- 7) Finansial, waktu, energi, dan fisik

Jadi, tujuan pemasaran pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang memenuhi target kualitas dan kuantitas. Untuk mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global, pemasaran pendidikan sangat bermanfaat.<sup>45</sup>

**c. Strategi Pemasaran Pendidikan**

Kesuksesan kampanye pemasaran pendidikan dapat diukur melalui penerimaan siswa baru dan minat orang tua dan siswa terhadap aktivitas sekolah. Penilaian keberhasilan implementasi

<sup>45</sup> Cucun Sunaeingsih, Op. Cit ,h.92- 93

**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.

program humas sekolah juga dapat dilihat dari responden siswa dan orang tua. Menurut evaluasi, pengguna jasa pendidikan dapat dianggap cukup loyal, seperti yang ditunjukkan oleh pembayaran tepat waktu, antusiasme pengguna terhadap kegiatan sekolah, dan beberapa pengguna. Ada beberapa masalah yang menghalangi pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan.

Salah satu masalah yang muncul saat menggunakan pendekatan pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah kurangnya kesiapan guru untuk proses pembelajaran, yang menyebabkan pembelajaran tidak sesuai dengan gagasan sekolah dan masalah lainnya.<sup>46</sup>

Selanjutnya, masalah meningkatkan loyalitas pelanggan dalam strategi pemasaran jasa pendidikan harus diselesaikan. Strategi pemasaran yang direncanakan sebelumnya dapat menyelesaikan masalah adalah dengan memberikan layanan terbaik atau prima kepada pengguna jasa pendidikan. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sekolah, strategi pemasaran jasa pendidikan harus direncanakan. Perencanaan dilakukan melalui proses terpadu, mulai dari menyediakan layanan terbaik dan fasilitas pendidikan. Selain itu, rencana didukung oleh guru yang berpengalaman, metode pembelajaran yang unik, dan keterlibatan orang tua, dan lingkungan sekolah yang nyaman. Perencanaan

---

<sup>46</sup> Cucun Sunaeningsih, Op. Cit, h.90

**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.

sekolah dilakukan untuk tujuan jangka panjang selama empat tahun, yang diatur dalam rencana strategi sekolah. Analisis SWOT yang dibuat oleh pemangku kepentingan sekolah (Kepala Sekolah, Waka-Waka, Staf, Komite, dan Yayasan) digunakan untuk membuat strategi

Strategi perencanaan adalah bagian penting dari manajemen pemasaran jasa pendidikan dan harus mempertimbangkan:

- 1) Sistem terintegrasi
- 2) Melibatkan semua karyawan sekolah dan pemangku kepentingan
- 3) Selalu berubah sebagai hasil dari penilaian
- 4) Informasi tentang prosedur manajemen tambahan
- 5) Proses ini berlangsung selama bertahun-tahun
- 6) Dilakukan dengan mempertimbangkan prospek masa depan.

Semua pekerja di sekolah dasar terlibat dalam perencanaan dan implementasi strategi pemasaran. Perencanaan untuk tahun berikutnya atau mempertahankan yang lama didasarkan pada evaluasi tahun sebelumnya. Untuk memberikan layanan terbaik kepada siswanya, sekolah harus melakukan banyak hal, termasuk:

- 1) Sistem pendidikan dan aplikasinya di ruang kelas yang didukung oleh guru pendidik profesional
- 2) Sarana prasarana modern
- 3) Media pembelajaran yang menghibur bagi siswa

**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.

- 4) Pelayanan yang baik bagi karyawan sekolah dan non karyawan
- 5) Keterlibatan orang tua siswa dalam aktivitas sekolah.

Selain meningkatkan reputasi sekolah, hal ini dapat mempertahankan klien lama dan menarik klien baru untuk membantu kampanye sekolah.<sup>47</sup>

**d. Elemen Penerapan Pemasaran Pendidikan**

Dalam konteks pemasaran pendidikan, ada tujuh komponen utama, yaitu:<sup>48</sup>

*1) Product*

Produk adalah hal-hal terpenting yang dapat memengaruhi pilihan pelanggan; itu juga mencakup semua yang dapat diberikan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

*2) Price*

Price adalah komponen yang berkorelasi dengan kualitas produk; calon siswa akan lebih berani membayar lebih banyak jika dianggap sesuai dengan kejangkauan konsumen pendidikan.

*3) Place*

Lokasi sekolah sangat penting karena lingkungan di mana layanan diberikan merupakan bagian dari nilai dan keuntungan

<sup>47</sup> Cucun Sunaeningsih, Op. Cit, h. 99

<sup>48</sup> Abdul Rahmat, Op. Cit. h. 98-99

**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.

layanan, yang sangat dipertimbangkan saat membuat keputusan.

*4) Promotion*

Promosi adalah jenis komunikasi pemasaran di mana informasi disebarluaskan, dipengaruhi, atau diingatkan pasar sasaran untuk menerima, membeli, dan setia pada barang dan jasa perusahaan.

*5) People*

People ini berbicara tentang peran pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan reputasi lembaga; semakin baik kualitas pelayanan pendidikan yang diberikan oleh pemimpin atau civitas akademika, semakin banyak pelanggan yang akan datang.

*6) Physical Evidence*

Untuk memastikan bahwa lembaga pendidikan memenuhi janjinya kepada pelanggannya, bukti fisik digunakan dalam proses penyediaan layanan.

*7) Process*

Proses ini adalah Salah satu aspek penting dari pendidikan adalah penyediaan layanan pendidikan. Keberhasilan pendidikan bergantung pada kualitas komponen yang mendukung proses pendidikan. Ringan pemilihan pelanggan

**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 akan terbentuk dari bahan evaluasi untuk pengelolaan lembaga pendidikan dan gambar yang dibuat.

**e. Langkah-Langkah Strategis Pemasaran Jasa Pendidikan**

Langkah strategi pemasaran jasa pendidikan:<sup>49</sup>

1) Identifikasi Pasar

Pasar diidentifikasi dan dianalisis untuk memahami kebutuhan dan kondisi pasar, termasuk aspek pendidikan yang penting bagi pelanggan pendidikan. Madrasah sebenarnya memiliki potensi yang sangat besar untuk membantu mencerdaskan bangsa dan memenuhi program pendidikan wajib nasional.

2) Segmentasi Pasar dan Positioning

Pasar dibagi menjadi kelompok pembeli yang berbeda berdasarkan karakteristik, preferensi, atau demografi yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Ini dikenal sebagai segmentasi pasar. Namun, penempatan adalah fitur dan keunggulan produk yang nyata yang memudahkan pelanggan membedakan barang dan jasa antara perusahaan.

3) Diferensiasi Produk

Membuat perbedaan adalah cara terbaik untuk mendapatkan perhatian pasar. Salah satu strategi pemasaran adalah untuk menjadi unik; sebagai strategi bersaing, misalnya:

<sup>49</sup> Afidatun Khasanah, „*Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alim Baturraden*”, Jurnal Pendidikan Islam El- Tarbawi Vol. VIII, No. 2, 2015, h. 8-9

**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) Diferensiasi yakni melakukan proposal yang berbeda dari pesaing.
- b) Dengan menggunakan strategi keunggulan biaya, dapat menjual barang dan jasa dengan harga lebih rendah daripada pesaing.
- c) Fokus adalah metode untuk mencapai tujuan tertentu.

**4) Komunikasi pemasaran**

Sekolah, sebagai lembaga ilmiah, akan menjadi lebih menarik jika komunikasi disajikan dengan cara yang ilmiah. Yang paling efektif adalah mengadakan kompetisi bidang studi, seminar, dan publikasi prestasi oleh media independen, seperti berita di media.

**5) Pelayanan Sekolah**

Pelayanan sekolah dianggap sebagai apa yang diharapkan pelanggan. Adanya perbedaan pendapat tentang kualitas dan fitur jasa pendidikan adalah salah satu perbedaan yang sering terjadi. Ciri organisasi jasa yang baik adalah:

- a) Mempunyai gagasan yang berpusat pada pelanggan.
- b) Komitmen kualitas dari manajemen tingkat tinggi.
- c) Standar yang tinggi.
- d) Sistem yang megawasi kinerja layanan.
- e) Sistem yang memenuhi kebutuhan keluhan pelanggan.
- f) Memuaskan karyawan seperti pelanggan.

**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.

**f. Indikator Pemasaran Pendidikan**

Indikator pemasaran pendidikan adalah aspek-aspek yang digunakan untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh institusi pendidikan, seperti sekolah atau universitas, dalam menarik calon siswa, meningkatkan reputasi, dan mempertahankan siswa yang ada. Berikut adalah beberapa indikator pemasaran pendidikan yang relevan:

1. *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).<sup>13</sup> 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 kontek jasa pendidikan berupa reputasi, prospek, variasi pilihan dan mutu pendidikan yang baik.

2. *Harga (price)* jasa pendidikan.

Harga dalam kontek 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 lainlain.

**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.

**3. 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 pemakaman, dikenal angker dan lain-lain. Dalam pemasaran jasa pendidikan, pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut:

- a. Akses, misalnya lokasi mudah dijangkau sarana transformasi umum
- b. Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan
- c. Lalu lintas, ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu banyaknya orang yang berlalu-lalang dapat memberikan peluang besar implus buying dan kepadaatan serta kemacetan lalu lintas dapat menjadi hambatan
- d. Tempat parkir yang luas dan aman
- e. Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari

**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.

f. Lingkungan, daerah sekitar mendukung terhadap jasa yang ditawarkan

g. Persaingan, lokasi pesaing tidak terlalu dekat dengan lembaga pendidikan yang menawarkan jasa apalagi dengan jasa pendidikan yang hamper sama

h. Peraturan pemerintah, disesuaikan dengan Peraturan pemerintah yang berlaku

**4. 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.

**5. 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

**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.

dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada siswa dalam lembaga pendidikan.

**6. 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.

**7. Proses (*process*) jasa pendidikan.**

Proses adalah segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) guna terbentuknya produk atau lulusan (output) yang diinginkan.<sup>50</sup>

**B. Kajian Penelitian Terdahulu**

1. Menurut Qurrata A'yuna, 2015, tentang “Kontribusi Peran Orangtua dan Guru Mata Pelajaran terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa” Dalam jurnal Ilmiah Edukasi, dijelaskan bahwa kreativitas adalah hasil dari interaksi kreatif antara individu dan lingkungannya, sehingga pendidikan dapat meningkatkan kemampuan kreatif anak. Orang tua dan guru diharapkan dapat membantu perkembangan kreatif

<sup>50</sup> Kariman, *MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN*, Jurnal Ilmiah Edukasi, Vol. 5, No. 1, 2017, h. 71-72

**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.

siswa karena mereka sering berinteraksi dengan anak-anak mereka.

Namun, pada kenyataannya, orang tua cenderung melihat dan menafsirkan perilaku anak mereka sesuai dengan harapan dan keinginan mereka sendiri. Mereka melebih-lebihkan kemampuan anak-anak dan meminta mereka mengikuti pelajaran tambahan agar mereka lebih baik, tetapi mereka mengabaikan keinginan anak. Memori, materi pelajaran, dan penalaran logis biasanya menjadi fokus utama guru mata pelajaran di sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang tua dan guru membantu pengembangan kreativitas siswa baik secara terpisah maupun bersama-sama. Agar kreativitas siswa dapat ditingkatkan, keduanya harus bekerja sama.<sup>51</sup>

2. Menurut Yesi Budiarti, 2015, tentang “Pengembangan Kemampuan dalam Pembelajaran IPS” dalam jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro” menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menemukan atau membuat konsep baru atau belum pernah ada sebelumnya. Kreativitas dalam pendidikan sangat penting untuk memahami materi atau memaknai kegiatan. Untuk itu, kreativitas harus dikembangkan sejak usia dini atau sekolah dasar. Pengalaman mengekspresikan dan mengaktualisasikan identitas seseorang dalam hubungannya dengan alam, orang lain, dan diri sendiri dikenal sebagai kreatifitas.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Qurrata A'yun, “Kontribusi Peran Orang Tua dan Guru Mata Pelajaran Terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa”, Jurnal Ilmiah Edukasi Vol. 1, No. 1, 2015, h. 1

<sup>52</sup> Yesi Budiarti, “Pengembangan Kemampuan Kreativitas Dalam Pembelajaran IPS”, Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro Vol. 3, No. 1, h. 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.

3. Menurut Afidatun Khasanah, 2015, tentang “Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Stategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden” Menurut penelitian ini, pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan saat ini menghadapi banyak tantangan di era global. Strategi peningkatan kualitas pendidikan yang dikenal sebagai pemasaran jasa pendidikan merupakan bagian penting dari kualitas dan kemajuan pendidikan sebuah institusi. Tulisan ini akan secara khusus membahas bagaimana pemasaran akan menggunakan pendidikan yang ditawarkannya. Selain itu, tulisan ini mempertimbangkan praktik pendidikan di SD Alam Baturraden sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa konsep sekolah sebagai lembaga nirlaba telah berubah menjadi lahan bisnis sekolah.<sup>53</sup>

### C. Proposisi

Dalam kamus bahasa Indonesia, proposisi didefinisikan sebagai rancangan usulan yang dapat diandalkan atau dapat dibuktikan berdasarkan kenyataan. Konsep digunakan untuk membatasi konsep teoritis sehingga pemahaman yang lebih baik dapat dilakukan. Dalam hal ini, konsep penelitian adalah Kreativitas Kepala Sekolah Dalam

<sup>53</sup> Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden*, Op. Cit. h. 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.

Pemasaran Pendidikan Di SMAN 3 Pekanbaru. Indikatornya adalah sebagai berikut:

**1. Kreativitas kepala sekolah**

- a) Penggabungan antara ide lama dengan ide baru ( *Kombinasi* )
- b) Pembentukan sesuatu yang baru ( *Eksplorasi* )
- c) Mengubah gagasan atau ide menjadi sebuah tindakan ( *Transformasi* )

**2. Pemasaran pendidikan**

- a) Produk ( *Product* ) jasa pendidikan
- b) Harga ( *Price* ) jasa pendidikan
- c) Lokasi ( *Place* ) jasa pendidikan
- d) Promosi ( *Promotion* ) jasa pendidikan
- e) Sumber daya manusia ( *People* ) jasa pendidikan
- f) Bukti fisik ( *Physical evidence* ) jasa pendidikan
- g) Proses ( *Process* ) 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.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan deskriptif kualitatif dilakukan peneliti dalam penelitian.

Penelitian kualitatif, menurut Denzi dan Licon dalam Albi Anggito dan Johan Setiawan, adalah studi yang menafsirkan fenomena melalui latar alamiah. Penelitian kualitatif juga menggunakan berbagai metode saat ini.<sup>54</sup>

Metode ini digunakan guna mengetahui bagaimana kepala sekolah kreatif dalam pemasaran pendidikan. Selain itu, akan memberikan gambaran tentang sasaran penelitian, yaitu kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMA N 3 Pekanbaru.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Peneliti akan melakukan penelitian ini di di Jl. Yos Sudarso No.100A, Umban Sari, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau 28266. Peneliti memilih sekolah ini karena mereka ingin mengetahui seberapa kreatif kepala sekolah di SMA N 3 Pekanbaru dalam pemasaran pendidikan.

#### **C. Subjek dan objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala sekolah, sedangkan objek dalam penelitian ini adalah, Kreativitas Kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru.

Informan dalam penelitian ini terdiri dari dua informan, yaitu informan kunci dan informan tambahan. Informan kunci dalam penelitian ini

<sup>54</sup> Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat, Jejak, 2018), h. 8

**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.

adalah Kepala Sekolah dan untuk informan tambahan dalam penelitian ini melibatkan Guru, Wali murid, dan Siswa SMAN 3 Pekanbaru.

## **D Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang relevan dan lengkap maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### **1. Wawancara**

Apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk masalah yang akan diteliti, metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Jika jumlah responden sedikit atau kecil dan peneliti ingin mengetahui lebih banyak tentang subjek dari responden, teknik ini juga dapat digunakan.<sup>55</sup>

Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian kualitatif ini adalah wawancara secara tatap muka, antara pewawancara dengan informan. Dalam wawancara mendalam ini digunakan pula pedoman wawancara, handphone untuk merekam suara, alat tulis dan kamera. Dalam melakukan wawancara peneliti harus mengetahui etika dalam penelitian kualitatif.

### **2. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak tentang hal-hal yang diamati dan mencatatnya pada alat observasi. Peneliti melakukan observasi untuk melihat kejadian yang ada di lapangan dan mendapatkan data dari

<sup>55</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2018) h. 109-203

**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. Observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi partisipatif pasif, yaitu observasi yang dimana peneliti datang ketempat yang diobservasi namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh obervant.

### **3. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Hasil penelitian dari observasi, wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya apa bila didukung oleh dokumentasi. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah profil sekolah (SMAN 3 pekanbaru) berupa sejarah berdirinya SMAN 3 pekanbaru, serta foto-foto kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

## **E. Teknik Analisis Data**

Studi ini akan menggunakan pendekatan kualitatif. Analisis data kualitatif adalah pengumpulan data otomatis yang dikumpulkan dari catatan observasi, wawancara, dan sumber lain untuk digunakan untuk memahami dan memberikan informasi kepada orang lain. Saat pengumpulan data dan analisisnya selesai. Selain itu, penelitian ini akan menggunakan analisis kualitatif untuk collection reduksi data, display data, dan verification:

- 1) Pengumpulan data (*Data Collection*), dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data melalui dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi (Triangulasi). Data dikumpulkan dalam jumlah besar karena proses pengumpulannya berhari-hari, jika tidak berbulan-bulan. ada awal proses penelitian, situasi sosial dan obyek yang diteliti diperiksa secara

**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.

menyeluruh dari semua yang dilihat, akan dikumpulkan sejumlah besar data yang sangat beragam..

- 2) Reduksi data yaitu Peneliti memilih elemen penting dari informasi lapangan. Sugiono menyatakan bahwa mereduksi data berarti merangkum, memilih yang penting, memfokuskan pada yang penting, menemukan pola dan temannya, dan membuang yang tidak penting. Oleh karena itu, data dari SMA N 3 Pekanbaru telah dikurangi sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas. Selain itu, Ini akan memudahkan pengumpulan data tambahan dan pencarian jika diperlukan.<sup>56</sup> Data yang direduksi berasal dari data awal yang diperoleh peneliti dari SMA N 3 Pekanbaru.
- 3) Mendisplay data yaitu setelah menampilkan informasi yang dipilih setelah data direduksi. Penelitian kualitatif dapat disajikan dengan uraian singkat, bagan, dll.<sup>57</sup> Data yang ditunjukkan adalah data awal yang telah dikurangi oleh peneliti dari hasil penelitian lapangan di SMA N 3 Pekanbaru.
- 4) Conglusion yaitu Peneliti mengambil kesimpulan dari data yang direduksi dan didisplay. Hasil penelitian kualitatif adalah temuan baru. Hasil ini dapat berupa gambar atau deskripsi suatu objek yang sebelumnya tidak jelas atau gelap sehingga setelah diperiksa menjadi jelas.<sup>58</sup> Data yang disimpulkan adalah data yang telah diproses sebelumnya, yang dipresentasikan dan digambarkan oleh peneliti dalam bahasa yang lebih menarik.

<sup>56</sup> Sugiono, Op. Cit, h. 338

<sup>57</sup> Sugiono, Op. Cit h. 341

<sup>58</sup> Sugiono, Op. Cit. h. 345

©

## F. **Triangulasi Data**

Metode pengambilan data yang benar-benar absah dikenal sebagai triangulasi. Triangulasi menggunakan sesuatu yang berbeda dari data itu sendiri untuk memeriksa validitas data.<sup>59</sup>

Selama kegiatan penelitian, Semua data yang dikumpulkan, digali, dan dicatat harus benar dan akurat. Oleh karena itu, setiap peneliti harus dapat memilih dan menentukan metode terbaik untuk mengembangkan validitas data yang dikumpulkan.

Validasi didefinisikan sebagai tingkat ketepatan antara data yang dikumpulkan dari subjek penelitian dan kekuatan yang dapat disampaikan oleh peneliti. Oleh karena itu, data yang valid adalah data yang tidak konsisten dengan peristiwa penelitian sebenarnya dan laporan peneliti.

Metode triangulasi digunakan oleh peneliti untuk mengembangkan validitas. Dalam pengujian kredibilitas, triangulasi mencakup pemeriksaan data dari berbagai sumber, metode, dan waktu. Sebagai contoh, triangulasi dibagi menjadi tiga:

1. Triangulasi sumber, Menguji kredibilitas data yang dikumpulkan dari banyak sumber;
2. Triangulasi teknik, Berbagai metode digunakan untuk memeriksa kredibilitas data dari sumber yang sama;
3. Triangulasi waktu, Kredibilitas data sering diubah oleh waktu; pengambilan data harus disesuaikan dengan kondisi narasumber;

---

<sup>59</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 330



© Penulis menggunakan triangulasi sumber, atau membandingkan data dari dua sumber. Menggali sumber, menentukan waktu dan lokasi.

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 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 penyajian data dan analisis data yang telah di paparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Bentuk Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru

Kreativitas kepala sekolah memegang peran strategis dalam meningkatkan daya tarik sekolah di tengah persaingan pendidikan. Kepala sekolah yang inovatif mampu menciptakan berbagai program unggulan, membangun citra positif sekolah, dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak sebagai bagian dari strategi pemasaran. Berbagai bentuk kreativitas yang ditunjukkan antara lain melalui pentiadaan makanan yang berbentuk plastic, tidak adanya tempat sampah,menjadikan lingkungan sehat, bersih, adiwiyata, pengembangan kurikulum yang adaptif, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta penyelenggaraan kegiatan yang melibatkan masyarakat.

Tantangan dalam pemasaran pendidikan, seperti keterbatasan sumber daya dan persaingan antar lembaga, dapat diatasi dengan kepemimpinan yang kreatif , kolaboratif dan transformasi. Kepala sekolah yang mampu memberdayakan guru dan tenaga kependidikan secara optimal turut berkontribusi dalam membangun reputasi sekolah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kreativitas kepala sekolah merupakan

**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.

faktor penting dalam pemasaran pendidikan, yang berdampak pada peningkatan kepercayaan masyarakat dan jumlah peserta didik baru.

**B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah

Diharapkan agar kepala sekolah terus mengembangkan kreativitas dalam memasarkan sekolah, terutama dengan memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial, video profil interaktif, dan website resmi sekolah yang informatif. Kreativitas ini penting agar sekolah tetap kompetitif dan diminati oleh masyarakat.

2. Bagi Guru dan Staf Sekolah

Perlu adanya kolaborasi yang lebih erat antara kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan dalam mendukung kegiatan pemasaran pendidikan. Semua elemen sekolah diharapkan dapat menjadi bagian dari strategi promosi dengan menunjukkan kualitas pelayanan dan prestasi sekolah.

3. Bagi Pemerintah dan Dinas Pendidikan

Dinas Pendidikan disarankan memberikan pelatihan dan dukungan kepada para kepala sekolah tentang pemasaran pendidikan dan kepemimpinan kreatif. Hal ini penting agar sekolah-sekolah negeri mampu bersaing secara sehat dan positif di era pendidikan yang semakin kompetitif.

**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.

**4. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, khususnya pada satu lokasi sekolah. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke beberapa sekolah negeri atau swasta lainnya guna memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif terkait kreativitas kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

**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.

- Abdul Rahmat 2016, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta : Media Akademik)
- Abdurrahman Fatoni 2011, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyususna Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta)
- Afidatun Khasanah 2015, , “*Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden*”, *Jurnal Pendidikan Islam El- Tarbawi* Vol. VII, No. 2.
- Abi Anggito 2018, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat, Jejak)
- Amiruddin 2021, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta : K-Media Anggota IKAPI No.106/DIY/
- Anna Craft 2000, *Membangun Kreativitas Anak* (London: Inisiasi Press)
- Ayu Sri Menda Br Sipetu 2019, *Pengembangan Kreativitas Siswa*, (Bogor : Guepedia)
- Buchari Alma 2003, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta)
- Buchari Alma 2003, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta)
- Cucun Sunaeningsih 2017, *Pengelolaan Pendidikan*, (Sumedang : UPI Sumedang Press)
- Dolong, Jufri H. M 2019, *Standar Kepemimpinan dan Kompetensi Kepala Sekolah.*
- Doni Juni Priansa 2017, *Menjadi Kepala Sekolah dan Guru Profesional*. Bandung : Pustaka Setia.
- Gea Fajrina, Murid, *Wawancara*, 12 Februari 2025
- Guilford, J. P. 1950 *Creativity*. American Psychologist, h 444–454.
- Harmoko, triyaji 2017. *Pengelolaan Pemasaran Pendidikan*, *jurnal jarlitbang pendidikan*, Vol. 3, No. 2.

©

Hak Cipta milik 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.

- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hj Ermita, Kepala Sekolah, Wawancara, 12 Februari 2025
- Ibrahim Bafadhol 2017, *Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia*, Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 06, No. 11.
- Jezi Adrian Putra 2014. *PERAN KEPALA SEKOLAH SEBAGAI INOVATOR DI SEKOLAH MENENGAH PERTAMA NEGERI KOTA PARIAMAN*. Vol.2, No. 1.
- Kariman, 2017, *MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN*, Vol. 5, No. 1
- Komarudin & Miftahul Huda 2021, *Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Smp Nu Al Islami Pesanggaran Banyuwangi Tahun Pembelajaran.*
- Kotler, P.,1971 & Zaltman, G. *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*. Journal of Marketing, 35(3), h 3–12.
- Leilla Efrilla Karwanto 2022, *PERAN KEPALA SEKOLAH SEBAGAI INOVATOR PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN PROFESIONALISME GURU*. Vol. 10, No. 01.
- Lexy J. Moleong 2005, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya)
- M. Munir 2018, “*Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*”, Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, vol. 1, no. 2.
- Made Dharmawati 2016, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada)
- Muhammad MY Dkk 2021. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19, *Journal of Management in Education*. Vol. 6. No. 1.
- Memon Sudarma, *Mengembangkan Keterampilan Berpikir*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada),
- Mulyasa 2011. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Minandar, U. 2009 *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mursid 2014, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Bumi Aksara)

**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.

Nganinun Naim 2016, *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media)

Nganinun Naim 2016, *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media)

Opian Arifudin, dkk, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung),

Philip Kotler, Kelvin Lane 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid I* (Jakarta: Indeks)

Quttrata A'yun 2015, "Kontribusi Peran Orang Tua dan Guru Mata Pelajaran Terhadap Pengembangan Kreativitas Siswa", *Jurnal Ilmiah Edukasi* Vol. 1, No. 1.

Rusdiana 2014, *Kewirausahaan Teori dan Praktik*, (Bandung : Pustaka Setia)

Sanafiah Faesal 2002, *Dasar dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial*, (Surabaya: Usaha Nasional)

Sugiono 2018, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta)

Sulasti, Wali Murid, *Wawancara*, 12 Februari 2025

Suskamyadi, Guru, *Wawancara*, 12 Februari 2025

Uhar Suharsaputra, 2015 *Keterampilan Inovasi Pendidikan*, (Bandung : Refika Aditama)

Utami Mundandar 2012. *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia)

Wahyudin 2017, *Anak Kreatif*, (Jakarta : Gema Insani)

Yeni Rachmawati 2012, *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*, (Jakarta : Kencana)

Yesi Budiarti, "Pengembangan Kemampuan Kreativitas Dalam Pembelajaran IPS", *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro* Vol. 3, No. 1.



© 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

UIN SUSKA RIAU

Instrumen untuk memperoleh data dari rumusan masalah Bentuk Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru

1. Bagaimana bentuk kreativitas yang digunakan oleh kepala sekolah ?
2. Apakah bapak/ibu menggabungkan antara ide baru dengan ide lama ?
3. Apakah sudah membentuk sebuah gagasan yang baru untuk sekolah ini ?
4. Bagaimanakah membentuk suatu gagasan menjadi tindakan ?
5. Bagaimana cara mengidentifikasi pasar ?
6. Bagaimana cara membagi kelompok pembeli jasa pendidikan ?
7. Apa yang membedakan antara sekolah ini dengan sekolah lainnya ?
8. Bagaimanakah cara mencari perhatian pasar ?
9. Menurut bapak/ibu siapakah fokus target dalam pemasaran di SMAN 3 Pekanbaru ini ?
10. Apakah bapak/ibu mengadakan komunikasi pemasaran seperti workshop, seminar, dan lainnya ?
11. Sejauh manakah masyarakat memberikan persepsi terhadap sekolah ini ?

- 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

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 INFORMAN UTAMA

Nama : Hj. Ernita S. Pd M. M.  
Jabatan : Kepala Sekolah SMAN 3 Pekanbaru  
Waktu : Rabu, 12 Februari 2025, 09:15  
Tempat : Ruangan Kepala Sekolah

Peneliti : Assalaualaikum Warahmatullah Wabarakatuh Ibu  
Kepala Sekolah : *Waalaikumsalam warahmatullah barakatuhu*  
Peneliti : Mohon maaf sebelumnya bu sudah mengganggu waktunya saya wandi riano mahasiswa UIN Suska Fakultas Tarbiyah dan Keguruan jurusan Manajemen Pendidikan Islam disini saya ingin mewawancarai ibu sebagai informan utama dalam penelitian saya, apakah boleh saya melakukan wawancara kepada ibu ?  
Kepala sekolah : *Oh, penelitian kamu tentang apa nak ?*  
Peneliti : Kebetulan penelitian saya berjudul Kreativitas Kepala Sekolah dalam Pemasaran Pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru bu  
Kepala Sekolah : *Iya, apa yang ingin ditanyakan ?*  
Peneliti : Bagaimana bentuk kreativitas yang ibu gunakan untuk sekolah ini ?  
Kepala Sekolah : *Untuk saat ini, saya masih menjalankan program hidup sehat yang dahulunya mungkin sudah ada, hanya saja saya menambahkan peduli hidup sehat dengan tidak menggunakan kemasan plastic baik itu dikantin maupun siswa/siswi SMAN 3 itu sendiri guna untuk melestarikan lingkungan dengan asri, agar sekolah tetap terpandang baik di mata*

**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.

Peneliti

Kepala Sekolah

Peneliti

Kepala Sekolah

Peneliti

Kepala Sekolah

*masyarakat, dan juga saya mengeluarkan larangan untuk tidak ada tempat sampah diruangan sekolah*

*: Apakah ibu menggabungkan ide baru yang saat ini ibu pakai dengan ide lama sebelumnya ?*

*: Ya masih, sebelumnya pemimpin sekolah ini menerapkan system pemasarannya dengan menggunakan social media seperti instagram dan youtube tetapi dahulu untuk mempromosikan sekolah ini masih terbilang susah untuk mengupload atau sharing tentang sekolah ini, karena masih terbilang jarang untuk anak dan orang tua dahulu dalam penggunaan social media, di saat ini lah saya memaksimalkan saja program tersebut agar lebih cepat pesat untuk kemajuan sekolah ini sendiri, karena sekarang anak-anak maupun orang tua sudah lebih faham dalam menggunakan social media*

*: Apakah ibu membentuk gagasan menjadi tindakan ?*

*: Itu tadi, untuk sebuah gagasan saya menjalankan program anti sampah sekolah hidup sehat, bersih, dan adiwiyata. Kemudian saya membuat tindakan nya untuk lebih memperhatikan kebersihan lingkungan seperti mentiadakan jajanan kemasan plastic, stareoam, botol dan tidak ada tong sampah didalam ruangan kelas sehingga publikasinya untuk masyarakat sekolah ini baik di pandang oleh mereka*

*: Bagaimana ibu mengidentifikasi pasar ?*

*: Dalam mengidentifikasi pasar pendidikan langkah pertama yang saya lakukan adalah memahami*

**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.

Peneliti

Kepala Sekolah

Peneliti

Kepala Sekolah

kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap layanan pendidikan menengah. Hal ini dilakukan melalui observasi tren pendidikan di daerah Pekanbaru, evaluasi minat calon peserta didik, serta analisis terhadap data penerimaan siswa dari tahun ke tahun. Selain itu, kepala sekolah juga secara aktif mengumpulkan masukan dari orang tua, alumni, dan pemangku kepentingan pendidikan melalui forum pertemuan dan survei informal

: Bagaimana cara ibu membagi kelompok pembeli jasa pendidikan ?

: Dalam membagi kelompok pembeli jasa pendidikan, pihak sekolah melakukan segmentasi berdasarkan beberapa aspek penting. Pertama, sekolah mengelompokkan calon peserta didik berdasarkan minat dan potensi akademik maupun non-akademik mereka, sehingga program layanan yang ditawarkan dapat disesuaikan, seperti kelas reguler, kelas unggulan, atau penguatan di bidang olahraga dan seni. Selain itu, orang tua juga menjadi bagian dari kelompok yang diidentifikasi berdasarkan latar belakang sosial ekonomi dan tingkat kepedulian terhadap pendidikan anak

: Apakah yang membedakan produk sekolah ibu dengan sekolah lain ?

: Yang membedakan SMAN 3 Pekanbaru dengan sekolah lain adalah konsistensi kami dalam membangun karakter dan budaya disiplin siswa, di samping prestasi akademik. Kami tidak hanya fokus pada nilai, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kepemimpinan, integritas, dan tanggung jawab

© 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.

Peneliti

Kepala Sekolah

*melalui program-program seperti pembinaan karakter, kegiatan OSIS, serta pelatihan kepemimpinan siswa. Selain itu, kami juga memiliki program kelas unggulan yang didukung oleh guru-guru berpengalaman dan fasilitas pembelajaran yang terus kami kembangkan*

: Bagaimakah cara ibu mencari perhatian pasar ?

: *Untuk menarik perhatian pasar, kami melakukan berbagai strategi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu langkah utama adalah membangun citra positif sekolah melalui media sosial, website resmi, dan publikasi kegiatan-kegiatan unggulan siswa. Kami juga aktif mengikuti dan mengadakan berbagai lomba tingkat kota maupun provinsi, karena prestasi siswa sangat efektif menarik perhatian orang tua dan calon peserta didik. Selain itu, kami menjalin kerja sama dengan media lokal untuk meliput kegiatan besar sekolah. Kami juga membuka ruang dialog dengan masyarakat, misalnya melalui seminar pendidikan, kunjungan sekolah dasar, dan kegiatan keagamaan yang melibatkan warga sekitar. Intinya, kami ingin menunjukkan bahwa SMAN 3 Pekanbaru bukan hanya tempat belajar, tapi juga pusat pengembangan karakter dan potensi siswa*

: Menurut ibu siapakah focus target dalam pemasaran sekolah ini ?

: *Fokus target dalam pemasaran pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru adalah para siswa lulusan sekolah menengah pertama, khususnya mereka yang memiliki potensi akademik maupun non-akademik*

Peneliti

Kepala 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.

yang kuat, serta orang tua mereka sebagai pengambil keputusan. Kami juga menyasar masyarakat yang mengutamakan kualitas pendidikan, kedisiplinan, dan pembinaan karakter. Selain itu, kami memperhatikan komunitas pendidikan seperti guru-guru SMP, tokoh masyarakat, dan alumni, karena mereka juga berperan dalam menyebarkan citra dan reputasi sekolah. Target kami bukan hanya menarik minat siswa yang ingin masuk, tapi juga membangun kepercayaan jangka panjang terhadap mutu pendidikan yang kami berikan.

: Apakah ibu mengadakan komunikasi pemasaran seperti workshop, seminar, dan lainnya ?

: Ya, kami secara rutin mengadakan kegiatan komunikasi pemasaran dalam bentuk workshop, seminar, dan pelatihan terbuka untuk masyarakat dan siswa. Misalnya, kami pernah mengadakan seminar parenting untuk orang tua siswa, workshop motivasi belajar untuk siswa SMP, dan pelatihan guru dengan mengundang narasumber dari luar. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas pendidikan, tetapi juga menjadi sarana promosi yang efektif untuk menunjukkan keunggulan sekolah kami kepada masyarakat luas. Kami ingin masyarakat melihat langsung bagaimana kami membina siswa dan membangun budaya sekolah yang positif

: Menurut ibu sejauh mana persepsi masyarakat terhadap sekolah ini yang ibu tahu ?

Peneliti

Kepala Sekolah

Peneliti

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Kepala Sekolah

: *Sejauh ini, persepsi orang tua terhadap kualitas SMAN 3 Pekanbaru sangat positif. Mereka melihat sekolah ini tidak hanya unggul dalam akademik, tapi juga dalam pembentukan karakter, kedisiplinan, dan pembinaan bakat siswa. Kami sering mendapatkan masukan langsung dari orang tua, baik secara formal dalam rapat komite maupun secara informal saat mereka berkunjung ke sekolah.*

*Banyak orang tua yang merasa puas karena perkembangan anak-anak mereka tidak hanya dari sisi prestasi, tapi juga dari sikap dan tanggung jawab. Bahkan sebagian besar siswa baru yang mendaftar ke sini berasal dari rekomendasi mulut ke mulut para orang tua. Ini menunjukkan bahwa persepsi mereka menjadi kekuatan tersendiri dalam mendukung citra dan pemasaran sekolah kami*

Peneliti

: Baik pak, mungkin hanya ini yang dapat saya tanyakan, terimakasih sudah meluangkan waktunya, saya akhiri Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Kepala Sekolah

: *Iya sama-sama, waalaikum salam Warahmatullah Wabarakatuh*

**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 INFORMAN PENDUKUNG

Nama : Suskamyadi. S. Pd., M. Kom.  
Jabatan : Guru/staff di SMAN 3 Pekanbaru  
Hari/Tanggal : Senin, 17 Februari 2025  
Waktu : 08:30  
Tempat : Ruangan Guru/Staf

Penelit : Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh pak  
Guru : *Waalaikumsalam Warahmatullah Wabarakatuh*  
Peneliti : Perkenalkan nama saya wandi riano saya mahasiswa UIN Suska fakultas Tarbiyah dan Keguruan jurusan Manajemen Pendidikan Islam, mohon maaf mengganggu waktunya bapak disini saya ingin sedikit mewawancara bapak untuk penelitian saya, apakah boleh saya mewawancara bapak ?  
Guru : *Oh, penelitian kamu tentang apa ?*  
Peneliti : Penelitian saya berjudul Kreativitas Kepala Sekolah dalam Pemasaran Pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru pak  
Guru : *Silahkan dimulai*  
Peneliti : Bagaimana bentuk kreativitas yang digunakan oleh ibu kepala sekolah ?  
Guru : *Baik, dengan adanya program hidup sehat di sekolah ini kepala sekolah juga membantu mendorong program ini juga, dan mengeluarkan system baru yaitu peduli sampah sekitar dengan di tiadakannya jajanan kemasan plastic di sekolah ini, dalam hal itu dapat mendorong lebih maju sekolah dengan adanya melestarikan hidup sehat tanpa plastic/sampah kemasan. Jadi dengan adanya program ini juga bisa menunjang keunggulan sekolah ini*  
Peneliti : Apakah kepala sekolah menggabungkan antara ide barunya dengan ide yang lama sebelumnya ?

**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.

Guru	: Tentu hal itu harus dimaksimalkan dalam memasarkan sekolah, karena di era yang sekarang ini semua sudah menggunakan social digital. Oleh karena itu kami juga sebagai guru/staf harus mendorong dan membantu memaksimalkan social media untuk sekolah ini dengan tujuan untuk memasarkan demi untuk kemajuan sekolah SMAN 3 Pekanbaru
Peneliti	: Apakah kepala sekolah saat ini membentuk gagasan yang baru untuk sekolah ini ?
Guru	: Baik, dengan adanya program hidup sehat di sekolah ini kepala sekolah juga membantu mendorong program ini juga dan mengeluarkan system baru yaitu peduli sampah sekitar dengan di tiadakannya jajanan kemasan plastic di sekolah ini, dalam hal itu dapat mendorong lebih maju sekolah dengan adanya melestarikan hidup sehat tanpa plastic/sampah kemasan. Jadi dengan adanya program ini juga bisa menunjang keunggulan sekolah ini
Peneliti	: Bagaimanakah kepala sekolah membentuk gagasan menjadi suatu tindakan ?
Guru	: Tentu saja iya, karena setelah beliau menjabat sebagai kepala sekolah di SMAN 3 Pekanbaru ini beliau menerapkan gagasannya menjadi suatu tindakan seperti, menjalankan program hidup sehat, bersih, dan adiwiyata untuk sekolah ini dengan menerapkan bebas sampah plastic dilingkungan sekolah dan juga mentiadakan tempat sampah didalam ruangan sekolah, serta menerapkan untuk siswa/siswi untuk berbekal dari rumahnya masing-masing
Peneliti	: Bagaimakah kepala sekolah mengidentifikasi pasar ?
Guru	: Pihak sekolah juga memantau keunggulan dan kekurangan sekolah-sekolah lain sebagai bahan pembanding untuk mengetahui posisi SMAN 3 Pekanbaru

**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.

*di mata masyarakat. Guru-guru pun dilibatkan dalam diskusi internal untuk mengidentifikasi potensi sekolah yang dapat dijadikan daya tarik utama, seperti prestasi siswa, kualitas pengajaran, dan program ekstrakurikuler. Dengan pendekatan kolaboratif ini, sekolah dapat mengenali target pasar secara lebih tepat dan menyusun strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan masyarakat sekitar*

- |          |   |
|----------|---|
| Peneliti | : Bagaimanakah kepala sekolah membagi kelompok pembeli jasa pendidikan ?  |
| Guru     | <i>: Sekolah juga mempertimbangkan asal sekolah siswa sebelumnya apakah berasal dari sekolah menengah pertama unggulan, swasta, atau negeri untuk memahami ekspektasi masing-masing kelompok. Dengan memahami karakteristik setiap kelompok, sekolah dapat menyusun pendekatan komunikasi dan layanan yang lebih tepat sasaran, seperti penyediaan informasi yang lebih rinci saat masa penerimaan siswa baru atau kegiatan promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing segmen. Strategi ini membantu sekolah dalam menyampaikan nilai-nilai unggulan yang relevan dengan kebutuhan kelompok sasaran secara lebih efektif</i> |
| Peneliti | : Apa yang membedakan sekolah ini dengan sekolah lainnya ?  |
| Guru     | <i>: Menurut kami sebagai pendidik, yang menjadi kekuatan utama SMAN 3 adalah kolaborasi antar guru dan pendekatan personal kepada siswa. Kami tidak hanya mengajar, tapi juga membimbing dan menjadi tempat siswa curhat kalau mereka ada masalah. Itu yang membuat suasana belajar lebih nyaman dan berbeda dibandingkan sekolah lain</i>   |

**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.

Peneliti

: Apakah sekoah ini mengadakan komunikasi pemasaran seperti seminar, workshop, dan lainnya ??

Guru

: *Benar sekali, kegiatan seperti seminar dan workshop menjadi bagian dari strategi sekolah dalam menjalin hubungan dengan masyarakat. Kami para guru juga dilibatkan langsung dalam pelaksanaannya, baik sebagai panitia maupun pemateri. Ini menjadi sarana yang baik untuk memperkenalkan program-program sekolah, sekaligus membangun kepercayaan publik. Saat ada siswa SMP atau orang tua yang hadir, mereka bisa melihat langsung kualitas kegiatan dan suasana sekolah. Jadi, kegiatan ini memang sangat efektif dalam mendukung pemasaran sekolah*

Peneliti

: Menurut bapak sejauh manakah masyarakat memberikan persepsi terhadap sekolah ini ?

Guru

: *Alhamdulillah, untuk sejauh ini sekolah kita masih terpandang bagus, dan juga maju untuk pendidikan akademik dan non akademiknya*

**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 INFORMAN PENDUKUNG

Nama : Sulasti  
Jabatan : Wali Murid  
Hari/Tanggal : Rabu, 19 Februari 2025  
Waktu : 11:15  
Tempat : Perpustakaan Sekolah

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh ibu  
Wali Murid : *Waalaikumsalam Warahmatullah Wabarakatuh*  
Peneliti : Mohon maaf sebelumnya mengganggu waktunya ibu perkenalkan saya Wandi Riano mahasiswa UIN Suska dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan izin ingin melakukan wawancara kepada ibu, apakah boleh saya mewawancari ubu ?  
Wali Murid : *Boleh saja, silahkan dimulai*  
Peneliti : Apa yang membedakan sekolah ini dengan sekolah lain ibu ?  
Wali Murid : *Anak saya sebelumnya sekolah di tempat lain, tapi sejak masuk SMAN 3 Pekanbaru, saya lihat perubahan dari segi kedisiplinan dan semangat belajarnya. Sekolah ini menurut saya lebih terarah dalam pembinaan anak, baik akademik maupun moral. Itu yang membedakan, mereka tidak hanya fokus pada nilai ujian saja*  
Peneliti : Apakah sekolah mengadakan seminar, workshop atau yang lain ?  
Wali Murid : *Ya, ada setahun sekali pasti diadakan rapat kepada seluruh wali murid untuk mengetahui apa saja yang sudah di berikan kepada anak-anak kami dan potensi anak kami yang sudah dibimbingkan dan itu betul adanya, dan juga dengan adanya seminar atau workshop ini membuat semua terbuka bagi, masyarakat terlebih untuk wali murid*

**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.

- |            |   |
|------------|---|
| Peneliti   | : Menurut ibu bagaimana persepsi ibu terhadap SMAN 3 Pekanbaru ?  |
| Wali Murid | : <i>Sejauh ini, sekola SMAN 3 Pekanbaru menurut saya dan mungkin di kalangan masyarakat juga masih terbilang bagus, karena sekolahnya yang bersih, untuk pendidikannya masih terbilang sangat baik untuk anak-anak yang di didik oleh para gurunya, dan juga untuk sekolah ini tempat dan lokasinya pas dan strategis untuk pusat rumbai ini sendiri</i> |
| Peneliti   | : Baik ibu, mungkin cukup sampai disini wawancara yang bisa dapat saya sampaikan, saya akhiri Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh  |
| Wali Murid | : <i>Iya sama-sama, Waalaikumsalam Warahmatullah Wabarakatuh</i>  |

**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.

## TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENDUKUNG

Nama : Gea Fajrina  
Jabatan : Murid SMAN 3 Pekanbaru  
Hari/Tanggal : Rabu, 19 Februari 2025  
Waktu : 10:10  
Tempat : Halaman Sekolah SMAN 3 Pekanbaru

Peneliti : Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh dek  
Murid : *Waalaikumsalam Warahmatullah Wabarakatuh kak*  
Peneliti : Sebelumnya mohon maaf menganggu waktu istirahatnya dek, kakak dari mahasiswa UIN Suska Fakultas Tarbiyah dan Keguruan jurusan Manajemen Pendidikan Islam, disini kakak ingin mewawancari sedikit tentang penelitian kakak boleh kakak mewawancarai adek ?  
Murid : *Boleh saja kakak, silahkan*  
Peneliti : Apa yang membedakan sekolah ini dengan sekolah lainnya ?  
Murid : *Menurut saya, SMAN 3 beda karena guru-gurunya sangat peduli dan perhatian sama siswa. Banyak kegiatan yang seru juga, kayak ekstrakurikuler, lomba, dan pelatihan yang bikin kami berkembang. Di sini juga kami dibiasakan untuk disiplin dan mandiri, itu terasa banget bedanya sama teman-teman saya yang sekolah di tempat lain*  
Peneliti : Perubahan apa yang adek rasakan untuk sekolah ini ?  
Murid : *Perubahan yang saya rasakan pada sekolah ini dari segi program yang telah di terapkan oleh kepala sekolah dan para pendidik banyak sekali yang bisa saya dapatkan dan pelajari dari segi program hidup sehat, bersih dan adiwiyata, ekstrakurikuler, maupun dari bidan studinya, sangat berpengaruh terhadap kualitas pendidikan saya*  
Peneliti : Sejauh ini persepsi apa yang adek banggakan untuk sekolah ini?

**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.

Murid

: *Sejauh ini SMAN 3Pekanbaru ini terlihat sangat unggul di bandingkan sekolah di sekitaran rumbai yang sangat mudah terjangkau karena program-program yang ditawarkan di awal kepada kami sangatlah menarik dan bisa menambah wawasan yang sangat baru bagi kami, dan menurut saya sekolah ini jauh lebih baik dari sekolah lainnya*

Peneliti

: baik terimakasih atas kelenggangan waktunya, mungkin ini saja yang bisa kakak wawancari, kakak akhiri Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Murid

*Wabarakatuh*

: *baik kak, sama-sama Waalaikum salam Warahmatullah*

**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.

## **DOKUMENTASI TENTAG**

### **Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru**



© 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.



UIN SUSKA RIAU

© 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.



**UIN SUSKA RIAU**

© 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 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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

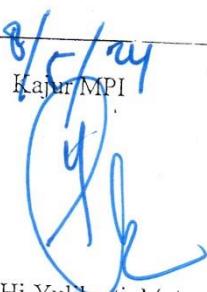
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.



UIN SUSKA RIAU

©

LEMBARAN DISPOSISI	
INDEKS BERKAS	
KODE :	
Hal : Pengajuan Sinopsis (Judul Skripsi) Tanggal : 06. Mei. 2024 Nama : WATEDI PIANO	
INFORMASI Setelah diarahkan maka judul yang bersangkutan dapat diajukan, mohon agar ditunjuk sebagai pembimbing	DITERUSKAN KEPADA 1. catatan Kajur MPI a. b. c.
Pekanbaru 8/5/24 Kajur MPI 	Diteruskan kepada 2. wakil Dekan 1
Dr Hj Yuliharti, M.Ag NIP.197004041996032001 1. Kepada bawahan "instruksi atau "informasi" 2 Kepada atasan "informasi" coret instruksi:	

Sarwono

Permonono

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

©

KREATIFITAS KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN  
PENDIDIKAN DI SMAN 3 PEKANBARU

**PROPOSAL**

*Diserahkan Untuk Melengkapi Pengajuan Proposal Penelitian Skripsi*

*Guna Memperoleh Sarjana Tarbiyah dan Keguruan*



29  
1/2  
Lee  
Wandi  
Riano  
seminar  
2023

Di Susun Oleh:

Nama: **WANDI RIANO**

NIM: **12010317167**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

**UIN SUSKA RIAU**

**PEKANBARU**

**1445 H/2023 M**

WRI

- 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.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

كلية التربية والتل呵يم

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

WANDI RIANO

Nomor Induk Mahasiswa

12010317167

Hari/Tanggal Ujian

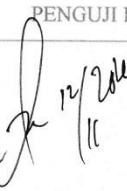
Senasa, 22 Oktober 2029

Judul Proposal Ujian

Kreativitas kepala sekolah dalam  
Pemasaran pendidikan di SMAN 3  
PEKANBARU

Isi Proposal

: Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang  
dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.		PENGUJI I	 12/10/2029	
2.		PENGUJI II		

Mengetahui  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I



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

Pekanbaru, .....  
Peserta Ujian Proposal



Wandi WANDI RIANO  
NIM. 12010317167

**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.

**PEMERINTAH PROVINSI RIAU  
DINAS PENDIDIKAN  
SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI 3 PEKANBARU**

Alamat : Jl. Yos Sudarso No. 100A Rumbai  
E-Mail : [smn.3pknu@gmail.com](mailto:smn.3pknu@gmail.com)  
NSS : 301096006003

Kode Pos : 28265  
Telp. / Fax : 0761-51007 / 0761-554368  
NPSN : 10404014

AKREDITASI: A

**S U R A T K E T E R A N G A N**

Nomor : 421.3/SMAN.03/1730

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 3 Pekanbaru dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : WANDI RIANO  
NIM : 12010317167  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Semester : IX (Sembilan)

Adalah benar telah melaksanakan Prariset di SMA Negeri 3 Pekanbaru pada November 2024.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.





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

Nomor : B-600/Un.04/F.II/PP.00.9/01/2025  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : **Mohon Izin Melakukan Riset**

Pekanbaru, 14 Januari 2025 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	: Wandi Riano
NIM	: 12010317167
Semester/Tahun	: IX (Sembilan)/ 2025
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas	: Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan Di SMAN 3 Pekanbaru

Lokasi Penelitian : SMAN 3 Pekanbaru

Waktu Penelitian : 3 Bulan (14 Januari 2025 s.d 14 April 2025)

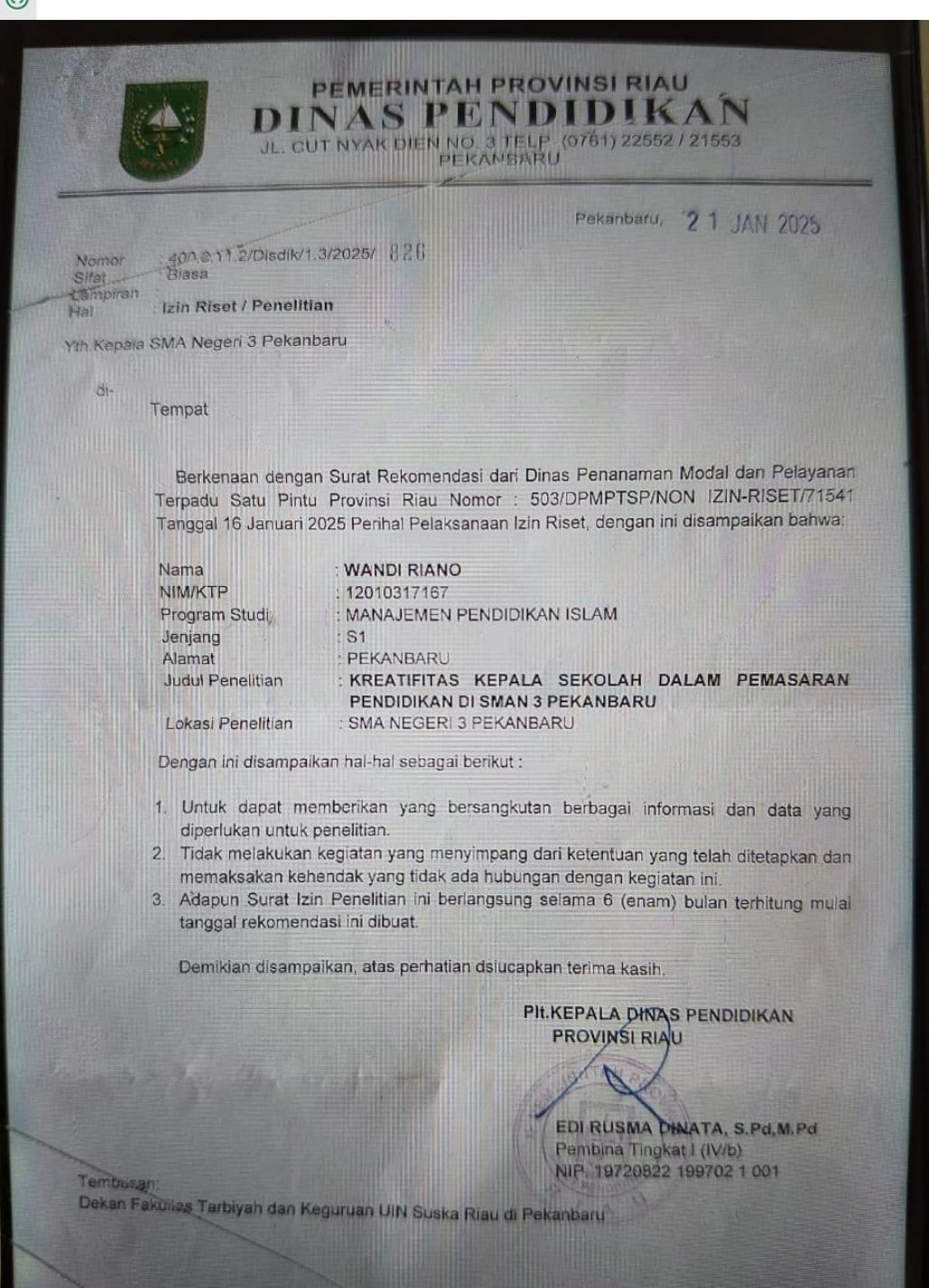
Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam  
a.n. Rektor  
Dekan  
  
Dr. H. Kadar, M.A.  
NIP: 19650521 199402 1 001

Tembusan :  
Rektor 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**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

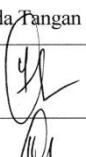
©



**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**  
**SKRIPSI MAHASISWA**

1. Jenis yang dibimbing :  
 a. Seminar usul Penelitian :  
 b. Penulisan Laporan Penelitian :  
 2. Nama Pembimbing : Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag.  
 a. Nomor Induk Pegawai (NIP) : 197004041996032001  
 3. Nama Mahasiswa : Wandi Riano  
 4. Nomor Induk Mahasiswa : 12010317167  
 5. Kegiatan : Bimbingan Skripsi

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	14 April 2025	Revisi Intrumen Penelitian		
2	17 April 2025	Acc instrumen penelitian		
3	6 Mei 2025	Revisi Bab II		
4	15 Mei 2025	Revisi Bab IV		
5	20 Mei 2025	Revisi Bab IV dan Bab V		
6	28 Mei 2025	Acc Skripsi		

Pekanbaru, 19 Juni 2025  
 Pembimbing,

Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag.  
 NIP. 197004041996032001

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

©

## KREATIVITAS KEPALA SEKOLAH DALAM PEMASARAN

### PENDIDIKAN DI SMAN 3 PEKANBARU

#### SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan Islam ( S.Pd )

dalam Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



28/8/2025  
Aee  
Bapak  
Sidiq

Di Susun Oleh:

Nama: WANDI RIANO

NIM: 12010317167

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UIN SUSKA RIAU

PEKANBARU

1446 H/2025 M

- 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.



## BIOGRAFI PENULIS

Wandi Riano, lahir di Keritang, pada tanggal 14 Mei 2001. Penulis anak Ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda Paiman dan Ibunda Syarifah Anum. Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah SD Negeri 012 Keritang Hulu dan lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Ponpes Khairul Ummah Air Molek, Batu Gajah dan Ponpes Darul Istiqamah, selensen lulus pada tahun 2019. Kemudian pada tahun 2020 penulis dinyatakan Lulus dan diterima di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur Mandiri dengan Jurusan Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Pada tahun 2023 penulis melaksanakan kuliah kerja nyata (KKN) di Desa Petala Bumi Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Penulis juga melaksanakan program praktek pengenalan lapangan (PPL) di SMAN 3, Rumbai, Pekanbaru. Selanjutnya Penulis melaksanakan penelitian ilmiah pada bulan Januari hingga Juni 2025 dan melanjutkan pada tahap penyusunan dibawah bimbingan bapak Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag., hingga akhirnya dapat mengikuti sidang munaqasyah dengan judul skripsi "Kreativitas Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Pendidikan di SMAN 3 Pekanbaru".

**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.