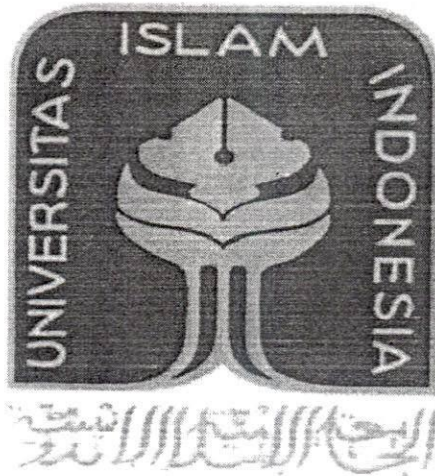


**MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH
DI SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU (SDIT)
SALSABILA 3 BANGUNTAPAN BANTUL**



Oleh:

Syahir Rofiuddin, S.Fil.I

NIM: 09913033

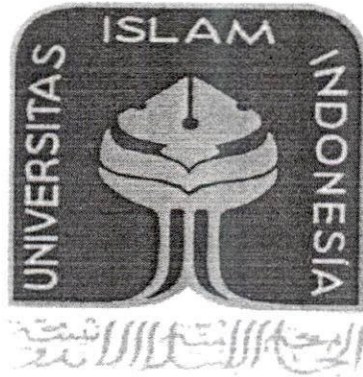
TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam**

YOGYAKARTA

2013

**MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH
DI SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU (SDIT)
SALSABILA 3 BANGUNTAPAN BANTUL**



Oleh:

Syahir Rofiuddin, S.Fil.I

NIM: 09913033

Pembimbing:

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.

TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk memenuhi salah satu syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam**

YOGYAKARTA

2013



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 1123/PS-MSI/Peng./II/2013

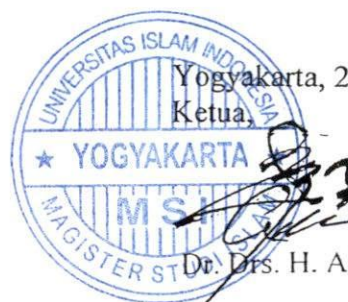
TESIS berjudul : **MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DI SEKOLAH
DASAR ISLAM TERPADU (SDIT) SALSABILA 3
BANGUNTAPAN BANTUL**

Ditulis oleh : Syahir Rofiuddin

N. I. M. : 09913033

Konsentrasi : Pendidikan Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Pendidikan Islam



Yogyakarta, 27 Pebruari 2013

Ketua,

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Syahir Rofiuddin
Tempat/tgl lahir : Yogyakarta, 16 Februari 1978
N. I. M. : 09913033
Konsentrasi : Pendidikan Islam
Judul Tesis : **MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DI SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU (SDIT) SALSABILA 3 BANGUNTAPAN BANTUL**

Ketua : Drs. H. Imam Mujiono, M.Ag (.....)
Sekretaris : Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag (.....)
Pembimbing : Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd. (.....)
Penguji : Prof. Dr. H. Usman Abu Bakar, MA (.....)
Penguji : Drs. H. Muzhoffar Akhwan, MA (.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 21 Pebruari 2013

Pukul : 08.30–09.30 WIB

Hasil / Nilai : **82,56 / A-**



Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana MSI UII

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS
No. : 1123/PS-MSI/ND/II/2013

TESIS berjudul : **MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DI SEKOLAH
DASAR ISLAM TERPADU (SDIT) SALSABILA 3
BANGUNTAPAN BANTUL (TAHUN 2005-2012)**

Ditulis oleh : Syahir Rofiuddin

NIM : 09913033

Konsentrasi : Pendidikan Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam Program
Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 16 Pebruari 2013

Ketua



Dr. Drs. H. Akhmad Darmadji, M.Pd.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PERSETUJUAN

TESIS berjudul : **MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH DI SDIT SALSABILA 3 BANGUNTAPAN BANTUL (Tahun Pelajaran 2005-2012)**

Ditulis oleh : Syahir Rofiuddin

N. I. M. : 09913033

Konsentrasi : Pendidikan Islam



Telah dapat disetujui untuk diuji dihadapan Tim Penguji Tesis Magister Studi Islam Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Yogyakarta, 11 Desember 2012

Pembimbing

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.

MOTTO

*Ketenaran yang di raih insan-insan ternama,
tidaklah dicapai dalam sekejap mata,*

Tetapi mereka ...,

*Dikala orang lain tidur terlena,
belajar tekun dan bermunajat kepada Allah SWT
di malam yang buta.*



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PERSEMBAHAN

Tesis Ini Penulis Persembahkan Kepada:

1. Istriku Qosif Fitro'iyah, S.Si.
2. Anakku Fatihatun Najmusysyifaa
3. Teman-teman di MSI UII, PI / 2009
4. Almamaterku MSI UII



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI,

Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI

No. 158/1987 dan No 0543b/U/ 1987

Tertanggal 22 Januari 1988

I. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Hurif Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Sā	s	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā'	ḥ	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	-
د	Dāl	d	-

Huruf	Nama	Hurif Latin	Nama
ذ	Zāl	z	z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	-
ز	Zā'	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Sād	s	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	d	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	t	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn		koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	g	-
ف	Fā'	f	-

ق	Qāf	<i>q</i>	-
ك	Kāf	<i>k</i>	-
ل	Lām	<i>l</i>	-
م	Mīm	<i>m</i>	-
ن	Nūn	<i>n</i>	-
و	Wāwu	<i>w</i>	-
هـ	Hā'		-
ء	Hamzah		apostrof
ي	Yā'		-

II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. Ta' Marbuṭah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

4.	<i>dammah + wawu</i> mati فروض	ditulis	ū
		ditulis	<i>furūd</i>

VI. Vokal rangkap

1.	<i>Fathah + ya' mati</i> بينكم	ditulis	<i>ai</i>
		ditulis	<i>bainakum</i>
2.	<i>Fathah + wawu mati</i> قول	ditulis	<i>au</i>
		ditulis	<i>qaul</i>

VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif+Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	ditulis	<i>as-Samā</i>
--------	---------	----------------

الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>
-------	---------	------------------

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	ditulis	<i>zawi al furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-Sunnāh</i>



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya studi pendahuluan yang penulis lakukan, menunjukkan adanya indikasi bahwa keberhasilan SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam memasarkan sekolah, belum dapat dinikmati oleh sekolah-sekolah yang berada disekitar SDIT.

Dari pantauan penulis, terdapat beberapa Sekolah Dasar (SD) yang ditutup dan bahkan ada yang dilebur dengan sekolah sejenis yang terdapat disekitar SD ini, semua disebabkan karena saat Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) tidak mendapatkan murid. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam hal pemasaran sekolah, yang kedepan nantinya dapat digunakan acuan sekolah-sekolah khususnya SD atau institusi-institusi yang lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif evaluative, yaitu pendeskripsian data berdasarkan hasil evaluasi. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, pencermatan dokumen dan angket. Berdasarkan temuan penelitian dapat diketahui bahwa manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat efektifitas keberhasilan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul terletak pada proses manajemen perencanaan dan pengorganisasian yang baik. Bentuk-bentuk pemasaran sekolah pada PPDB, yang diminati anak-anak khususnya dan umumnya masyarakat sekitar adalah dengan kegiatan Gebyar Ceria dan Gelar dongeng Islami. Dengan strategi yang diterapkan salah satunya dengan menggunakan *Word of Mouth* (WOM) yang diartikan sebagai pesan melalui mulut ke mulut. Dari setiap tahunnya (mulai Tahun Pelajaran 2005 – 2012) selalu meningkat jumlah peserta didik yang mendaftar di SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Kata kunci: Manajemen, Pemasaran dan Sekolah

Syahir Rofiuddin. School of Marketing Management in Primary Schools Islam (SDIT) Salsabila 3 Banguntapan. Thesis. Yogyakarta: Graduate School of Islamic Studies Islamic University of Indonesia The research is motivated by a preliminary study by the author, an indication that the success SDIT Salsabila 3 Banguntapan in marketing the school, can not be enjoyed by the schools that were around SDIT.

ABSTRACT

From observation the author, there are some elementary school (SD) are closed and some have merged with similar schools around the elementary school there, all because when New Students Admission (PPDB) did not get the pupils. This has encouraged the authors to examine SDIT Salsabila 3 Banguntapan in terms of marketing the school, the future will be used a reference in particular elementary schools or other institutions.

This study used a descriptive approach evaluative, the description of the data based on the results of the evaluation. Instrument used in this study were interviews, observations, scrutiny of documents and questionnaires. Based on the findings of this research is that marketing management in SDIT Salsabila 3 Banguntapan well.

The results showed that the effectiveness of marketing management success in SDIT Salsabila 3 Banguntapan lies in the management process of planning and good organization. Other forms of marketing on PPDB school, are interested in particular children and the general public about the activities Gebyar is Cheerful and Islamic tales degree. With one of the strategies implemented by using the Word of Mouth (WOM) is interpreted as a message through word of mouth. Of each year (starting Academic Year 2005 to 2012) is always increasing number of students who enroll in SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Keywords: Management, Marketing and School.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ
وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Ucapan syukur *alhamdulillah* penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayahNya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi figur sentral umat manusia, yang telah membawa panji-panji Islam untuk menghiasi bumi dengan kalimat tauhid dan budi pekerti yang luhur serta suri tauladan didalam kehidupan, dengan harapan dan do'a semoga penulis dapat mencontoh kehidupannya dalam kehidupan sehari-hari.

Penyusunan tesis ini merupakan kajian singkat tentang manajemen pemasaran SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak dapat tersusun tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Edy Suandi Hamid, M.Ec. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, SH., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
3. Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd. selaku Ketua Program Pasca Sarjana Magister Studi Islam Universitas Islam Indonesia, yang juga

merangkap sebagai pembimbing, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya dalam penyusunan tesis ini.

4. Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag. selaku sekretaris program PPs MSI serta Bapak Ibu Dosen dan staf karyawan di Pasca Sarjana MSI UII yang telah memberikan ilmunya.
5. Bapak Dr.Muqowim, Nazhif Masykur,M.Pd., Pandi Kuswoyo,M.Pd.I., Luluk Priyanti, M.Hum., serta Bapak Ibu Guru dan Karyawan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul, yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penelitian ini.
6. Istriku tercinta Qosif Fitroi'yah, S.Si, serta anakku yang sholihah Fatihatun Najmusysyifaa sebagai motivator handal, yang senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat kepadaku.
7. Bapak Ibu di Yogyakarta dan mertua di Jakarta serta segenap keluarganya, yang selalu memberikan motivasi kepadaku.
8. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebut satu persatu.

Kepada semua pihak yang disebutkan diatas, semoga amal kebaikan yang telah dilaksanakan dapat diterima Allah SWT dan mendapatkan balasan karunia dan rahmat dariNya, amin. Tiada gading yang tak retak, semoga tesis ini dapat bermanfaat. Amiin.

Yogyakarta, 11 Desember 2012

Penulis



Syahir Rofiuddin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN TIM PENGUJI TESIS.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN TRANSLITERASI	viii
HALAMAN ABSTRAK.....	xiv
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xvi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xviii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	XX
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xxi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Pembahasan.....	5
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI....	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Kerangka Teori.....	10
BAB III : METODE PENELITIAN.....	12
A. Jenis Penelitian	12
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	12
C. Tempat/Lokasi Penelitian	13
D. Populasi dan Sampel	14
E. Cara Membuat dan Uji Instrumen	15
F. Bahan-bahan dan Alat yang di pakai	24
G. Cara memperoleh data.....	24
H. Cara analisis dan alat analisis	26

BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	28
	A. Penerapan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul	28
	1. Hubungan harmonis SDIT Salsabila 3 Banguntapan dengan masyarakat	35
	2. Kegiatan pengelolaan pemasaran sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan	45
	B. Upaya-upaya yang dilakukan dalam menarik calon siswa baru pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SDIT Salsabila 3 Banguntapan	65
	1. Bentuk-bentuk kegiatan pemasaran sekolah pada Penerimaan Peserta Didik Baru di SDIT Salsabila 3 Banguntapan TP 2005-2012	66
	2. Perjalanan pemasaran sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Tahun Pelajaran 2005-2012	77
	3. Prosedur Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan	83
	C. Tingkat Efektifitas Keberhasilan Manajemen Pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul	90
	1. Perkembangan Penerimaan Peserta Didik Baru dari tahun ke tahun selalu meningkat	90
	2. Perencanaan dan pengorganisasian yang baik akan mendapatkan hasil yang maksimal pada PPDB	94
BAB V	: PENUTUP	103
	A. Kesimpulan	103
	B. Saran-saran	105
	C. Kata Penutup	106
DAFTAR PUSTAKA.....		108
LAMPIRAN-LAMPIRAN		111
	A. Instrumen Penelitian	
	B. Daftar Gambar	
	C. Kartu Bimbingan Tesis	
	D. Riwayat Hidup/ CV	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Daftar Program Kegiatan Sekolah	37
Tabel 4.2	Daftar Daya Tampung dan Pendaftar	91
Tabel 4.3	Daftar Susunan Kepanitiaan PPDB & Jobdiscription	95
Tabel 4.4	Daftar Keadaan Peserta Didik dan Rombel	101
Tabel 4.5	Daftar Keadaan Guru dan Karyawan	102



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Sekolah Kegiatan Gebyar Ceria

Gambar 2 Pelaksanaan Gelar dongeng Islami

Gambar 3 Promosi SDIT Salsabila dengan model pemasangan spanduk

Gambar 4 Ruang Penerimaan Peserta Didik Baru



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Instrumen Penelitian

Lampiran II Daftar Gambar

Lampiran III Kartu Bimbingan Tesis

Lampiran IV Curriculum Vitae



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam rangka mewujudkan visi dan misi sekolah sesuai dengan paradigma baru manajemen pendidikan, maka perlunya pemberdayaan masyarakat dan lingkungan sekolah secara optimal. Hal ini disebabkan setiap sekolah memerlukan masukan dari masyarakat dalam menyusun program yang relevan, sekaligus memerlukan dukungan masyarakat dalam melaksanakan program tersebut. Disisi lain, masyarakat memerlukan jasa sekolah untuk mendapatkan program-program pendidikan sesuai yang diinginkan. Jalinan semacam ini dapat terjadi, jika seluruh pengelola sekolah aktif membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Model manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan seluruh proses kegiatan sekolah yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dan bersungguh-sungguh, serta pembinaan secara kontinu untuk mendapatkan simpati masyarakat pada umumnya, khususnya masyarakat yang berkepentingan langsung dengan sekolah. Dengan demikian kegiatan operasional pendidikan, kinerja, dan produktivitas sekolah diharapkan semakin efektif dan efisien.¹

Hubungan sekolah dengan masyarakat pada hakikatnya merupakan suatu sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan

¹ Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 164.

peserta didik di sekolah. Dalam hal ini, sekolah sebagai sistem sosial merupakan bagian integral dari sistem sosial yang lebih besar yaitu masyarakat.²

Dalam sistem pendidikan nasional di Indonesia, sekolah memiliki peranan strategis sebagai institusi penyelenggara kegiatan pendidikan. Jalur penyelenggara pendidikan nasional diatur melalui jalur sekolah dan jalur luar sekolah termasuk pendidikan keluarga. Para orang tua berharap banyak terhadap peranan sekolah dalam mengembangkan potensi dan kemampuan anak menjadi manusia berguna.³

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Salsabila 3 Banguntapan Bantul adalah sekolah yang didalamnya terdapat kegiatan tahunan yang melibatkan peran dari masyarakat, yang salah satunya adalah Penerimaan Siswa Baru (PSB) atau yang sekarang dikenal dengan istilah Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang sudah berusia tujuh tahun (dari th 2005-2012), dari tahun ketahun peminat masyarakat untuk memasukkan putra-putrinya ke SDIT Salsabila 3 Banguntapan sangat besar dan senantiasa meningkat tajam. Ini semua tidak terlepas dari manajemen pemasaran (marketing) yang baik dari pengelola pendidikan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Pengelola pendidikan (unsur yayasan, masyarakat dan staf pengajar/ guru) tidak dapat memasarkan sekolah dengan baik tanpa bantuan dari masyarakat. Masyarakat disekitar lingkungan sekolah dibantu dengan peran aktif orang tua/wali murid bersama-sama berkomitmen untuk memajukan dan membesarkan

² *Ibid.*, hal. 165.

³ Syafaruddin, *Manajemen mutu terpadu dalam pendidikan*, (Jakarta:PT Grasindo, 2002), hal. 87.

SDIT Salsabila 3 Banguntapan dengan cara memasarkan kegiatan maupun program-program sekolah.

Berangkat dari kondisi yang diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul. Lokasi ini dipilih karena berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan, menunjukkan adanya indikasi bahwa keberhasilan SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam memasarkan sekolah, belum dapat dinikmati oleh sekolah-sekolah yang berada disekitar SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Dari pantauan penulis, terdapat beberapa Sekolah Dasar (SD) yang ditutup atau gulung tikar dan bahkan ada yang dilebur dengan sekolah sejenis yang terdapat disekitar SD setempat, ini semua disebabkan karena saat PPDB tidak mendapatkan murid. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam hal pemasaran sekolah, yang kedepan nantinya dapat digunakan acuan sekolah-sekolah khususnya di SD atau institusi-institusi yang lain.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah atau sering disebut dengan problematika penelitian, merupakan bagian penting yang harus dalam penelitian karya ilmiah. Oleh karena itu semua peneliti sebelum melakukan penelitian harus mengetahui terlebih dahulu persoalan yang akan di bahas. Untuk itu berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul?
2. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan dalam menarik calon siswa baru pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) ?
3. Tingkat efektifitas keberhasilan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya sekolah dalam menarik calon siswa baru pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)
3. Untuk mengetahui tingkat efektifitas keberhasilan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memiliki kegunaan sebagai berikut:
 - a. Dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan terutama dalam bidang manajemen pemasaran sekolah

- b. Dapat memberikan pengalaman yang sangat berarti bagi penulis sebagai seorang guru.
 - c. Dapat memberikan inspirasi dan referensi untuk penelitian pendidikan yang sejenis.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memiliki kegunaan sebagai berikut:
- a. Dapat mengetahui bagaimana cara memasarkan sekolah.
 - b. Dapat memberikan kontribusi positif terhadap para pendidik dan pengelola pendidikan yang ingin membesarkan sekolahnya.
 - c. Dapat mengetahui tingkat efektifitas keberhasilan yang telah diperoleh dari pemasaran sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul.



E. Sistematika Pembahasan

Susunan tesis ini terdiri dari tiga bagian yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir.

1. **Bagian awal** terdiri dari sampul luar, halaman sampul dalam, halaman pengesahan, halaman tim penguji ujian tesis, halaman nota dinas, halaman persetujuan pembimbing, halaman motto, halaman persembahan, halaman transliterasi, halaman abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, daftar gambar.
2. **Bagian isi** berisi tentang uraian penelitian mulai dari bagian pendahuluan sampai bagian kesimpulan (penutup) yang tertuang dalam bentuk bab-bab sebagai satu kesatuan. Hasil penelitian pada tesis ini dituangkan dalam

lima bab. Pada tiap bab terdapat sub-sub bab yang menjelaskan tentang kajian pembahasan dari bab yang bersangkutan. Dengan demikian akan terbentuk satu sistem dalam penulisan, sehingga dalam pembahasannya nanti nampak adanya suatu sistematika yang runtut antara satu dengan yang lainnya.

Adapun sistematika penulisan tesis ini adalah:

Bab I berisi tentang pendahuluan, yang meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang telaah pustaka dan kerangka teori.

Bab III berisi tentang metode penelitian. Pada bagian ini akan memuat segala sesuatu bagaimana penelitian tersebut akan dilakukan. Pada bab ini meliputi: jenis penelitian dan pendekatan, subyek dan obyek penelitian, tempat atau lokasi penelitian, populasi dan sampel, cara membuat dan uji instrument, cara memperoleh data dan mendeskripsikan data dan cara analisis dan alat analisis.

Bab IV memuat tentang hasil dan pembahasan. Dalam bab ini akan diuraikan tentang data-data hasil penelitian dan pengamatan sampai tuntas.

Bab V berisi tentang kesimpulan. Pada bab ini merupakan bab penutup yang memuat tentang: kesimpulan, saran-saran dan kata penutup

3. **Dan pada bagian akhir** dari tesis ini terdiri dari: daftar pustaka, lampiran – lampiran, dan daftar riwayat hidup/ CV.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

Guna melengkapi tesis ini, penulis menggunakan telaah atau kajian dari penelitian sebelumnya yang relevan terhadap penelitian ini, diantaranya:

1. Tesis yang berjudul: “Keefektivan Manajemen marketing untuk meningkatkan minat siswa terhadap lembaga pendidikan Islam. (Studi Lapangan Pondok pesantren An Nawawi Purworejo)”, yang ditulis oleh Musradinur, Jurusan Pendidikan Islam MSI UII terbit pada tahun 2011. Masalah yang diteliti dalam tesis ini adalah hanya membahas mengenai keefektifan manajemen marketing yang diterapkan di pondok pesantren. Penelitian ini menggunakan pendekatan *deskriptif evaluative*, yaitu pendeskripsian data berdasarkan hasil evaluasi. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, pencermatan dokumen dan angket.⁴
2. Buku yang berjudul: “Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan”, terbit tahun 2006, yang ditulis oleh Zulkarnain Nasution, pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Malang dan Universitas Wisnuwardhana. Buku ini hanya khusus membahas tentang konsep, fenomena, dan aplikasinya saja, yang gagasan pokoknya terutama berdasarkan pengalaman penulis dalam melaksanakan profesi dan selama

⁴ Musradinur, “Keefektivan Manajemen Marketing untuk Meningkatkan Minat Siswa terhadap Lembaga Pendidikan Islam. (Studi Lapangan Pondok pesantren An Nawawi Purworejo)”. Tesis, Yogyakarta: MSI UII, 2011, hal.ix.

melaksanakan tugas-tugas kehumasan di lembaga pendidikan perguruan tinggi.⁵

3. Buku yang berjudul: “Strategic Partnering For Educational Management (Model Manajemen Pendidikan Berbasis Kemitraan)”, buku yang ditulis oleh Nana Rukmana ini , terbit pada tahun 2006. Penulis buku ini lebih banyak membahas tentang penawaran gagasan untuk menyelesaikan polemik penyelenggaraan pendidikan kedinasan dengan mengembangkan model kemitraan dalam penyelenggaraan pendidikan kedinasan saja.⁶

Maka setelah penulis melakukan telaah terhadap beberapa karya atau penelitian terdahulu yang relevan dengan objek penelitian tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari adanya kesamaan kajian atau menjadikan bahan referensi dalam penelitian ini.

Perbedaan tesis yang akan diteliti dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada masalah yang diteliti. Penulis akan meneliti tentang manajemen pemasaran sekolah atau marketing sekolah yang belum maksimal, padahal sudah ada Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) disetiap sekolah-sekolah yang melakukan penerimaan peserta didik baru/ siswa baru. Yang akan diteliti adalah Bagaimana cara pemasaran sekolah (‘menjual sekolah’) ditengah masyarakat saat ini, sejauh mana peran sekolah dalam pelaksanaan pemasaran sekolah, sejauh mana peran SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul dalam menarik calon

⁵ Zulkarnaen Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. (Malang: UMM Press). 2006.

⁶ Nana Rukmana, *Strategic Partnering For Educational Management (Model Manajemen Pendidikan Berbasis Kemitraan)*. (Bandung: Alfabeta).2006.

siswa baru dalam Penerimaan Peserta Didik Baru/ PPDB dalam setiap tahunnya. Bagaimana tingkat keberhasilan SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul dalam memasarkan sekolah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *deskriptif evaluative*.

B. Kerangka Teori

Sebelum pembahasan mengenai manajemen pemasaran sekolah, perlu diketahui dahulu tentang definisi manajemen, pemasaran, dan sekolah itu sendiri. Karena kerangka teori merupakan teori-teori yang betul-betul teori pilihan, lengkap dan relevan.

1. Manajemen

Menurut Kotler manajemen adalah proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*Actuating*) dan pengawasan (*controlling*).⁷

Manajemen menurut Terry adalah merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber-sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.⁸

⁷ Zulkifli Izul, "Manajemen Pemasaran", dikutip dari <http://www.manajemenn.web.id/2011/06/teori-manajemen-pemasaran.html> 6 Desember 2012.

⁸ Carapedia, "Definisi tentang pengertian manajemen menurut para ahli ekonomi", dikutip dari <http://wardhana-ardhan.blogspot.com/2010/10/devinisi-tentang-pengertian-manajemen.html> 6 Desember 2012

2. Pemasaran

Pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.⁹

3. Sekolah

Sekolah adalah sebuah lembaga yang dirancang untuk pengajaran siswa (atau "murid") di bawah pengawasan guru.¹⁰ Kemudian di dalam ensiklopedia disebutkan bahwa pengertian Sekolah adalah kegiatan di waktu luang bagi anak-anak di tengah-tengah kegiatan utama mereka, yaitu bermain dan menghabiskan waktu untuk menikmati masa anak-anak dan remaja. Dan saat ini, kata sekolah berubah arti menjadi: merupakan bangunan atau lembaga untuk belajar dan mengajar serta tempat menerima dan memberi pelajaran.¹¹

⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*; Alih bahasa oleh Alexander Sindoro (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), hal. 6.

¹⁰ Sekolah, "Pengertian Sekolah", dikutip dari <http://smpn1ta.blogspot.com/2012/02/pengertian-sekolah.html> 19 Juli 2012.

¹¹ Wikipedia, "Sekolah", dikutip dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Sekolah> 6 Desember 2012

BAB III

METODE PENELITIAN

Setiap penelitian dibutuhkan metode sebagai penunjuk arah pelaksanaan penelitian, sehingga dapat dipertanggung jawabkan.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam tesis ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *deskriptif evaluative* yaitu pendeskripsian data berdasarkan hasil evaluasi. Instrument yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara (secara langsung dan terstruktur), observasi, pencermatan dokumen dan angket.

B. Subyek dan Obyek penelitian

Metode penentuan subyek adalah suatu cara menentukan sumber dimana penulis mendapatkan data.¹² Teknik penentuan subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sample* dan *snow ball sampling*.

1. Teknik *purposive sample* digunakan untuk memperoleh data dari informan-informan terpilih yang kaya dengan kasus untuk studi yang bersifat mendalam. Sebelum sampel dipilih perlu dihimpun sejumlah informasi tentang sub-sub unit dan informan-informan di dalam unit kasus yang akan diteliti. Untuk kemudian peneliti memilih informan, kelompok, tempat,

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 1992). hal. 102.

kegiatan dan peristiwa yang kaya dengan informasi tentang fenomena yang akan diteliti.¹³

2. Teknik *snow ball sampling* yaitu teknik untuk memperoleh beberapa informan dalam organisasi atau kelompok yang terbatas dan yang dikenal sebagai teman dekat atau kerabat, kemudian informan tersebut bersedia menunjukkan teman-teman atau kerabat lainnya, sampai peneliti menemukan konstelasi persahabatan yang berubah menjadi suatu pola-pola sosial yang lengkap.¹⁴

Subyek yang digunakan sebagai upaya memperoleh data, yaitu:

- a. Kepala sekolah, sebagai pimpinan sekolah.
- b. Guru (Panitia PPDB).
- c. Peserta didik/ siswa (alumni & siswa yang masih aktif)
- d. Wali murid .

C. Tempat/ lokasi penelitian

Tempat atau lokasi penelitian di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Salsabila 3 Banguntapan, yang tepatnya berada di jalan Gatut kaca Rt 10 Rw 34 Dusun Juru Gentong Desa Banguntapan Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun batas-batas wilayah sekolah sebagai berikut:

¹³ Nana Syaodih Sukmadinata, *metode penelitian pendidikan*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), hal. 101.

¹⁴ Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Prenada media group, 2008), hal.139..

1. Sebelah Utara : Pamela 3 Swalayan
2. Sebelah Selatan : TK Khalifah - Perumahan warga
3. Sebelah Timur : Dusun Jeruk legi Banguntapan
4. Sebelah Barat : KB/PG/TKIT Salsabila 2 Banguntapan

Bila dilihat letak secara geografis SDIT Salsabila 3 Banguntapan terletak diujung utara Kab. Bantul tepatnya selatan JEC (Jogja Expo Center), bagian barat bersinggungan langsung dengan DIY, sebelah timur bersinggungan dengan Ring Road dan MTsN/MAN LAB UIN.¹⁵

Berdasarkan data di atas SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang dengan luas tanahnya kurang lebih 1989 m², terletak di kawasan yang cukup strategis karena dapat dijangkau baik dengan jalan kaki ataupun naik kendaraan umum, serta efektif untuk diselenggarakan kegiatan belajar mengajar (KBM).

D. Populasi dan sampel

Populasi atau *universe* ialah jumlah keseluruhan dari unit, analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Sampel yang di gunakan penulis adalah dengan mengambil data dari informan-informan terpilih dengan cara wawancara secara langsung maupun wawancara secara terstruktur, yang terdiri dari Kepala sekolah, Guru (panitia PPDB), siswa (alumni & siswa yang masih aktif), serta wali murid dalam setiap tahunnya serta dari beberapa dokumen sekolah yang terkait langsung dengan PPDB.

¹⁵ Pandi Kuswoyo, M.Pd.I Kepala Sekolah SDIT Salsabila 3 Banguntapan, di ruang Kepsek Sekolah, tanggal 30 November 2012.

E. Cara membuat dan uji instrument

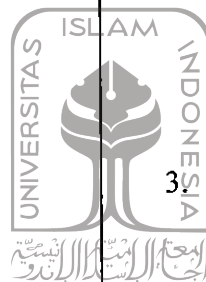
Instrumen dibuat penulis dengan memperhatikan masukan dari beberapa pihak terutama pembimbing. Berikut rencana instrumen untuk wawancara yang telah di buat penulis, dengan kisi-kisi yang di jabarkan serta pertanyaan yang berbeda yang ditujukan kepada Kepala sekolah, guru (panitia PPDB), siswa (alumni & siswa yang masih aktif) serta wali murid. Instrumen untuk wawancara ini berbeda karena keempat kategori informannya juga berbeda-beda.

1. Instrumen untuk wawancara dengan Kepala Sekolah

Muatan	Kisi-kisi	Contoh pertanyaan
Manajemen	Proses Perencanaan (<i>Planning</i>), Suatu kegiatan untuk membuat & mencapai tujuan yang telah ditentukan.	<p>1. Bagaimana proses pembentukan panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)?</p> <p>2. Kapan dan setiap bulan apa PPDB di laksanakan dalam setiap tahunnya?</p> <p>3. Apa rencana yang bapak lakukan selaku kepala sekolah dalam menerapkan kegiatan promosi/ pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan?</p>

	<p>Pengorganisasian (<i>Organizing</i>), Suatu kegiatan pengaturan pada sumber daya manusia dan sumber daya fisik untuk menjalankan rencana yang telah di tetapkan untuk mencapai suatu tujuan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah ada kendala Bapak dalam melaksanakan pembentukan kepanitiaan PPDB? 2. Bagaimana cara mengumpulkan calon panitia PPDB ? 3. Dan dari unsur mana saja kepanitiaan PPDB di bentuk?
	<p>Pengarahan (<i>Actuating/Leading</i>), Fungsi kepemimpinan menejer untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja secara maksimal.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa masukan yang Bapak berikan sebelum pembentukan panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di mulai? 2. Bagaimana respon panitia PPDB atas arahan yang Bapak berikan? 3. Selama kegiatan PPDB berlangsung berapa kali Bapak memberikan arahan kepada panitia? Dalam hal apa ?

	<p>Pengawasan/ Pengendalian (<i>Controlling</i>), suatu aktifitas menilai kinerja berdasar standar yang telah di buat</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kapan di laksanakan pengawasan terhadap kinerja panitia PPDB? 2. Selaku kepala sekolah, apa yang Bapak lakukan selama mengawasi kegiatan promosi/ pemasaran sekolah yang di lakukan oleh panitia PPDB tatkala di luar sekolah? 3. Efektifkah pengawasan yang Bapak lakukan, untuk tujuan keberhasilan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul? Sebab?
	<p>Profil lembaga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya sekolah ? 2. Dimana letak secara geografis SDIT Salsabila 3 Banguntapan?



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

		3. Siapa saja pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan?
Sekolah	Program-program sekolah, kegiatan unggulan, dan prestasi sekolah,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja program & kegiatan unggulan yang ada di SDIT Salsabila 3 Banguntapan? 2. Prestasi dalam bidang apa yang pernah di raih oleh SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam kurun waktu dua tahun terakhir?
	Keadaan guru, karyawan, dan peserta didik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berapa jumlah semua peserta didik secara keseluruhan dari kelas 1-6 ? 2. Berapa jumlah guru dan karyawan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan?



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2. Instrumen untuk wawancara dengan Guru (Panitia PPDB)

Muatan	Kisi-kisi	Contoh pertanyaan
	<p>Proses Perencanaan (<i>Planning</i>), Suatu kegiatan untuk membuat & mencapai tujuan yang telah ditentukan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang Bp/Ibu lakukan atau rencanakan setelah panitia PPDB terbentuk? 2. Kapan Bp/ibu akan menyusun <i>time schedule</i> dalam perencanaan kerja panitia PPDB?
Manajemen	<p>Pengorganisasian (<i>Organizing</i>), Suatu kegiatan pengaturan pada sumber daya manusia dan sumber daya fisik untuk menjalankan rencana yang telah di tetapkan untuk mencapai suatu tujuan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang Bp/ibu lakukan setelah <i>time schedule</i> terbentuk? 2. Bagaimana cara ketua mengumpulkan calon panitia PPDB yang telah di bentuk oleh kepala sekolah?
	<p>Pengarahan (<i>Actuating/Leading</i>), Fungsi kepemimpinan menejer</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa masukan yang disampaikan ketua PPDB kepada rekan-rekan panitia? 2. Bagaimana respon panitia atas arahan yang dilakukan

	<p>untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja secara maksimal.</p>	<p>oleh ketua PPDB?</p> <p>3. Selama kegiatan PPDB berlangsung berapa kali ketua PPDB memberikan arahan kepada panitia?</p>
	<p>Pengawasan/ Pengendalian (<i>Controlling</i>), suatu aktifitas menilai kinerja berdasar standar yang telah di buat</p>	<p>1. Kapan ketua melaksanakan pengawasan terhadap kinerja panitia PPDB?</p> <p>2. Apa yang di lakukan ketua panitia/ pengurus harian selama mengawasi kegiatan promosi/ pemasaran sekolah yang di lakukan oleh rekan-rekan panitia PPDB tatkala diluar sekolah?</p>
Pemasaran	<p>Proses sosial dan manajerial serta Penciptaan dan pertukaran produk & nilai</p>	<p>1. Upaya-upaya promosi/ pemasaran sekolah apa saja yang di lakukan dalam menarik calon siswa baru, pada PPDB di SDIT Salsabila 3 Banguntapan?</p> <p>2. Bagaimana tanggapan dari</p>

		masyarakat dengan adanya program promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan?
--	--	---

3. Instrumen untuk wawancara dengan Alumni

Muatan	Kisi-kisi	Contoh pertanyaan
Pemasaran & Sekolah	Proses sosial dan manajerial serta Penciptaan dan pertukaran produk & nilai	<p>1. Sebagai alumni puaskah ananda dengan hasil belajar yang telah dicapai dahulu? Sebab?</p> <p>2. Sebagai alumni promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang ananda sukai seperti apa? Berikan contohnya.</p> <p>3. Apa masukan ananda untuk SDIT Salsabila 3 Banguntapan, untuk program promosi?</p>

4. Instrumen untuk wawancara dengan Peserta Didik/ Siswa

(yang masih aktif)

Muatan	Kisi-kisi	Contoh pertanyaan
<p>Pemasaran & Sekolah</p>	<p>Proses sosial dan manajerial serta Penciptaan dan pertukaran produk & nilai</p>	<p>1. Sebagai Siswa SDIT Salsabila 3 Banguntapan puaskah ananda dengan hasil belajar yang telah di capai selama ini? Sebab?</p> <p>2. Sebagai Siswa, promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang ananda sukai seperti apa? Berikan contohnya.</p> <p>3. Apa masukan ananda untuk SDIT Salsabila 3 Banguntapan, khususnya untuk program promosi?</p>

5. Instrumen untuk wawancara dengan Wali Murid

Muatan	Kisi-kisi	Contoh pertanyaan
<p>Pemasaran & Sekolah</p>	<p>Proses sosial dan manajerial serta Penciptaan dan pertukaran produk & nilai</p>	<p>1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu selaku orang tua/wali murid dengan adanya kegiatan promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan?</p> <p>2. Kegiatan promosi/ pemasaran SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang seperti apa yang Bapak/Ibu sukai?</p> <p>3. Apa hasil dari pemasaran yang telah dilakukan sekolah di mata orang tua/ wali murid?</p> <p>4. Sebagai pelanggan, puaskah Bapak/ibu terhadap apa yang didapatkan anak selama ini? Berikan contohnya.</p>

F. Bahan-bahan dan alat-alat yang dipakai dalam penelitian

1. Lembar pertanyaan digunakan untuk wawancara dengan informan-informan yang terkait.
2. Lembar wawancara terstruktur, yaitu lembar pertanyaan yang di peruntukkan bagi informan yang belum siap untuk di wawancarai secara lesan, sehingga penulis menyiapkan instrument pertanyaan secara tertulis. Dengan alat bantu ini data akan terlihat valid dan terpercaya.
3. Alat rekam digunakan untuk merekam saat berlangsungnya wawancara dengan nara sumber terkait. Dengan alat bantu ini data akan terlihat valid dan terpercaya.
4. Kamera, di gunakan untuk mendokumentasikan hal-hal yang terkait langsung dengan PPDB.

G. Cara memperoleh data.

Cara memperoleh data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.¹⁶

¹⁶ Sutrisno Hadi, *Metode Reseach II*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hal. 136.

Observasi yang penulis gunakan adalah observasi non partisipatif (*nonparticipatory observation*). Yaitu penulis tidak ikut serta dalam kegiatan, penulis hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan. Metode ini digunakan untuk mengetahui letak geografis sekolah serta pelaksanaan PPDB di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul, serta untuk mengecek data atau hal yang diperoleh dari hasil observasi dengan realita yang ada. Observasi dilakukan dengan menggunakan lembar observasi yang telah dipersiapkan serta berupa catatan lapangan.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁷ Metode ini digunakan untuk berwawancara dengan Kepala Sekolah, Guru/Panitia PPDB, Orangtua/Wali murid, Alumni, dan peserta didik yang masih aktif. Wawancara ini dilakukan berdasarkan panduan wawancara yang disusun sebelumnya, guna melengkapi data yang dianggap kurang dari hasil teknik yang lain.

Jenis wawancara yang penulis lakukan adalah wawancara menggunakan pedoman, yaitu wawancara dilaksanakan dengan berpegang

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 135.

pada pedoman yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam pedoman tersebut telah tersusun secara sistematis, hal-hal yang akan ditanyakan.¹⁸

Untuk mendapatkan hasil wawancara yang lebih valid penulis juga menggunakan pedoman wawancara terstruktur. Dengan pedoman wawancara seperti ini, diharapkan apa yang dikatakan/ disampaikan terwawancara dapat penulis tulis seperti apa adanya.

3. Metode Dokumentasi

Metode ini merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data.¹⁹

Metode dokumentasi sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.²⁰

Metode dokumentasi yang dimaksudkan adalah metode untuk memperoleh data yang berwujud dokumentasi tentang sekolah yang diteliti dan kegiatan PPDB di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul.

H. Cara analisis dan alat analisis

Metode analisis yang digunakan penulis adalah analisis data kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan

¹⁸ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian...*, hal. 112.

¹⁹ *Ibid.*, hal. 121.

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya 2001), hal. 161.

data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.²¹ Data-data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan data kualitatif deskriptif yang sifatnya pemaknaan untuk mengungkapkan keadaan atau karakteristik sumber data.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

²¹ *Ibid.*, hal. 103.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul

Dalam manajemen setidaknya terdapat fungsi-fungsi manajemen yang terkait erat didalamnya. Pada umumnya ada empat fungsi manajemen yang banyak dikenal di masyarakat yaitu fungsi perencanaan (*planning*), fungsi pengorganisasian (*organizing*), fungsi pengarahan/ penggerakan (*actuating/ leading*) dan fungsi pengendalian (*controlling*). Keempat fungsi tersebut sering disingkat dengan POAC. Para manajer/ kepala sekolah dalam pengorganisasian diharapkan mampu menguasai semua fungsi manajemen yang ada untuk mendapatkan hasil manajemen yang maksimal. SDIT Salsabila 3 Banguntapan melalui pimpinan sekolah/ kepala sekolah telah mencoba membuat fungsi POAC dengan matang.

1. Fungsi Perencanaan / *Planning*.

Fungsi perencanaan adalah suatu kegiatan membuat tujuan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan sekolah yang telah ditentukan. Pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam setiap tahunnya selalu membuat kegiatan/ program kerja yang diberi nama RKAS (Rencana Kegiatan dan Anggaran Sekolah). RKAS ini diharapkan dapat dijalankan sesuai dengan yang direncanakan. Di dalam RKAS

terdapat berbagai macam kegiatan sekolah; seperti kegiatan promosi/pemasaran sekolah melalui PPDB, rencana rutin kegiatan KBM, ekstra kurikuler, kegiatan penunjang dll.

2. Fungsi Pengorganisasian / *Organizing*

Fungsi pengorganisasian adalah suatu kegiatan pengaturan pada sumber daya manusia dan sumber daya fisik lain yang dimiliki untuk menjalankan rencana sekolah yang telah ditetapkan serta untuk menggapai tujuan sekolah. Kegiatan PPDB di SDIT Salsabila 3 Banguntapan dapat berjalan sesuai dengan schedule yang telah di buat. Ini semua berkat pimpinan sekolah/ kepala sekolah yang mampu mengorganisasi semua panitia untuk menjalankan amanah sesuai dengan tupoksinya masing-masing.

3. Fungsi Pengarahan / *Actuating/ Leading*

Fungsi pengarahan adalah suatu fungsi kepemimpinan manajer untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang sehat, dinamis, dan lain sebagainya. Kepala sekolah bersama Ketua panitia PPDB bersama-sama memberikan arahan kepada semua panitia untuk menjalankan kegiatan PPDB dengan schedule yang telah dibuat.

4. Fungsi Pengendalian / *Controlling*

Fungsi pengendalian adalah suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. Kegiatan PPDB di sekolah yang telah berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan arahan dari kepala sekolah maupun ketua panitia PPDB, diharapkan fungsi *controlling*/ pengendalian harus tetap dijalankan. Kepala sekolah dan ketua PPDB di sekolah membuat rencana untuk mengawasi bidang-bidang yang ada pada kepanitiaan PPDB.

SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah merencanakan tujuan yang akan dicapai. Untuk mendapatkan tujuan pemasaran tersebut, sekolah telah menyediakan alat-alat atau sarana yang merupakan syarat suatu usaha untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan. Alat-alat atau sarana tersebut dikenal dengan sebutan 6M, yaitu (1) *Men*, (2) *Money*, (3) *Materials*, (4) *Machines*, (5) *Method*, dan (6) *Markets*.

1. *Man* merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh sekolah. Dalam hal ini SDM yang dimaksud adalah guru. Dalam manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan faktor manusia (guru/ panitia PPDB) adalah yang paling menentukan kesuksesan PPDB. Guru/ panitia PPDB yang membuat tujuan dan guru/ panitia PPDB pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, manajemen timbul karena adanya orang-orang yang berkerja sama untuk mencapai tujuan.

2. *Money* atau uang merupakan salah satu unsur yang tidak dapat diabaikan. Uang merupakan alat tukar dan alat pengukur nilai. Besar kecilnya hasil kegiatan PPDB, dapat diukur dari jumlah uang yang masuk di kepanitiaan PPDB. Oleh karena itu uang merupakan alat yang penting untuk mencapai tujuan karena segala sesuatu harus diperhitungkan secara rasional. Dalam hal ini, sekolah akan berhubungan dengan berapa uang yang harus disediakan untuk membiayai gaji guru, kegiatan promosi/pemasaran sekolah melalui PPDB, rencana rutin kegiatan KBM, ekstra kurikuler, kegiatan penunjang dll.
3. *Material* terdiri dari bahan setengah jadi dan bahan jadi. Dalam dunia sekolah untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain peran guru yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/ materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab guru yang ahli dalam bidangnya tidak dapat bekerja dengan baik tanpa materi yang cukup, juga tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki.
4. *Machine* atau mesin digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi dalam bekerja.
5. *Metode* adalah suatu tata cara kerja yang memperlancar jalannya pekerjaan manajer/ kepala sekolah/ ketua PPDB. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang

tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan. Perlu diingat meskipun metode baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak mempunyai pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan. Dengan demikian, peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri.

6. *Market* atau pasar adalah tempat dimana sekolah/ kepanitiaan PPDB menyebarluaskan (memasarkan) program kerja sekolah. Memasarkan program kerja sekolah sudah barang tentu sangat penting, sebab bila program kerja yang telah dibuat tidak laku di pasaran, maka proses kegiatan akan berhenti. Artinya, proses kerja tidak akan berlangsung sesuai dengan harapan. Oleh sebab itu, penguasaan pasar dalam arti menyebarluaskan/ memasarkan hasil program kerja sekolah ke masyarakat merupakan faktor menentukan dalam promosi sekolah. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas kegiatan/ program kerja sekolah harus sesuai dengan selera masyarakat. Karena masyarakat sebagai konsumen/ pelanggan.

Sekitar tahun 1914, teoretikus manajemen asal Prancis, Henri Fayol melihat bahwa manajer menjalankan lima fungsi manajemen utama. Pertama, manajer *merencanakan* apa yang akan mereka lakukan. Selanjutnya, mereka *berorganisasi* untuk menjalankan rencana. Kemudian, mereka *mengisi* organisasi mereka dengan sumber daya yang dibutuhkan. Dengan sumber daya yang telah tersedia, mereka *mengarahkan* sumber daya tersebut untuk melaksanakan rencana.

Terakhir, mereka *mengendalikan* sumber daya, menjaga mereka tetap pada jalurnya.²²

Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dengan demikian pemasaran produk dan jasa, termasuk sekolah akan terkait kepada konsep: permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan. Konsep produk dalam dunia pendidikan terbagi atas jasa kependidikan dan lulusan. Jasa kependidikan sendiri terbagi atas jasa: kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan bermasyarakat, ekstrakurikuler dan administrasi. Bentuk produk-produk tersebut hendaknya sejalan dengan permintaan pasar atau keinginan pasar yang diikuti oleh kemampuan dan kesediaan dalam membeli jasa kependidikan. Sekolah hendaknya dapat berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Selain itu juga perlu mencermati pergeseran konsep 'keuntungan pelanggan' menuju 'nilai' (value) dari jasa yang terhantar. Sekolah mahal tidak menjadi masalah sepanjang manfaat yang dirasakan siswa melebihi biaya yang dikeluarkan. Dan sebaliknya sekolah murah bukan jaminan akan diserbu calon siswa apabila dirasa nilainya rendah.²³

²² Raymond McLeod, Jr., George P. Schell, *Sistem Informasi Manajemen*, edisi 10, alih bahasa Ali Akbar Yulianto & Afia R. Fitriati, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hal. 19.

²³ Pengelolaan Pendidikan, "Konsep dan Langkah-Langkah Manajemen Pemasaran Sekolah", dikutip dari <http://ithasartika91.blogspot.com/2011/02/konsep-dan-langkah-langkah-manajemen.html> 6 Desember 2012.

Di SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah menerapkan konsep produk berupa jasa kependidikan dan lulusan. Jasa kependidikan yang terbagi atas jasa: kurikuler, penelitian, pengembangan kehidupan bermasyarakat, ekstrakurikuler dan administrasi. Sudah banyak jasa yang diberikan SDIT Salsabila 3 Banguntapan kepada pelanggan/masyarakat. Jasa ekstrakurikuler misalnya sekolah telah menyediakan kepada pelanggan berupa ekstrakurikuler pencak silat, seni tari, seni hadroh, drum band dan lain-lain. Ekstrakurikuler pencak silat SDIT pernah memberikan suguhan kepada masyarakat berupa pentas panggung ketika ada kegiatan kampung. Juga ekstrakurikuler berupa drum band yang setiap seminggu sekali peserta didik SDIT Salsabila 3 Banguntapan unjuk gigi di halaman sekolah dan bahkan juga pernah defile drum band/berkeliling kampung. Dengan suara music yang merdu, nyaman didengar dan masyarakat antusias untuk melihatnya. Satu lagi jasa ekstrakurikuler yang dapat dinikmati oleh masyarakat atau pelanggan yaitu pentas seni tari. Peserta didik di SDIT Salsabila 3 Banguntapan dengan penuh keyakinan dan rasa percaya diri yang tinggi unjuk kebolehan di depan wali ataupun masyarakat sekitar sekolah.

Kemudian jasa yang berupa lulusan, SDIT Salsabila 3 Banguntapan sudah meluluskan sebanyak dua kali yaitu pada tahun pelajaran 2011/2012 dan 2012/2013. Lulusan yang pertama peringkat 5 dan tahun kedua peringkat 6 se UPT PPD Kecamatan Banguntapan. Hal ini menunjukkan bahwa persiapan untuk menuju kelulusan sangat di perhatikan. Ada beberapa program kegiatan untuk menuju sukses lulusan dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan antara lain:

Program Unggulan ++ (untuk kelas 5 dan 6)

Program unggulan ++	Pelaksanaan program	Keterangan
1. Klinik Belajar	Mingguan	Setiap hari Sabtu
2. PPII (Program Pendampingan Individual Intensif)	Mingguan	Setiap hari Selasa
3. Pendalaman materi Usek dan UN	Mingguan	Setiap minggu sekali
4. PIJAR (Pendampingan Fajar)	Mingguan	Setiap minggu sekali
5. Excellent Base Camp	Tahunan	Menjelang UN
6. T-fel for kids	Tahunan	Menjelang UN
7. Computer Base Try out	Terjadwal	Menjelang UN
8. Refresing terpadu	Tahunan	Setelah UN
9. Random Home Visit	Tahunan	Menjelang UN

Sumber: KTSP SDIT Salsabila 3 Banguntapan, 2012

1. Hubungan harmonis SDIT Salsabila 3 Banguntapan dengan masyarakat

Dalam memasarkan sekolah, setidaknya harus ada hubungan yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat. Bila hubungan ini terjalin dengan rapi, maka dapat di pastikan proses pemasaran sekolah akan berhasil.

Hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan antara lain untuk: (1) memajukan kualitas pembelajaran; (2) memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat; dan (3) menggalakan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.²⁴

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Sutisna (1987: 145) tentang maksud hubungan sekolah dengan masyarakat:

1. Untuk mengembangkan pemahaman tentang maksud-maksud dan saran-saran dari sekolah
2. Untuk menilai program sekolah
3. Untuk mempersatukan orang tua murid dan guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik
4. Untuk mengembangkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan sekolah dalam era pembangunan
5. Untuk membangun dan memelihara kepercayaan masyarakat terhadap sekolah
6. Untuk memberitahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah
7. Untuk mengerahkan dukungan dan bantuan bagi pemeliharaan dan peningkatan program sekolah.²⁵

Untuk merealisasikan tujuan tersebut banyak cara yang dapat dilakukan oleh sekolah untuk menarik perhatian masyarakat terhadap

²⁴ Mulyasa, *Manajemen berbasis sekolah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 200), hal 50.

²⁵ Mulyasa, *Menjadi kepala sekolah profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 200), hal. 164.

sekolah, dan menjalin hubungan yang harmonis antara keduanya. SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah membuktikan bahwa model pemasaran sekolah yang melibatkan masyarakat akan membawa dampak positif dalam menarik peserta didik baru untuk belajar atau menimba ilmu di sekolah tersebut.

Pendapat Sutisna dalam item kedua di atas tentang menilai program sekolah, di SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah di susun secara lengkap program ataupun kegiatan sekolah selama setahun yang hampir semua program melibatkan peran masyarakat. Program-program tersebut meliputi: (1) program unggulan, (2) program penunjang (3) program pengembangan diri/ ekstrakurikuler. Seperti dalam tabel berikut:²⁶

Tabel 4.1 Program Kegiatan Sekolah
di SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Program Unggulan

Program Unggulan	Pelaksanaan program	Keterangan
1. Tahfidzul Qur'an Juz 30 dan ayat-ayat pilihan	Harian	Setiap pagi
2. Tahfidzul Hadis (40 hadis pilihan)	Mingguan	Seminggu sekali
3. Tahfidzul Do'a (40 doa)	Mingguan	Seminggu sekali

²⁶ Observasi penulis SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 18 Januari 2012.

harian)		
4. <i>Islamic Habbits Forming</i> (pembiasaan perilaku Islami)	Harian	Setiap saat
5. <i>Out bond kids</i>	Tahunan	Awal semester II
6. <i>Field Trip</i>	Tahunan	Tengah semester
7. <i>Life skill</i>	Tahunan	Tengah semester
8. Pemeriksaan Kesehatan & Tumbuh kembang	Bulanan	Setiap akhir bulan
9. Mablit (Malam Bina Iman & Taqwa)	Tahunan	Setiap bulan Ramadhan
10. Ritual <i>story day</i> / dongeng islami	Tri wulan	Setiap ada PHBI
11. <i>Leadership</i> (kepemimpinan)	Mingguan	Setiap apel pagi/ upacara hari senin
12. Muhasabah/ Motivasi	Harian	Bada sholat Dzuhur
13. Home visit	Bulanan	Saat kegiatan forsiggo
14. Outdoor Activity	Bulanan	Sesuai tema
15. Arabic Kids	Mingguan	Sesuai jadwal KBM
16. English Kids	Mingguan	Sesuai jadwal KBM

Sumber: KTSP SDIT Salsabila 3 Banguntapan, 2012

Dengan melihat program unggulan dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan diatas, pelanggan/ masyarakat akan menilai bahwa kegiatan yang dilakukan oleh

sekolah benar-benar dapat menjadikan pelanggan merasa puas dengan apa yang telah disuguhkan oleh sekolah.

Bagi pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan, program unggulan diatas, bisa dikatakan sebagai upaya untuk memasarkan atau mempromosikan sekolah. Seperti yang telah disampaikan oleh pak H. Asfari sebagai salah satu orang tua peserta didik:

“Saya merasa puas, karena sekolah punya target yang akan di capai. Misal anak bisa sholat yang baik, anak hafal juz 30, dll”²⁷

Hal senada juga disampaikan Kepala Sekolah SDIT Salsabila 3 Banguntapan, Menurut Pandi Kuswoyo, ada beberapa program dan kegiatan unggulan yang ada di SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang dapat di jual di masyarakat yaitu :

1. Program Tahfidzul Qur'an, Hadis dan Do'a
2. Program pendidikan akhlaqul karimah
3. Program *life skill* (kecakapan hidup)²⁸

Program Penunjang

²⁷ H.Asfari di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 4 Desember 2012.

²⁸ Pandi Kuswoyo di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 30 November 2012.

Program Penunjang	Pelaksanaan program	Keterangan
1. Manasik Haji	Tahunan	Idhul Adha
2. Berqurban	Tahunan	Idhul Adha
3. Pengelolaan Zakat Fitrah	Tahunan	Akhir Ramadhan
4. Pentas Seni/ Drama	Semesteran	Setiap Temu wali
5. Tadabbur Alam	Tahunan	Liburan
6. Bakti Sosial	Tahunan	Akhir Ramadhan
7. Renang	Tri wulan	Setiap tiga bulanskali
8. Reading record	Mingguan	Seminggu sekali
9. Balon cita-cita	Tahunan	Awal Tahun pelajaran
10. Temu tokoh	Tahunan	Pertengahan semester
11. Rihlah	Tahunan	Akhir tahun pelajaran
12. Market Day	Tri wulan	Tiga bulan sekali
13. Tugas project	Mingguan	Setiap akhir pekan
14. Wisuda Santri	Tahunan	Akhir tahun pelajaran

Sumber: KTSP SDIT Salsabila 3 Banguntapan, 2012

Program penunjang dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan seperti yang tertulis diatas, hampir semua komponen pendukung dalam pemasaran sekolah melibatkan peran dari masyarakat. Ambil contoh dari salah satu program penunjang terdapat kegiatan Manasik Haji dan Qurban. Kedua kegiatan ini secara langsung berhubungan dengan masyarakat. Biasanya kegiatan ini di laksanakan secara bersamaan. Manasik Haji dipastikan akan menggunakan tempat dan juga lapangan ataupun masjid yang ada di sekitar sekolah tersebut, dan juga

penyembelihan hewan Qurban akan langsung dapat di nikmati oleh masyarakat di sekitar sekolah. Inilah salah satu bentuk pemasaran yang langsung berhubungan dengan masyarakat. Juga dalam pendistribusian atau pembagian daging qurban di masyarakat sekitar, sekolah melibatkan beberapa peserta didik kelas V dan VI untuk membantu mendistribusikannya.

Model promosi melalui kegiatan manasik haji, SDIT Salsabila 3 Banguntapan juga bekerjasama dengan beberapa sekolah sekitar, hal ini bertujuan untuk meningkatkan silaturahmi antar sekolah.

Program-program sekolah berikutnya adalah kegiatan pengembangan diri atau ekstrakurikuler dan sanggar kreatifitas. Bentuk pengembangan diri sifatnya wajib yang harus di pilih oleh setiap peserta didik sedangkan sanggar kreatifitas sesuai dengan minat peserta didik.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Pengembangan Diri/ Ekstra kurikuler	Pelaksanaan program	Keterangan
1. Seni Baca Al-Qur'an	Mingguan	Setiap hari Senin
2. Seni Hadroh	Mingguan	Setiap hari Sabtu
3. Seni Lukis	Mingguan	Setiap hari Jum'at
4. Matematika Ceria	Mingguan	Setiap hari Jum'at
5. Pramuka	Mingguan	Setiap hari Sabtu
6. Pencak Silat	Mingguan	Setiap hari Jum'at
7. Seni Tari	Mingguan	Setiap hari Jum'at
8. Komputer/ TIK	Mingguan	Sesuai jadwal KBM

Sumber: KTSP SDIT Salsabila 3 Banguntapan, 2012

Program Sanggar kreativitas

Sanggar Kreativitas	Pelaksanaan program	Keterangan
1. Sanggar Bahasa	Mingguan	Setiap hari Rabu
2. Science Club	Mingguan	Setiap hari Selasa
3. Math Club	Mingguan	Setiap hari Rabu
4. English Club	Mingguan	Setiap hari Kamis
5. Futsal	Mingguan	Setiap hari Selasa

Sumber: KTSP SDIT Salsabila 3 Banguntapan, 2012

Program sekolah tersebut dapat dijadikan sebagai bentuk pemasaran sekolah. Walau hanya dilaksanakan seminggu sekali, namun karena

dilaksanakan secara rutin dan penuh semangat, banyak prestasi yang telah diperoleh oleh SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Dari pantauan penulis melalui dokumen sekolah, setidaknya selama enam tahun (Tahun Pelajaran 2005 – 2012) prestasi sekolah yang telah dicapai sebagai berikut:²⁹

1. Juara 1 Lomba Mengarang PKU Muhammadiyah 10 September 2006
2. Juara 2 Lomba PAI antar SDIT Salsabila 10 Februari 2007
3. Juara 3 Lomba KTK antar SDIT Salsabila 10 Februari 2007
4. Juara 3 Lomba Melukis Gebyar Ceria 2007
5. Juara Harapan 1 Lomba menggambar SPA & JOGJA FISH Market 2008
6. Juara 3 Da'i kecil Ajang Kreasi Anak Mei 2008
7. Juara 3 Lomba CC MIPA 22 Februari 2009
8. Juara 3 Lomba Hafalan Juz 'Amma OLSA 22 Februari 2009
9. Juara 3 Lomba Futsal OLSA 22 Februari 2009
10. Juara 7 Jogja Drumband Championship 1 Maret 2009
11. Juara 1 Lomba Mengarang Maret 2010
12. Juara 3 lomba Pencaksilat antar SD IPSI se DIY di KONI Yk 2010
13. Juara 3 lomba Singing Banguntapan English Competition Mei 2010
14. Juara 3 lomba colouring with instruction Banguntapan English competition Mei 2010
15. Juara 2 lomba Kemah Galang Kwarran Banguntapan 11-13 Juli 2010
16. Juara 3 Lomba Cerdas Cermat MIPA Olympiade Salsabila 13 Februari 2011

²⁹ Dokumen tentang prestasi SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 30 November 2012.

17. Juara 2 Lomba Futsal Olympiade Salsabila 13 Februari 2011
18. Juara 3 Lomba Mengarang Olympiade Salsabila 13 Februari 2011
19. Juara 2 Lomba Pencaksilat antar SD IPSI se DIY di GOR UNY Mei 2011
20. Juara 1 lomba Speeling Banguntapan English Competition 2012
21. Juara 3 Lomba futsai guru Olympiade Salsabila Februari 2012
22. Juara 2 Lomba mengarang Olympiade Salsabila Februari 2012
23. Juara 1 Lomba Pidato pada seleksi MTQ se Banguntapan 2012
24. Juara 3 Lomba Pesta Siaga Kwarran Banguntapan Juli 2012
25. Juara 2 Lomba Kemah Galang Kwarran Banguntapan Juli 2012

Dalam memberdayakan masyarakat dan lingkungan sekolah, peran kepala sekolah merupakan kunci keberhasilan yang harus menaruh perhatian tentang apa yang terjadi pada peserta didik di sekolah dan apa yang dipikirkan orang tua dan masyarakat tentang sekolah. Kepala sekolah dituntut untuk senantiasa berusaha membina dan mengembangkan hubungan kerja sama yang baik antara sekolah dengan masyarakat guna mewujudkan sekolah yang efektif dan efisien. Hubungan yang harmonis ini akan membentuk:

- 1) Saling pengertian antara sekolah, orangtua, masyarakat, dan lembaga-lembaga lain yang ada di masyarakat termasuk dunia kerja;
- 2) Saling membantu antara sekolah dan masyarakat karena mengetahui manfaat, arti dan pentingnya peranan masing-masing;

- 3) Kerja sama yang erat antara sekolah dengan berbagai pihak yang ada di masyarakat dan mereka merasa ikut bertanggung jawab atas suksesnya pendidikan di sekolah.³⁰

2. Kegiatan pengelolaan pemasaran sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Ada beberapa kegiatan sekolah yang ada kaitannya langsung dengan pengelolaan manajemen pemasaran sekolah. Menurut Zainal Fanani beberapa hal dalam pemasaran sekolah tersebut meliputi: Strategi, promosi, marketing, dan model.³¹

1. Strategi

Dalam memasarkan sekolah dibutuhkan strategi yang tepat, yaitu segmentasi dan targetting (memilah dan memilih pemasaran). Yang meliputi letak geografis (area), demografis (usia, gender, agama, ras dll), psikografis (kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian dll), perilaku (manfaat, tingkat penggunaan dll).

2. Promosi

Promosi sekolah dapat dilakukan dengan *door to door*, discount/bonus, publicity (unjuk prestasi & ketrampilan, sponsorship, diklat dll). Gambaran dan kondisi sekolah dapat diinformasikan kepada masyarakat melalui laporan kepada orang tua murid, buletin bulanan, penerbitan surat kabar, pameran sekolah, *open house*,

³⁰ Mulyasa, *Menjadi kepala sekolah profesional*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 166.

³¹ Zainal Fanani, "Marketing", makalah disampaikan pada pelatihan guru profesional II, diselenggarakan oleh Lembaga Pendidikan Islam (LPI Salsabila), 25 Maret 2005.

kunjungan ke sekolah, kunjungan ke rumah murid, penjelasan oleh staf sekolah, murid, radio, televisi, serta laporan tahunan.³²

3. Marketing

Dalam memasarkan sekolah tidak akan terlepas dari masalah produk, harga dan penyebaran/ distribusi. Untuk produk, apa yang dapat di jual di masyarakat (kegiatan-kegiatan, program kerja dll). Penyebaran informasi-informasi di tengah masyarakat haruslah tepat, sesuai dengan segmen yang dibutuhkan.

4. Model

Model pemasaran sekolah meliputi model insidental dan sistemik. Dalam pemasaran insidental masyarakat akan bertanya pada sekolah tentang informasi-informasi kegiatan sekolah/ program kerja sekolah secara langsung, sehingga pengelola sekolah akan segera memberikan tanggapan/jawaban. Pemasaran yang sistemik merupakan pemasaran yang terprogram/ tersusun dengan rapi.

Menurut Mirna Magetsari, bahwa salah satu cara sekolah untuk dapat memasarkan produknya adalah dengan membuat konsumen dapat menceritakan kehebatan produknya kepada calon konsumen lain. Inilah strategi pemasaran yang disebut dengan *Word of Mouth* (WOM). penggunaan strategi pemasaran ini telah dilakukan oleh kebanyakan sekolah-sekolah dalam memasarkan produknya. *Word of Mouth* adalah strategi *marketing* bagaimana orang bercerita tentang suatu produk dari mulut ke mulut. Hal ini dimulai dengan kesan yang positif dari

³² Mulyasa, *Manajemen berbasis sekolah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal 51.

produk yang ditawarkan, kemudian diceritakan lagi kepada orang lain, kemudian terus berlanjut disampaikan dari satu orang ke orang lain. Kekuatan dari WOM adalah cerita tersebut disampaikan atas keinginan sendiri, tidak ada paksaan dari perusahaan untuk mempromosikan produknya sehingga orang-orang yang diceritakan akan percaya penuh karena bukan pesan sponsor atau pun orang yang menceritakan tidak memiliki kepentingan dengan produk tersebut. Konsep WOM juga seringkali dikatakan sebagai C2C (*customer to customer*). Dalam konteks sekolah, strategi ini melibatkan para konsumen sekolah (orang tua atau wali murid) untuk mempromosikan sekolah atas dasar kemauan sendiri ini. Mereka yang telah terkesan dengan sekolah tersebut akan menceritakan atau bahkan mengajak orang lain untuk bergabung dengan sekolah ini.³³

Strategi *Word of Mouth* (WOM) di SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah dimulai sejak tahun berdirinya sekolah (2005). Panitia PPDB sering menamai dengan sebutan ‘corong orangtua’ (getok tular) yang diartikan sebagai informasi dari mulut ke mulut. Kekuatan dari strategi corong orangtua atau WOM di SDIT Salsabila 3 Banguntapan ini sangat besar manfaatnya. Masyarakat yang ingin bukti kongkrit tidak harus bertanya ke secretariat PPDB/ sekolah, namun masyarakat cukup mendengarkan informasi dari teman terdekatnya, yang mungkin sudah mengetahui banyak tentang SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

³³ Mirna Magetsari, “Orang tua murid sebagai agen promosi sekolah”, dikutip dari <http://the-marketeers.com/archives/orang-tua-murid-sebagai-agen-promosi-sekolah.html> 6 Desember 2012.

Kemudian langkah-langkah kegiatan dalam mengelola pemasaran sekolah yaitu:

1. Identifikasi Pasar

Tahapan pertama dalam pemasaran sekolah adalah mengidentifikasi dan menganalisis pasar. Dalam tahapan ini perlu dilakukan suatu penelitian/riset pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan. Termasuk dalam tahapan ini adalah pemetan dari sekolah lain.

2. Segmentasi Pasar dan Positioning

Penentuan target pasar merupakan langkah selanjutnya dalam pengelolaan masalah pemasaran sekolah. Dalam pasar yang sangat beragam karakternya, perlu ditentukan atribut-atribut apa yang menjadi kepentingan utama bagi pengguna pendidikan. Secara umum pasar dapat dipilah berdasarkan karakteristik demografi, geografi, psikografi maupun perilaku. Dengan demikian sekolah akan lebih mudah menentukan strategi pemasaran sehubungan dengan karakteristik dan kebutuhan pasar. Setelah kita mengetahui karakter pasar, maka kita akan menentukan bagian pasar mana yang akan kita layani. Tentunya secara ekonomis, melayani pasar yang besar akan membawa sekolah masuk ke dalam skala operasi yang baik.

2. Diferensiasi Produk

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Dari banyaknya sekolah yang ada, orangtua siswa akan

kesulitan untuk memilih sekolah anaknya dikarenakan atribut-atribut kepentingan antar sekolah semakin standar. Sekolah hendaknya dapat memberikan tekanan yang berbeda dari sekolah lainnya dalam bentuk-bentuk kemasan yang menarik seperti logo dan slogan. Fasilitas internet mungkin akan menjadi standar, namun jaminan internet yang aman dan bersih akan menarik perhatian orangtua . Melakukan pembedaan secara mudah dapat pula dilakukan melalui bentuk bentuk tampilan fisik yang tertangkap panca indra yang memberikan kesan baik, seperti pemakaian seragam yang menarik, gedung sekolah yang bersih atau stiker sekolah.

3. Komunikasi pemasaran

Akhirnya pengelola sekolah hendaknya dapat mengkomunikasikan pesan-pesan pemasaran sekolah yang diharapkan pasar. Sekolah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam bentuk/ format ilmiah, seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, forum ilmiah/ seminar dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media massa. Komunikasi yang sengaja dilakukan sekolah dalam bentuk promosi atau bahkan iklan sekalipun perlu menjadi pertimbangan. Bentuk dan materi pesan agar dapat dikemas secara elegan namun menarik perhatian agar sekolah tetap dalam imej sekolah sebagai pembentuk karakter dan nilai yang baik. Publikasi yang sering terlupakan namun memiliki pengaruh yang kuat adalah promosi "*mouth to mouth*". Alumni yang sukses dapat membagi pengalaman (testimony) atau bukti

keberhasilan sekolah. Dengan langkah-langkah kegiatan tersebut diatas maka sekolah dapat mencapai keseimbangan dalam operasionalisasi pengajaran dalam kondisi memperebutkan 'kue' dari banyak penyelenggara sekolah. Dengan demikian masalah sekolah yang kekurangan murid tidak terjadi lagi.³⁴

Seorang alumni SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang bernama Muhammad Satria membagi pengalaman dengan teman-teman seangkatannya, dengan memberikan informasi tentang kegiatan dan program kerja di bekas almatemnya dengan memberikan contoh tentang promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang semakin menarik masyarakat yaitu kegiatan berupa gelar dongeng Islami, Market day, out bound dan gebyar ceria.

Salah satu indikator alumni yang sukses adalah seorang alumni merasa puas dengan hasil belajar yang telah di capai dahulu tatkala masih menimba ilmu di sekolah yang ditempati sebelumnya. Seorang alumni SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang bernama Muhammad Satria Cakra Nagara (alumni lulus TP 2011/2012) merasa puas dengan apa yang telah di berikan oleh bapak dan ibu guru yaitu berupa mendapatkan ilmu.³⁵

³⁴ Pengelolaan Pendidikan, "Langkah-Langkah Manajemen Pemasaran Sekolah", dikutip dari <http://ithasartika91.blogspot.com/2011/02/konsep-dan-langkah-langkah-manajemen.html> 6 Desember 2012.

³⁵ Muhammad Satria Cakra Nagara seorang alumni SDIT Salsabila 3 Banguntapan, di salah satu ruang kelas sekolah, tanggal 30 November 2012.

Hal senada juga disampaikan oleh seorang siswa yang masih aktif yaitu Pandu Aji kelas VI, tentang hasil belajar yang dicapai selama ini, beliau merasa puas karena guru-gurunya yang ngajar jelas.³⁶

Ada beberapa prinsip penting dalam pemasaran sebuah sekolah, Agus Sampurno mengemukakan prinsip-prinsip penting itu adalah sbb:

1. Lakukan riset bersama seluruh komponen sekolah
2. Strategi
3. Evaluasi program promosi³⁷

Melakukan riset bersama seluruh komponen sekolah. SDIT Salsabila 3 Banguntapan adalah sekolah swasta yang berada di komplek perumahan, pengelola sekolah (kepala sekolah, guru, pengurus lembaga/ yayasan, dan dewan sekolah) selalu melakukan riset sederhana mengenai sekolah lain yang ada di sekitar SDIT. Hal yang layak dijadikan perbandingan adalah kelebihan dan kekurangan SDIT Salsabila 3 Banguntapan bila dibandingkan dengan sekolah sekitar dalam hal seperti:

- a. Perencanaan sekolah ke depan.
- b. Kegiatan atau program kerja seperti apa.

³⁶ Pandu Aji Satya Chanif siswa masih aktif kelas VI SDIT Salsabila 3 Banguntapan, di ruang sekolah, tanggal 4 Desember 2012.

³⁷ Agus Sampurno, "Langkah mudah mempromosikan sekolah anda", dikutip dari <http://gurukreatif.wordpress.com/2007/12/05/langkah-mudah-mempromosikan-sekolah-anda/> 6 Desember 2012.

- c. Model promosi/ pemasaran sekolahnya seperti apa.
- d. Mutu kelulusan kelas VI, strategi, cara dan lain-lainnya.
- e. Pengelolaan keuangan sekolah, berapakah uang sekolah, termasuk elemen uang sekolahnya terdiri dari apa saja.
- f. Kualitas guru, jenjang pendidikannya serta dari universitas mana saja.
- g. Fasilitas pendukung kegiatan belajar mengajar,
- h. Tempat bermain, lapangan untuk olah raga ada atau tidak.
- i. Sumber belajar, tersedia lengkap atau tidak
- j. Program pengajaran dua bahasa (bahasa Arab dan Inggris), apakah benar-benar sudah diterapkan.
- k. Pengantar tentang materi Pendidikan Agama Islam, inklusif atau tidak, apakah siswa diajarkan menerima perbedaan atau tidak.
- l. Keamanan siswa selama di sekolah boleh jajan apa tidak, batas-batas apeserta didik keluar garis sekolah, dll.

Apabila melihat dari daftar di atas banyak sekali hal yang butuh dicermati. Pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan seringkali melakukan tukar pengalaman/ study banding dengan sekolah lain. Tujuannya untuk memperbaiki kekurangan yang ada, dan menambah bila diperlukan.

Setelah melakukan tukar pengalaman atau study banding mengenai hal apa saja yang menjadikan kelemahan dan kelebihan SDIT Salsabila 3 Banguntapan dengan sekolah lain maka pengelola SDIT Salsabila 3

Banguntapan, memulai untuk melakukan tahap strategi. Adapun strategi yang biasa dilakukan SDIT Salsabila 3 Banguntapan adalah:

- a. Memasang spanduk di tempat yang strategis. Dengan menghubungi pihak pengelola tempat untuk pemasangan. Penulisan serta desain spanduk dibuat sebgas mungkin, untuk menarik masyarakat agar mau menyekolahkan putra-putrinya di SDIT Salsabila 3 Banguntapan.
- b. Bekerja sama dengan taman kanak-kanak disekitar sekolah dengan menitipkan brosur
- c. Menyelenggarakan kegiatan gebyar ceria atau open house yang membolehkan calon peserta didik serta orang tuanya untuk datang dan melihat-lihat. Panitia PPDB dan kepala sekolah menyampaikan visi dan misinya dalam event ini untuk menjelaskan program dan berinteraksi dengan calon orang tua peserta didik secara langsung.
- d. Mengadakan lomba antar anak-anak Taman kanak-kanak yang ada di lingkungan sekolah. Biasanya orang tua peserta didik TK senang sekali menemani anaknya berlomba. Di saat tersebut mereka akan mengamati cara guru-guru berinteraksi dengan peserta didik. Penyelenggaraan event yang profesional akan membuat orang tua yakin dengan sekolah.
- e. Silaturahmi dan komunikasi dengan mayarakat melalui media cetak maupun elektronik

Melakukan evaluasi program promosi atau pemasaran sekolah. Setelah melakukan kegiatan pada strategi diatas pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan selalu mengadakan evaluasi tentang kegiatan yang sudah dilakukan. Evaluasi yang dilakukan seperti:

- a. Strategi (promosi/ pemasaran sekolah) apa saja yang berhasil
- b. Strategi mana yang belum berhasil.
- c. Mengapa strategi tersebut tidak membawa hasil.
- d. Apa yang bisa dilakukan selanjutnya menyikapi hal ini.
- e. Hal-hal yang menarik apa saja yang didapat dengan strategi-strategi tersebut.

Sebuah promosi atau pemasaran sekolah yang berhasil, tidak akan dapat terjadi tanpa peran serta guru dan pengelola yang profesional dan kreatif. Misalnya saat menjelaskan program/ kegiatan pada orang tua, hanya guru yang percaya dirilah yang bisa tampil dengan baik dan mau mendengar masukan dari masyarakat.

Selain mutu akademik, keberhasilan pendidikan di sekolah juga sangat dipengaruhi oleh seberapa besar tingkat kebanggaan para guru dan murid menjadi keluarga besar sekolah tersebut. Rasa bangga menjadi murid di sebuah sekolah, mempengaruhi bagaimana seorang anak menerima, menghayati dan menjalani nilai-nilai, budaya sekolah & impian besar lembaga yang mendidiknya. Ini sangat penting untuk membangun karakter & membentuk budaya belajar yg kuat. Ukuran paling sederhana

seberapa besar tingkat kebanggaan terhadap sebuah sekolah dapat dilihat dari seberapa besar minat masyarakat mendaftar ke sekolah tersebut. Semakin besar jumlah peminat yang ingin bersekolah, menunjukkan persepsi masyarakat yang semakin positif terhadap lembaga tersebut. Perasaan yang mendahului ini –*initial credibility*—menyebabkan sekolah memiliki kredibilitas dan kekuatan dalam membentuk sikap, cara berpikir dan karakter yang kuat, termasuk budaya belajar. Besarnya tingkat kepercayaan murid beserta orangtuanya terhadap sekolah memudahkan proses pembentukan kode perilaku (*behavior code*) utama.³⁸

Langkah strategi selanjutnya adalah bagaimana pelayanan sekolah dapat terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan. Menurut Kotler berdasarkan hasil penelitian terhadap organisasi jasa, termasuk sekolah, didapati beberapa ciri-ciri organisasi jasa yang baik yaitu memiliki:

1. Konsep strategis yang memiliki fokus kepada konsumen.
2. Komitmen kualitas dari manajemen puncak.
3. Penetapan standar yang tinggi.
4. Sistem untuk memonitor kinerja jasa.
5. Sistem untuk memuaskan keluhan pelanggan.

³⁸ Mohammad Fauzil Adhim, “Menjadi Sekolah Ideologis yang laris”, dikutip dari <http://lailatulqadr.wordpress.com/2011/12/01/menjadi-sekolah-ideologis-yang-laris/> 5 Desember 2012.

6. Memuaskan karyawan sama dengan pelanggan

Untuk mencapai ciri-ciri tersebut di atas, kita sepatutnya mengetahui parameter-parameter apa saja yang akan menjadi kekuatan dalam organisasi jasa. Menurut Pasuraman, setidaknya ada lima determinan kualitas jasa yaitu: keandalan, responsif, keyakinan, empati dan wujud. Keandalan merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dalam setiap realisasi pelayanan sekolah hendaknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Dan selanjutnya bagaimana dengan kondisi pelayanan yang ada dapat membantu keberhasilan proses belajar mengajar. Responsif merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Kecepatan waktu juga harus diikuti oleh ketepatan waktu sehingga kualitas pelayanan tidak dikorbankan. Penanggung jawab kegiatan, guru dan juga guru piket merupakan ujung tombak dalam merespon orangtua siswa. Mereka hendaknya dapat menjawab setiap pertanyaan dan paling tidak dapat menjadi 'pendengar yang baik' ketika keluhan muncul.

Keyakinan merupakan pengetahuan dan kompetensi guru dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Keyakinan pasar yang timbul merupakan suatu reputasi sekolah yang dibangun dalam kurun waktu tertentu dan yang utama merupakan cerminan dari kualitas guru. Untuk itu diperlukan strategi pendekatan pemasaran internal yaitu bagaimana pemilik sekolah dapat memberikan

peningkatan kemampuan/kompetensi guru serta memotivasi guru agar dapat semakin yakin akan organisasinya. Empati merupakan syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan. Pada prinsipnya setiap manusia senang apabila diperhatikan orang lain. Hal ini dapat menjadi dasar perlakuan sekolah untuk memperhatikan setiap perkembangan siswanya. Pengelolaan administrasi, termasuk basis data, yang baik dapat memudahkan pendekatan ini. Berwujud merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan media komunikasi. Umumnya jasa pendidikan akan semakin terlihat baik ketika fasilitas fisik tersedia secara lengkap dan baik. Untuk menambahkan kewujudan dari jasa pelayanan dapat dilakukan dengan mewujudkan yang tidak berwujud. imej sekolah dapat ditimbulkan dengan menempatkan simbol-simbol yang sifatnya dapat menterjemahkan konsep ke dalam tangkapan panca indra, sebagai contoh untuk mengesankan guru sekolah yang berkualitas maka ijasah pendidikan guru tersebut bisa dipajang.

Dengan melakukan unsur-unsur kualitas pelayan jasa, maka sekolah dalam memberikan pelayanan pendidikan akan menjadi unggul dan pada akhirnya akan memudahkan pemasar untuk mengkomunikasikan kekuatan sekolah. Sehingga dalam mengantarkan pesan visi dan misi sekolah, masyarakat dapat menangkap lebih cepat, mudah dan paham. Tidak akan terjadi gap cara pandang dan komunikasi karena fakta lebih berbicara keras dari sekedar katakata. Ketika setiap komponen (*stake holder*) dalam sistem pendidikan telah memahami kearah mana sekolah

menuju, maka gap antara permintaan dan penawaran pengguna pendidikan akan semakin kecil. Sekolah akan lebih memfokuskan pasar sasaran yang sesuai dengan misinya dengan tetap mempertimbangkan kelayakan untuk dapat tetap beroperasi dan berkembang.³⁹

Dalam penerapan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul dilihat dari program-program sekolah yang hampir semua komponen pendukung dalam pemasaran sekolah terlibat, terutama peran masyarakat. Menurut Luluk Priyanti tanggapan masyarakat dengan adanya program promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan sangat antusias terbukti dengan banyaknya peserta yang mengikuti kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), kemudian setelah waktu pendaftaran ditutup banyak permintaan untuk dibuka kembali, dan pada daftar.⁴⁰

Perlu diketahui menurut Mulyasa Hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan antara lain untuk:

1. Memajukan kualitas pembelajaran;
2. Memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat; dan
3. Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.

³⁹ Pengelolaan Pendidikan, "Menciptakan sekolah berkualitas (langkah pemasaran sekolah)", dikutip dari <http://ithasartika91.blogspot.com/2011/02/konsep-dan-langkah-langkah-manajemen.html> 6 Desember 2012.

⁴⁰ Luluk Priyanti di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal, 30 November 2012.

Hubungan yang harmonis antara sekolah dan masyarakat akan membentuk saling pengertian antara sekolah, orang tua, masyarakat, dan lembaga-lembaga lain yang ada di masyarakat.

Masyarakat juga bisa diartikan sebagai tetangga sekolah. Tetangga sekolah adalah unit-unit keluarga yang tinggal disekitar sekolah, serta sekolah-sekolah lain yang berdekatan.⁴¹

Bentuk-bentuk kebaikan sekolah kepada tetangga antara lain: (1) Utamakan anak-anak tetangga untuk menikmati pendidikan yang dikelola. (2) Menjaga keamanan dan kenyamanan dari dampak keberadaan sekolah. (3) Ketika ada kegiatan *up grade* guru berupa pelatihan, seminar atau work shop, maka diikutsertakan pula guru-guru dari sekolah tetangga. (4) Dalam memenuhi kebutuhan tenaga dan materi diutamakan dapat menyerap dari tetangga terdekat. Kemudian manfaat yang didapat sekolah dari tetangga yang baik antara lain: terjaga keamanannya, promosi sekolah gratis, dan tersedianya laboratorium terpadu. Ditanya atau tidak, dalam beberapa kesempatan tetangga kita akan menceritakan kebaikan-kebaikan sekolah kepada orang lain. Ini adalah bentuk promosi yang paling efektif dan murah. Dan para tetangga akan menerima dengan senang hati ketika murid-murid belajar di lapangan yang kebetulan melibatkan lingkungan tetangga sebagai sumber belajar.⁴²

⁴¹ Slamet Waltoyo, "Tetangga Sekolah", Fahma, No 04 Th. Ke -7 (April 2010), hal.10, kolom 2.

⁴² *Ibid.*

Manfaat mempelajari dan menerapkan strategi pemasaran sekolah, menurut Fauznil Adhim adalah:

1. Sekolah bukan sekedar bertahan sebagai lembaga pendidikan, lebih dari itu memiliki nilai tawar yang tinggi di hadapan para murid maupun wali murid. Imbasnya, kita memiliki kekuatan yang lebih besar dalam menjalankan berbagai program, terutama program yang melibatkan wali murid. Umumnya, wali murid memiliki keterlibatan emosi, waktu dan finansial yang tinggi jika merasa sekolah anaknya merupakan sekolah pilihan yang membanggakan. Menjadi wali murid sekolah favorit merupakan keuntungan emosi (*emotional benefits*) yang mendorong mereka untuk bersedia terlibat lebih banyak.
2. Strategi pemasaran yang tepat bermanfaat untuk meningkatkan citra sekolah sehingga bisa menjadi pilihan utama yang diingat orang (*top of mind*). Meningkatnya citra positif sekolah akan meningkatkan apresiasi publik. Manfaatnya, sekolah bisa mendapatkan calon murid lebih awal dibanding sekolah lain. Dengan demikian sekolah memperoleh murid baru yang lebih bagus mutunya.
3. Pemahaman tentang pemasaran memudahkan sekolah untuk merumuskan *positioning* dengan lebih baik. Sekolah juga bisa lebih tepat menentukan *targeting*; siapa yang akan dibidik untuk menjadi murid dan wali murid. Kejelasan *positioning* dan *targeting* ini

memudahkan sekolah melakukan promosi secara kreatif, efektif dan efisien. Tidak menghamburkan dana untuk sasaran yang tidak tepat.⁴³

Menurut teorinya Fauzil Adzim diatas, SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah melaksanakan berbagai kegiatan. Ambil contoh di sekolah ada forum orang tu/ wali murid yang namanya FORSIGO (Forum Silaturrahim Guru dan Orangtua) dengan kedekatan emosi yang tinggi orang tua atau wali murid sanggup melaksanakan pertemuan sebulan sekali. Bila dilihat dari segi pekerjaan orangtua/ wali murid rata-rata mereka sangat sibuk. Namun karena orangtua/ wali murid telah percaya kepada sekolah, maka mereka sanggup mengeluarkan financial dan bahkan mengorbankan waktunya demi menuju kesuksesan putra-putrinya.

Kesibukan orang tua atau wali murid sangat dapat dimaklumi tatkala orang tua/ wali murid akan mendaftarkan peserta didik di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, ketika panitia PPDB menyiapkan lembar/ blangko formulir pendaftaran dibagian akhir tertera apa yang menjadi niatan orangtua/ wali murid mendaftarkan putra-putrinya di sekolah ini.

Dari pantauan penulis setidaknya ada tiga hal niatan orangtua/ wali murid menyekolahkan putra-putrinya di SDIT Salsabila 3 Banguntapan :

⁴³ Mohammad Fauzil Adhim, "Menjadi Sekolah Ideologis yang laris", dikutip dari <http://lailatulqadr.wordpress.com/2011/12/01/menjadi-sekolah-ideologis-yang-laris/> 5 Desember 2012.

1. Orang tua menginginkan sekolah yang full day school
2. Unggul dalam pendidikan keagamaan maupun pendidikan yang umum.
3. Kakaknya sudah terdaftar sebagai Peserta Didik SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Orang tua/ wali murid yang menginginkan anaknya sekolah yang full day school seperti SDIT Salsabila 3 Banguntapan ini disebabkan karena pekerjaan orang tua yang dilaksanakan sampai sore hari (orangtua pulang kerja hingga sore hari). Hal ini cocok bagi orang tua memilih sekolah yang pelaksanaannya dari pagi hingga sore hari. Orang tua menginginkan selama ditinggal kerja putra-putrinya dapat pantauan langsung dari gurunya. Sehingga Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) sudah selesai, peserta didik keluar kelas dan orang tua/ wali murid sudah siap menunggu dihalaman sekolah. Sekolah yang full day school merupakan konsekuensi dari tuntutan keterpaduan pada setiap aspek pembelajaran. Sebagai contoh: ibadah sholat, tidak hanya diajarkan dari sudut kaifiyat/ tata cara pelaksanaannya saja, namun harus melalui pembiasaan, keteladanan, dan belajar langsung dari praktek keseharian. Demikian pula pada aspek-aspek yang lain. Adapun rentang waktu panjang/ full day school yang dipilih dapat disesuaikan dengan tingkat usia peserta didik, situasi dan kondisi yang ada. Yang terpenting adalah proses pembelajaran terpadu, pembiasaan, praktek langsung dan keteladanan dapat

dilaksanakan terutama untuk ajaran-ajaran pokok islam seperti ibadah sholat, dan ibadah-ibadah yang lainnya.

Orang tua/ wali murid yang memilih unggul dalam pendidikan keagamaan maupun pendidikan yang umum. SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang menggunakan pendekatan islam terpadu, semua materi pelajaran dan pembentukan lingkungan benar-benar berpusat pada nilai-nilai islam. Dengan demikian dapat dihindarkan pemahaman dikotomik pada diri anak didik, seolah-olah islam adalah sebuah materi yang terpisah dari materi-materi pelajaran yang lain. Dari sudut kurikulum, pada umumnya tetap mengacu pada kurikulum nasional, baik dari Departemen Pendidikan Nasional maupun Departemen Agama. Dan terkadang juga di tambah beberapa muatan materi diniyah dan pesantren. Dengan demikian, dari sudut materi pelajaran dan muatan substantifnya tidak perlu menimbulkan kekhawatiran akan membawa dampak negatif berupa kesulitan bagi anak didik untuk mengikuti evaluasi belajar nasional. Dan yang jelas, kecerdasan yang dikembangkan bukan hanya kecerdasan intelektual (IQ) saja, namun bersifat multi-kecerdasan yang berpusat pada nilai-nilai ajaran islam. Bahkan sejumlah sekolah islam terpadu terbukti memiliki prestasi yang justru lebih unggul. Kunci keterpaduan terletak pada islam sebagai pusat dari semua mata pelajaran dan muatan materinya.

Orang tua/ wali murid yang memilih sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan karena kakaknya sudah terdaftar sebagai Peserta Didik di

SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Orang tua yang seperti ini karena sudah mengetahui bahwa di saat sekolah di TKIT sudah mengetahui mutu dan kualitasnya. Kurikulum yang di gunakan juga sudah cocok dihati orang tua/ wali murid. Sehingga tidak salah kalau mereka memilih ingin melanjutkan ke SDIT nya.

Pada item orang tua/wali murid yang memilih sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan karena kakaknya sudah terdaftar sebagai Peserta Didik di tahun-tahun sebelumnya. Ini merupakan model pemasaran yang sangat mudah karena orang tua/ wali murid sudah meyakini dan mengetahui bahwa hasil yang telah dicapai SDIT Salsabila 3 Banguntapan sudah diatas rata-rata sekolah umum atau yang sederajat.

Adapun hasil dari pemasaran yang telah dilakukan sekolah di mata orang tua/ wali murid adalah sebagaimana hasil wawancara yang di lakukan penulis dengan Pak Asfari:

“Orang tua akan semakin percaya, bahwa anak-anak kami akan mendapatkan hasil belajar, misalnya tingkah laku yang baik atau hafal juz 30, hadits pilihan dan ayat pilihan.”⁴⁴

Keyakinan dan kepercayaan orang tua untuk memilih SDIT Salsabila 3 Banguntapan untuk pendidikan putra-putrinya juga disampaikan oleh Bapak Taufan, beliau berpendapat bahwa SDIT Salsabila dikelola oleh yayasan yang berpengalaman dalam manajemen &

⁴⁴ H Asfari, S.Ag. Wali murid dari Ridwan Attamimi kelas 4 A dan juga Nabila Aulia kelas 2 A, di SDIT Salsabila 3 Banguntapan , tanggal 4 Desember 2012.

SDM pendidikan dan juga SDIT Salsabila 3 Banguntapan memiliki jaringan dengan SD Salsabila yang lain.

Pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan meyakini bahwa dengan telah percayanya orang tua/ wali murid menjadikan kegiatan/ program sekolah akan mudah diterima oleh masyarakat sekitar.

B. Upaya-upaya yang dilakukan dalam menarik calon siswa baru pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Upaya-upaya yang dilakukan dalam menarik peserta didik baru antara sekolah negeri dengan sekolah swasta sangat berbeda. Sekolah negeri atau pemerintah, tidak dipusingkan oleh kewajiban berpromosi untuk menjaring peserta didik. Peserta Didik akan datang sendiri pada tanggal yang sudah ditentukan disetiap awal tahun pelajaran. Tidak perlu pusing mengenai berapa bangku yang kosong atau terisi, karena pembiayaan sekolah berasal dari pemerintah, bukan dari berapa banyak siswa yang masuk dan mendaftar.

Beda halnya dengan sekolah swasta seperti SDIT Salsabila 3 Banguntapan ini, sepanjang tahun sekolah berupaya terus menjaring dan mempertahankan peserta didik. Ini dikarenakan sumber pembiayaan sekolah swasta yang berasal dari kantung sendiri alias tanpa subsidi dari pihak lain. Banyak dan sedikitnya peserta didik disekolah akan mempengaruhi kemampuan keuangan sekolah dalam membayar gaji guru, melengkapi fasilitas sekolah hingga membeli sumber belajar bagi peserta didik.

Ibaratnya memasarkan sebuah produk, sebuah sekolah perlu juga memakai prinsip pemasaran dalam menjaring orang tua/ wali murid agar mau menyekolahkan putra-putrinya.

1. Bentuk-bentuk kegiatan pemasaran sekolah pada Penerimaan Peserta Didik Baru di SDIT Salsabila 3 Banguntapan TP 2005-2012

Dalam sebuah pepatah: "tak kenal maka tak sayang", hal inilah yang harus dijadikan bagi sekolah untuk memperkenalkan program dan kegiatannya kepada masyarakat. Program dan kegiatan yang dikembangkan harus menguntungkan kedua belah pihak (mutualisma), sehingga masyarakat dapat merasakan manfaatnya secara langsung jika membantu program sekolah.

Untuk kepentingan tersebut Depdiknas mengemukakan bahwa sekolah dapat:

- a. Melaksanakan program-program kemasyarakatan, misalnya kebersihan lingkungan dan membantu lalu lintas di sekitar sekolah. Program sederhana seperti ini secara perlahan tapi pasti akan menumbuhkan simpati masyarakat.
- b. Mengadakan *open house* yang memberi kesempatan masyarakat luas untuk mengetahui program dan kegiatan sekolah. Tentu saja dalam kesempatan senacam itu sekolah perlu menonjolkan program-program yang menarik minat masyarakat.

- c. Mengadakan buletin sekolah, majalah atau lembar informasi yang secara berkala memuat kegiatan dan program sekolah, untuk diinformasikan kepada masyarakat.
- d. Mengundang tokoh untuk menjadi pembicara atau pembina untuk suatu program sekolah. Misalnya mengundang dokter yang tinggal di sekitar sekolah atau orang tua murid untuk menjadi pembicara atau pembina program kesehatan sekolah.
- e. Membuat program kerja sama sekolah dengan masyarakat misalnya dalam perayaan hari nasional dan keagamaan.⁴⁵

Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.⁴⁶ Dengan demikian pemasaran produk dan jasa, termasuk sekolah akan terkait kepada konsep: permintaan, produk, nilai dan kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut G.R.Terry manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Manajemen juga suatu ilmu pengetahuan maupun seni (suatu pengetahuan

⁴⁵ Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal. 174-175.

⁴⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*; Alih bahasa oleh Alexander Sindoro (Jakarta: PT Prenhallindo, 1997), hal. 6.

bagaimana mencapai hasil yang diinginkan atau dalam kata lain adalah kecakapan yang diperoleh dari pengalaman, pengamatan dan pelajaran serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan manajemen.

Dengan mengambil kata kunci dari G.R.Terry yaitu bimbingan dan pengarahan inilah pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan mampu untuk mengorganisasikan kegiatan-kegiatan pemasaran yang dapat mengangkat jumlah pendaftar di SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Bentuk-bentuk kegiatan dalam pemasaran sekolah yang dilakukan di SDIT Salsabila, sehingga animo dan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di sekolah Salsabila sangat tinggi, antara lain sebagai berikut.⁴⁷

1. Kegiatan Gebyar Ceria

Bentuk kegiatan meliputi beberapa aneka lomba untuk anak usia Kelompok Bermain (KB), Play Group (PG), Taman Kanak-Kanak (TK) dan Taman Pendidikan Anak (TPA). Aneka lomba untuk anak-anak KB-PG-TK-TPA biasanya meliputi lomba mewarnai, menggambar, membaca, gerak&lagu, hafalan do'a sehari-hari, surat-surat pendek, ketangkasan, susun bangun dll. Kegiatan seperti ini harus di topang/ dirangsang dengan hadiah-hadiah yang menarik. Para pemenang mendapatkan trophy dari tokoh masyarakat (dari pak Lurah, Camat, Bupati) dan juga bingkisan dari sponshorship. Untuk menarik perhatian pada anak-anak, bagi yang kalah dalam berkompetisi/lombapun, panitia sebaiknya menyediakan *doorprize*

⁴⁷ Hasil musyawarah kepala Sekolah Salsabila dengan pengurus LPI Salsabila dalam rangka Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) bertempat di SDIT Salsabila Al Muthi'in, Yogyakarta. Maret 2006.

atau sejenisnya. Yang terpenting bagi semua anak, baik yang menang maupun yang kalah semuanya akan mendapat bingkisan secara cuma-cuma.

2. Gelar Dongeng Islami

Sekolah menyelenggarakan acara dongeng islami untuk anak-anak, baik dari kalangan KB, PG, TK, TPA serta Warga masyarakat (anak-anak yang belum masuk dalam lembaga tersebut). Panitia menghibur anak-anak tersebut dengan penuh keceriaan dengan metode BCM (Bermain, Cerita, & Menyanyi). Dengan metode seperti ini, diharapkan akan membekas bagi anak-anak.

Kegiatan Gelar dongeng Islami biasanya diisi dari pendongeng-pendongeng terkemuka di Yogyakarta, dan bahkan sesekali mengundang pendongeng-pendongeng nasional.

Menurut Pandu Aji siswa kelas VI dan juga Rian seorang alumni dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan, menyebutkan bahwa acara Gebyar Ceria dan Gelar Dongeng Islami sangatlah di minati anak-anak, terbukti antusias anak-anak tatkala sekolah menyelenggarakan Gebyar Ceria dan didalamnya ada acara Gelar dongeng Islami di setiap tempat pasti dipadati atau dikunjungi, karena yang menjadi daya tarik anak-anak salah satunya adalah pendongeng yang lucu. Itulah dunia anak-anak yang masih butuh keceriaan.⁴⁸

⁴⁸ Pandu Aji Satya Chanif di SDIT Salsabila 3 Banguntapan , tanggal 4 Desember 2012.

3. Karnaval

Kegiatan karnaval dilakukan oleh seluruh bapak ibu guru, karyawan, dan semua anak-anak sekolah tersebut, dengan berkeliling kampung sekitar sekolah. Untuk menarik masyarakat semua peserta karnaval memakai pakaian adat bebas/ batik, dengan membawa bendera logo-logo sekolah tersebut sambil dilambai-lambaikan kepada masyarakat yang menonton. Kegiatan karnaval juga dapat dilakukan dengan menyuguhkan atraksi-atraksi menarik dari anak-anak, yang dapat menghibur masyarakat, semisal dengan parade drum band.

4. Pengajian Akbar

Kegiatan ini dapat dilakukan di masjid sekitar sekolah/ di sekolah tersebut. Bidikan panitia adalah kepada bapak-bapak, ibu-ibu warga masyarakat dan juga beberapa tokoh masyarakat. Informasi kegiatan sekolah dapat diselipkan saat pengajian akbar tersebut dengan mengambil waktu diawal pengajian ataupun diakhir pengajian.

5. Training Ustadz TPA

Pengelola sekolah menyelenggarakan training ustadz dengan sasaran pengelola & pengajar Taman Pendidikan Al Qur'an (TPA) di sekitar sekolah, dengan tujuan ustadz TPA dapat mengenal sekolah dan mendapatkan tambahan khazanah ilmu pengetahuan tentang manajemen pengelolaan TPA/ psikology anak, untuk diterapkan pada santriwan-santriwatinya.

6. Safari Dongeng/ Road show dongeng

Dalam safari dongeng/ *Road show dongeng*, pengelola sekolah/guru dapat bekerjasama dengan lembaga dongeng ataupun dilakukan sendiri, dengan tujuan sekolah-sekolah TK yang berada di sekitar lingkungan dimana sekolah itu berada (se-kecamatan). Diharapkan dalam safari dongeng di TK yang dituju, audiens tidak hanya dari kalangan anak-anak, tetapi diharapkan orangtua ikut menyaksikan acara safari dongeng tersebut. Disela-sela safari dongeng, diselipkan maksud dan tujuan safari dongeng itu sendiri yaitu mempromosikan sekolah (SD).

7. Promo melalui radio dan televisi

Promosi melalui radio dan televisi, diharapkan dapat dimanfaatkan secara optimal, mengingat jangkauan media tersebut sangat luas. Dalam kegiatan promosi melalui dua media ini, diharapkan pihak sekolah dapat menyampaikan visi, misi, kegiatan, dan program sekolah.

8. Menghadirkan Tokoh Idola Anak/ Artis pildacil/ Tokoh masyarakat

Dengan menghadirkan tokoh idola, anak-anak dapat terhibur dengan kehadirannya. Kegiatan ini biasa dilaksanakan di sekolah. Setelah acara tersebut, diharapkan anak-anak dapat bercerita dengan orangtua/ walinya. Salah satu yang biasa ditanyakan anak kepada orangtuanya adalah mengenai keinginan anak untuk selalu ingin bertemu dengan tokoh tersebut. Orangtua yang telah mendengar 'kepolosan' si anak, biasanya akan segera ditindaklanjuti dengan bertanya lebih detail lagi terhadap sekolah. Hal inilah kesempatan yang baik dari pihak sekolah untuk

menyampaikan visi, misi dan kegiatan sekolah kepada orang tua tersebut. Ketertarikan orangtua dalam menerima penjelasan akan membawa manfaat yang luar biasa bagi pengelola pendidikan. Tokoh masyarakat misalnya Bapak Kapolsek, Pak Bupati, Pak Camat, Ustadz/ Pimpinan Ponpes, Dokter dan lain- lain.

9. Pelatihan Pengelolaan Kelas & Kegiatan Kreatifitas Mandiri (KKM)

Pelatihan ini ditujukan kepada seluruh pengajar/ guru PG dan TK di wilayah sekolah tersebut. Kegiatan ini biasanya melibatkan pengurus Kelompok Kerja Guru (KKG), Ikatan Guru Taman Kanak-kanak (IGTK), Ikatan Guru Raudhatul Athfal (IGRA), se- kecamatan. Disela-sela kegiatan pelatihan ini, pengelola SD dapat menyampaikan maksud dan tujuan diselenggarakannya kegiatan tersebut. Pesan-pesan yang disampaikan pengelola/panitia kepada peserta pelatihan diharapkan dapat mempengaruhi masyarakat di sekitar TK berada. Hal-hal yang dapat disampaikan kepada masyarakat meliputi program kerja, kegiatan sekolah dan lain-lain.

10. Peliputan/ Release Kegiatan Sekolah di Surat kabar/ Media masa

Setiap ada kegiatan sekolah, pengelola pendidikan dapat bekerjasama dengan para wartawan surat kabar/ media masa untuk acara peliputan kegiatan. Untuk dapat diterima para wartawan, tentu saja kegiatan yang ditawarkan harus bagus dan berbobot. Sehingga wartawan akan senang datang ke sekolah, dikarenakan program/kegiatan sekolah tersebut layak untuk ditampilkan dalam media masa. Apabila wartawan tidak dapat

datang di sekolah untuk acara peliputan kegiatan, pengelola pendidikan dapat mengirimkan berita melalui *release* ke redaktur surat kabar/ media masa tersebut. Contoh kegiatan yang dapat di kirim ke redaksi surat kabar seperti kegiatan ketika acara Gebyar Ceria, Gelar Dongeng Islami, Pengajian Akbar dan lain-lain.

11. Kunjungan ke TK-TK

Kunjungan ini diperlukan untuk menjalin silaturahmi dan komunikasi dengan pengelola taman kanak-kanak setempat. Mengingat salah satu kader kedepan sekolah SD adalah melalui anak-anak TK tersebut. Saat kunjungan, pengelola SD dapat membawa beberapa brosur untuk disampaikan ke pengelola TK dan juga memohon ijin untuk menempelkan brosur tersebut dipapan pengumuman yang ada. Perlu di ketahui kehadiran ke TK-TK tersebut, perlu melihat waktu-waktu yang telah di tentukan oleh pengelola TK tersebut.

12. Ajang Kreasi Anak/ Pentas Seni Unjuk Kebolehan

Kegiatan ini melibatkan tentang kemampuan anak & percaya diri anak yang tinggi. Betapa tidak, anak seusia SD sudah harus unjuk kebolehan di depan publik TK dan pengajarnya. Promosi ini hampir mirip dengan kegiatan safari dongeng. Salah satu pentas seni yang dapat dipertunjukkan adalah pentas seni pencak silat (seninya), olah vokal, seni tari, sulap dll.

13. Manasik Haji Bersama dan pelaksanaan Iedul Qurban.

Anak-anak seusia kelas I & II Sekolah Dasar, biasanya dari pengelola pendidikan mencantumkan kegiatan manasik haji sebagai salah satu

program unggulannya. Anak-anak seusia kelas I & II akan dilatih ‘ala haji beneran’. Karena kegiatan ini di peruntukkan untuk anak-anak kelas I & II, maka pengelola pendidikan harus berinisiatif untuk mengembangkan sayapnya ke TK-TK sekitar untuk mengajak melaksanakan manasik haji bersama. Salah satu tujuannya adalah mengenalkan lebih awal seputar ibadah haji. Pada saat acara tersebut, panitia PPDB dapat menyampaikan informasi-informasi sekolah melalui spanduk, umbul-umbul, bendera kertas berlogo sekolah, brosur dll.

14. Bulletin sekolah

Visi, misi ataupun informasi sekolah dapat disampaikan melalui bulletin sekolah. Bulletin ini menyajikan informasi pengetahuan, tips-tips dan juga informasi sekolah (kegiatan) itu sendiri. Penyebaran dapat dilakukan di masjid-masjid sekitar sekolah, misalnya saat sholat jum’at dan juga dapat ditipkan melalui anak-anak untuk disampaikan ke orangtua masing-masing ataupun juga dapat ditempel di papan-papan pengumuman yang ada di masyarakat.

15. Pemasangan Spanduk

Kegiatan ini terkesan menjadi ‘lagu lama’, namun demikian promosi ini menjadi salah satu andalan sekolah. Informasi terpajang di papan reklame/ badan jalan, yang hampir setiap saat dapat dikonsumsi oleh para pengguna jalan. Informasi di spanduk diharapkan yang jelas, sehingga masyarakat yang akan membaca merasa puas. Penggunaan kata sebaiknya sesuai

dengan kaidah kesopanan, dan pemasangan harus sesuai dengan etika pemasangan.

Menurut Luluk Priyanti, M.Hum., salah satu guru di SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang juga sebagai panitia PPDB di sekolah, menyebutkan bahwa upaya promosi yang dilakukan untuk menarik calon siswa baru SDIT Salsabila 3 Banguntapan adalah dengan memasang spanduk di jalan utama/ rame di beberapa tempat.⁴⁹

16. Pembuatan Brosur dan Leaflet PPDB

Promosi yang murah meriah, yang tidak terlalu tinggi dalam pembiayaannya dan masih juga sebagai andalan para pengelola pendidikan. Apabila promosi ini dapat dimaksimalkan, maka tidak sedikit masyarakat yang akan memanfaatkannya. Cara kerja pendistribusian brosur dan leaflet hampir sama dengan pendistribusian bulletin sekolah. Perbedaannya adalah isi brosur/leaflet PPDB lebih banyak/ lebih komplit tentang informasi penerimaan siswa barunya.

Adapun cara lain promosi yang dilakukan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam hal pendistribusian brosur berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bu Luluk adalah sebagai berikut:

“Memberikan brosur pada peserta didik TK B, yang mana alumnusnya telah sekolah di SDIT & TK sekitar SDIT.”⁵⁰

⁴⁹ Luluk Priyanti di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 30 November 2012.

⁵⁰ *Ibid.*

17. Penyampaian Informasi melalui corong orangtua (getok tular)

Mengingat kesibukan para pengajar/ pengelola pendidikan, maka informasi sekolah dapat dititipkan/disampaikan kepada orangtua atau wali murid. Dengan beraneka macamnya mata pencaharian (pekerjaan) orangtua, ada yang menjadi guru, pedagang, wiraswasta, PNS, dan ada juga pekerjaan 'sosial' menjadi pak RT, RW, ustadz, takmir masjid, dll. membuat promosi ini dapat dimaksimalkan. Karena mereka akan lebih dekat atau berkomunikasi langsung dengan masyarakat/ turun dilapangan. Mereka menyampaikan visi, misi dan kegiatan SDIT dengan penuh semangat. Penulis menyebut corong orangtua (getok tular) diartikan sebagai pesan melalui mulut ke mulut. Mengambil dari bahasanya Mirna Magetsari adalah *Word of Mouth*. (WOM) adalah strategi *marketing* bagaimana orang bercerita tentang suatu produk dari mulut ke mulut.

Strategi corong orangtua atau *Word of Mouth* dimulai dengan kesan yang positif dari produk yang ditawarkan, kemudian diceritakan lagi kepada orang lain/ masyarakat/ pelanggan, kemudian terus berlanjut disampaikan dari satu orang ke orang lain. Kekuatan dari strategi corong orangtua/ getok tular/ *Word of Mouth* adalah cerita tersebut disampaikan atas keinginan sendiri, tidak ada paksaan dari sekolah untuk mempromosikan kegiatan atau program kerjanya sehingga orang-orang yang diceritakan akan percaya penuh karena bukan pesan dari sponsor atau pun orang yang menceritakan tidak memiliki kepentingan dengan produk tersebut. Dalam konteks sekolah yang di terapkan di SDIT Salsabila 3

Banguntapan strategi ini melibatkan para konsumen sekolah (orang tua atau wali murid) untuk mempromosikan SDIT Salsabila 3 Banguntapan atas dasar kemauannya sendiri. Mereka yang telah terkesan dengan sekolah ini akan menceritakan atau bahkan mengajak orang lain untuk bergabung dengan SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Dari banyaknya model pemasaran/ promosi sekolah diatas, pengelola pendidikan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam setiap tahunnya selalu memilah dan memilih mana model yang tepat/ cocok dilakukan untuk promosi.

Dari tujuh belas bentuk-bentuk kegiatan dalam pemasaran sekolah diatas, hampir semua bentuk tersebut dari Tahun Pelajaran (TP) 2005 - 2012 pernah dilaksanakan di SDIT Salsabila.



2. Perjalanan pemasaran sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Tahun Pelajaran 2005-2012

Dalam proses pemasaran sekolah yang dilakukann oleh pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan dari tahun 2005 hingga 2012 penuh suka dan duka. Perjalanan itu dimulai dari awal tahun berdiri tatkala masih di dusun Maguwo Banguntapan hingga tahun ke tujuh yang sudah berpindah tempat di dusun Jurugentong Banguntapan. Dari TP 2005 – 2011 kala itu masih bernama SDIT Salsabila Al Muthi'in (sekolah masih menjadi satu/

belum terbagi dua) sudah dimulai kegiatan seperti pada bentuk-bentuk kegiatan diatas. Adapun rincian setiap tahun pelajaran sebagai berikut:⁵¹

- a. TP 2005/2006, bentuk pemasaran/ promosi sekolah (karena masih awal atau baru buka) maka kegiatan dikemas dalam bentuk launching SDIT Salsabila, didalamnya mencakup kegiatan seperti Gelar dongeng Islami, lomba mewarnai dan melukis untuk anak-anak TK dan kelas 1 yang berada di wilayah Banguntapan dan sekitarnya. Menurut Kotler berdasarkan hasil penelitian terhadap organisasi jasa, termasuk sekolah, didapati beberapa ciri-ciri organisasi jasa yang baik salah satunya adalah memuaskan pelanggan. Panitia PPDB tidak tanggung-tanggung memberikan gebrakan kepada masyarakat terkait dengan pemasaran sekolah yaitu dengan digratiskannya kegiatan Gebyar Ceria dan lomba mewarnai dan melukis. Ini dimaksudkan untuk membuat citra yang positif dan berkesan di masyarakat.
- b. TP 2006/2007, bentuk pemasaran/ promosi sekolahnya adalah bernama April Ceria. Kegiatannya dikatakan April Ceria karena seluruh kegiatan dilaksanakan pada bulan April. Kegiatan ini didalamnya juga terdapat dongeng Islami dan juga berbagai kegiatan aneka perlombaan anak-anak.
- c. TP 2007/2008, di tahun pelajaran ini pemasaran/ promosi sekolahnya adalah bernama Kegiatan Gebyar Ceria. Tidak tanggung-tanggung panitia PPDB pada saat itu mengundang pendongeng anak bertaraf

⁵¹ Dokumen Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 30 November 2012.

Nasional. Mulai tahun pelajaran ini animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SDIT Salsabila sangat tinggi. Dan di tahun ini pula sekolah sudah memulai menerapkan test penjajagan bagi siswa baru.

- d. TP 2008/2009, bentuk pemasarannya bernama Ajang Kreasi Anak.. Tidak kalah menariknya, panitia PPDB di tahun pelajaran ini juga mengundang pendongeng Nasional. Sama seperti tahun sebelumnya anak-anak dan juga masyarakat yang ingin melihat secara langsung pendongeng anak bertaraf Nasional juga berdatangan di sekolah. Ada orang tua yang hanya mengantar anaknya ikut perlombaan saja ada pula orang tua yang menginginkan untuk melihat aksi pendongeng. Peserta lomba juga meluber hingga beberapa lokasi lingkungan sekolah di gunakan.
- e. TP 2009/2010 dan TP 2010/2011, bentuk kegiatan mulai di perluas lagi. Selain kegiatan serupa seperti kegiatan Gebyar Ceria ada lagi kegiatan yang juga menjadi andalan dari SDIT Salsabila yaitu Ajang Kreasi Anak/ Pentas Seni Unjuk Kebolehan. Biasanya promosi ini sekolah selalu bekerja sama dengan masyarakat. Setiap masyarakat melaksanakan event kegiatan khususnya keagamaan, kita sering diminta untuk mengsi acara. Hal inilah kesempatan untuk unjuk kebolehan di depan umum di pertarukan. Pemasaran/ promosi seperti ini biaya sangat murah dan hasil bisa maksimal. Acara unjuk kebolehan/ pentas seni biasanya yang di minta adalah pentas tahfidz

(hafalan). Yaitu tahfidzul Qur'an (juz 30 & ayat-ayat pilihan dalam Al Qur'an), tahfidz Hadits (40 hadits tentang akhlaqul karimah), dan tahfidz do'a harian (40 doa harian). Seperti yang di katakana oleh Pak Pandi (kepala Sekolah), program tahfidz inilah yang dapat di jual di masyarakat. Ketika ada siswa SDIT Salsabila tampil di panggung, banyak tamu/ penonton yang kagum dengan penampilan anak-anak ini. Hal inilah yang penulis katakan promosi sekolah yang murah tapi dapat menghasikan yang terbaik. Berikut wawancara penulis dengan Pak H. Asfari wali murid, tentang adanya kegiatan promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan sebagai berikut:

"Alhamdulillah, Saya merasa bangga ketika ada promosi secara langsung. Contoh penampilan anak didik di hadapan calon wali murid, melihat langsung akan hasil didikan hafalan/ tahfidz dan ajang kreasi lainnya".⁵²

Berikut penulis juga bertanya tentang kepuasan pelanggan dan hasilnya terhadap apa yang di dapatkan anak selama ini. Hasil wawancara penulis dengan Pak H Asfari:

"Saya merasa puas, karena sekolah punya target yang akan di capai. Misal anak bisa sholat yang baik, anak hafal juz 30, dll"⁵³

- f. TP 2011-2012, bentuk pemasaran/ promosi sekolah (karena status sekolah sudah berpisah dengan Al Muthi'in, dan menempati gedung baru di Juru gentong Banguntapan) maka banyak kegiatan dikemas dalam bentuk launching SDIT Salsabila 3 Banguntapan, Promosi

⁵² H.Asfari di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 4 Desember 2012.

⁵³ *Ibid.*

sekolah di fokuskan pada membuat citra yang baik terhadap masyarakat. Berbagai kegiatan positif dilakukan guna mendapat citra yang baik di tengah masyarakat. Adapun Kegiatan pemasaran/ promosi sekolah di TP 2011/2012 antara lain:

1) Pengajian Akbar

Kegiatan ini dilaksanakan di halaman sekolah SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Dengan pengisi pengajian Bp Drs KH Sunardi Syahuri (ketua Dewan Pembina LPI Salsabila). Bidikan panitia adalah bapak-bapak, ibu-ibu warga masyarakat dan juga beberapa tokoh masyarakat, wali murid, dan juga tamu undangan. Informasi kegiatan sekolah diselipkan saat pengajian akbar tersebut dengan mengambil waktu diawal pengajian dan diakhir pengajian.

2) Lomba Desain kelas dan lomba melukis serta mewarnai.

Lomba desain kelas ini di peruntukkan bagi semua wali murid dari kelas I – VI. Kemudian lomba mewarnai (untuk anak-anak kelas I-III) lomba melukis (kelas IV-VI) Pemenang lomba akan mendapatkan trophy.

3) Kegiatan *Field Trip* dan Kunjungan tema.

Kegiatan ini di peruntukkan kepada semua siswa dan bapak ibu guru. Kegiatan ini sekaligus digunakan untuk ajang promosi sekolah, karena tempat tujuannya adalah di surat kabar harian Kedaulatan Rakyat (KR) dan di Laboratorium Terpadu UIN

Sunan kalijaga Yogyakarta. Dalam kegiatan ini sekaligus membuat *release/* informasi di surat kabar.

- 4) Kegiatan yang terakhir adalah Peresmian mushola dan di keluarkannya ijin operasional dan ijin pendirian SDIT Salsabila 3 Banguntapan oleh Bupati Bantul dan Kepala Dinas Pendidikan Bantul. Walaupun hanya acara peresmian, namun panitia sekaligus menggunakan acara ini untuk promosi. Tak tanggung-tanggung panitia memanggil wartawan televisi lokal untuk meliput dan memasarka kegiatan-kegiatan sekolah.

- g. Memasuki TP 2012/2013, tetap memakai model pemasaran/promosi seperti tahun-tahun sebelumnya. Namun karena tuntutan zaman maka SDIT Salsabila 3 Banguntapan mulai tahun pelajaran ini menambah modelnya dengan memakai Teknologi Informasi/ Jejaring sosial/ *Web site*. Bahkan Pendaftaran Peserta Didik Baru bisa melalui system ini. Cara kerja pendaftaran peserta didik baru dengan system *on line* ini sangat mudah, orang tua/ wali murid tinggal membaca informasi pendaftaran, dan bila sudah mantap tinggal mengisi form pendafrtan yang telah di sediakan. Kemudian peserta didik datang untuk mengikuti test penjajagan.

Inilah upaya-upaya Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan, dengan penuh semangat untuk memajukan sekolah serta merelakan waktunya demi sekolah untuk tujuan mencapai kesuksesan bersama.

3. Prosedur Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Setelah upaya promosi dilakukan, maka proses selanjutnya adalah menarik peserta didik baru agar segera mendaftarkan diri ke SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Prosedur penerimaan peserta didik baru/ Standar Operasional Prosedur (SOP) PPDB SDIT Salsabila 3 Banguntapan sbb:⁵⁴

1. Membeli formulir pendaftaran
2. Mengisi formulir pendaftaran
3. Mengembalikan formulir pendaftaran
4. Test Penerimaan/ Test penjajagan (test tertulis peserta didik)
5. Wawancara orang tua atau wali
6. Pengumuman hasil test
7. Pengukuran seragam (bagi peserta didik yang diterima)
8. Herregistrasi/daftar ulang
9. Bergabung menjadi peserta didik baru di SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Bagi orang tua/wali yang berminat untuk mendaftarkan anaknya di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, maka calon orang tua/wali harus membeli formulir

⁵⁴ Dokumen Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 30 Mei 2012

pendaftaran, kemudian mengisi formulir dan berikutnya formulir dikembalikan lagi kepada panitia penerimaan peserta didik baru SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Setelah formulir pendaftaran dikumpulkan kepada panitia, orang tua dan calon peserta didik, tinggal menunggu kapan test menulis dan wawancara dilaksanakan. Beberapa hal dalam test tertulis yang harus diikuti oleh calon peserta didik baru meliputi sebagai berikut:⁵⁵

1. Test Calistung (membaca, menulis dan berhitung) contoh soal sebagai berikut:

Contoh test membaca dan menulis

Nama Calon peserta didik : _____

Materi Test : Kemampuan Menulis

Hari/ tanggal : _____

Waktu : _____

I. Lengkapilah huruf abjad berikut ini.

a	...	c	...	e
...	g	h	...	j

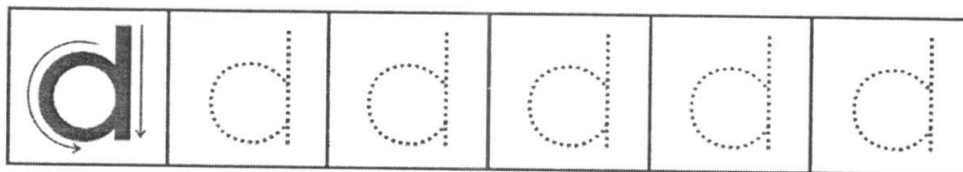
II. Salinlah tulisan ini pada tempat yang tersedia

Saya selalu berdoa

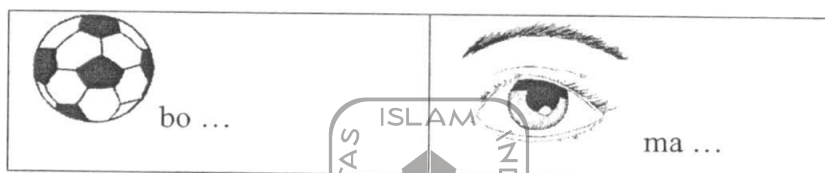
Adik senang belajar

⁵⁵ Ibid.

III. Tebalkan huruf berikut ini



IV. Lengkapilah huruf di bawah ini sesuai dengan gambar



Dalam contoh test membaca dan menulis diatas, panitia telah menyusun soal tersebut berdasarkan dengan kurikulum dari Departemen Pendidikan dan kebudayaan. Sehingga ini menjadi hal yang menarik. Sebab ada beberapa pendapat bahwa dalam PPDB sering terjadi pro dan kontra tentang adanya tes seleksi masuk. Hal ini tetap di yakini oleh panitia bahwa test seperti ini adalah masih dalam bagian pemasaran dan promosi sekolah.

Contoh test berhitung

Nama Calon peserta didik : _____

Materi Test : Kemampuan Berhitung

Hari/ tanggal :

Waktu :

I. Tebalkan angka berikut ini.

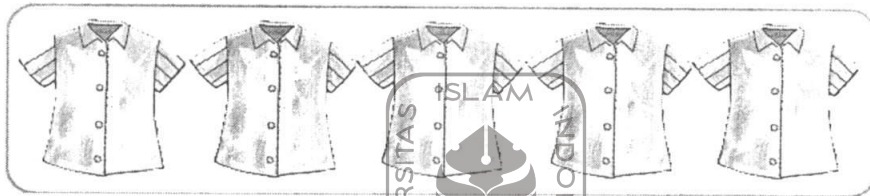
1



II. Lanjutkanlah angka berikut ini.

1	2
---	---	-----	-----	-----	-----

III. Berapa jumlah baju pada gambar di bawah ini?



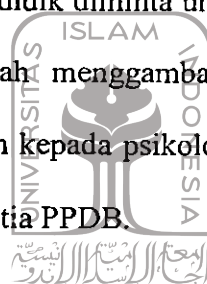
Bajunya ada...

IV. Isilah titik dibawah ini



Sama halnya dengan test membaca dan menulis diatas, panitia juga dalam penyusunan soal berhitung ini juga berdasarkan kurikulum dari Departemen Pendidikan dan kebudayaan. Masyarakat (orang tua calon peserta didik) menyambut baik, karena dengan test seperti ini dapat melihat kemampuan anak yang sebenarnya dan sebagai ajang kompetisi yang sehat antara calon peserta didik yang satu dengan yang lainnya.

2. Test penjajagan membaca iqro'/ membaca Al Qur'an. Dalam test ini calon peserta didik akan dilihat seberapa jauh kemampuan membaca Al Qur'annya. Dengan model penjajagan seperti ini maka ketika anak sudah dinyatakan diterima bergabung di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, pada saat Kegiatan Belajar Mengajar sudah dimulai, tinggal melanjutkan/ meneruskan membaca Al Qur'annya.
3. Test Psikologi. Panitia hanya menyediakan sebuah kertas gambar/ kertas HVS kosong, kemudian calon peserta didik diminta untuk meneruskan goresan yang telah disediakan panitia, barulah menggambar. Hasil menggambar calon peserta didik kemudian diberikan kepada psikolog untuk dilihat dan dicermati sebagai bahan pertimbangan panitia PPDB.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Contoh test psikologi

Nama Calon peserta didik : _____

Materi Test : Psikologi

Hari/ tanggal :

Waktu :

I. Lanjutkan garis di bawah ini sehingga menjadi gambar pohon.



Pada saat calon peserta didik mengikuti test tertulis (calistung), ditempat terpisah juga dilaksanakan test wawancara antara panitia dengan orang tua/ wali. Beberapa pertanyaan panitia kepada wali murid seperti komitmen orang tua, kesanggupan menjadi orang tua yang baik, dan juga surat pertanyaan dari orang tua.

Berikut contoh teks wawancara antara panitia dengan orang tua / wali.

1. Apa motivasi bpk/ibu menyekolahkan putra-putrinya di sekolah ini, dan tidak di sekolah yang lain (umum)?
2. Apa harapan Bpk/ibu menyekolahkan putra/putrinya di sekolah ini?
3. Apabila Bpk/Ibu mantap menyekolahkan putra/putrinya di sini, bersediakah mengikuti dan mentaati semua ketentuan dan tata tertib yang berlaku? (tata tertib diberikan dan dimohon untuk menandatangani)
4. Terwujudnya sekolah yang baik dan unggul tentunya didukung dengan berbagai biaya yang tidak sedikit, dan sekolah kami memberikan keleluasaan untuk berinfaq dalam rangka membangun sekolah ini. Apabila putra-putri bpk/ibu di terima, berapakah infaq yang akan disumbangkan kepada sekolah kami? (sebagai pertimbangan dapat dilihat di lembar pendaftaran)
5. (pewawancara dapat menambahkan hal yang lain yang dianggap perlu).⁵⁶

Setelah pelaksanaan test tertulis calon peserta didik dan wawancara orang tua/wali, maka langkah selanjutnya adalah panitia akan mengumumkan hasil test. Hasil test di keluarkan secara resmi oleh sekolah berupa Surat Keputusan Kepala Sekolah.

⁵⁶ *Ibid.*

C. Tingkat Efektifitas Keberhasilan Manajemen Pemasaran di SDIT

Salsabila 3 Banguntapan Bantul

Untuk melihat tingkat keberhasilan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, apakah kegiatan promosi sekolah telah terlaksana dengan baik ataukah belum, maka dapat dilihat dari hasil masyarakat menitipkan/menyekolahkan putra-putrinya di SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Apabila dalam PPDB sekolah mendapatkan peserta didik melebihi target yang telah ditentukan, maka bisa dikategorikan promosi/ pemasaran sekolah dapat berjalan efektif. Namun apabila masih di bawah standar dari target yang telah ditentukan, maka perlunya panitia PPDB untuk melakukan evaluasi.



1. Perkembangan Penerimaan Peserta Didik Baru dari tahun ke tahun selalu meningkat

Dari tahun ketahun tingkat keberhasilan SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) selalu mengalami peningkatan. Dari hasil pencermatan dokumen, sejak tahun 2005 hingga sekarang (2012) animo masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke SDIT Salsabila 3 Baguntapan cukup besar.

Dengan model promosi/pemasaran sekolah yang berupa kegiatan Gebyar Ceria dan Gelar Dongeng Islami dapat mendongkrak perolehan peserta didik baru dari tahun ke tahun. Seperti yang terlihat pada data di bawah ini:⁵⁷

⁵⁷ Pengamatan jumlah pendaftar, pada Arsip Data Siswa SDIT Salmut (pendaftar dari TP 2005-2012) SDIT Salsabila tanggal 30 November 2012

Tabel 4.2 Daya tampung dan pendaftar
di SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Tahun Pelajaran	Daya tampung	Jumlah pendaftar	Jumlah yang diterima	Keterangan
2005 – 2006	28	11	11	1 rombel
2006 – 2007	28	14	14	1 rombel
2007 – 2008	28	28	28	1 rombel
2008 – 2009	28	30	30	1 rombel
2009 – 2010	44	45	45	2 rombel
2010 – 2011	52	53	52	2 rombel
2011 – 2012	56	56	56	3 rombel (Sekolah terbagi 2) 44 siswa ke SDIT Salsabila, 12 siswa ke SDIT Al Muthi'in

Sumber: Arsip data siswa SDIT Salmut

Dengan mencermati tabel 4.2. tersebut diatas dapat kita lihat bahwa perkembangan Penerimaan Peserta Didik Baru tentang daya tampung dan pendaftar, di SDIT Salsabila 3 Banguntapan dari tahun ke tahun mengalami

perkembangan yang sangat pesat. Hal ini tidak terlepas dari dukungan seluruh pengelola dan masyarakat. Hanya dua tahun pertama yang mendapatkan siswa baru di bawah daya tampung. Dan terlihat tabel diatas mulai tahun ketiga (2007/2008) sampai tahun 2012 jumlah pendaftar telah melebihi dari daya tampung.

Tahun 2005-2007 merupakan tahun perjuangan bagi pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan untuk mendapatkan peserta didik baru. Bagaimana tidak, selama masa pembukaan pendaftaran belum ada masyarakat yang datang. Pemasaran awal dengan melakukan pendekatan dengan Taman kanak-kanak terdekat satu komplek dengan SDIT (Play Group - TKIT Salsabila Al Muthiin). Dari TK tersebut hanya mendapatkan 9 anak dan dari luar TKIT tersebut ada 2 siswa atas nama Farhan Athallah Hanafi (dari TK Pertiwi Pathuk Gunung kidul) dan Nugroho Tri Atmojo (TK ABA Plus Tegalsari Jomblangan Banguntapan Bantul).⁵⁸

Betapa sulitnya panitia mencari siswa agar mau belajar/ sekolah di SDIT Salsabila. Ada beberapa alasan orang tua/ wali murid TKIT Salsabila Al Muthiin tidak mau menyekolahkan putra putrinya di SDIT Salsabila 3 Banguntapan antara lain:

1. Sarana dan prasarana SDIT masih kurang/ belum lengkap,
2. Anaknya tidak mau sekolah di lingkungan yang sama (satu komplek),
3. Orang tua menginginkan situasi yang lain.

⁵⁸ Dokumen Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 13 November 2012

Ditahun pertama dan kedua pengelola sekolah berupaya dengan sekuat tenaga untuk mencari masyarakat yang mempunyai anak kecil (lulusan TK) agar mau menyekolahkan di SDIT Salsabila dengan beraneka macam fasilitas. Fasilitas yang diberikan seperti ringanya Biaya Pengembangan Institusi, Infaq orangtua/ SPP, dan operasional Kegiatan Belajar mengajar (KBM). Tapi alhasil yang mau mendaftarkan putra-putrinya di SDIT Salsabila hanya 11 peserta didik, dan itupun diterima semua tanpa ada test penjurusan dll. Begitupula ditahun kedua sekolah hanya mampu mendapatkan 14 peserta didik. Mulai tahun ketiga sudah mulai tampak kenaikan jumlah pendaftarannya.

Tahun Pelajaran 2009/2010 dan 2010/2011 sudah mulai di buat 2 rombongan belajar (rombel) dengan daya tampung dinaikkan, tetapi untuk isi siswa didalam kelas di buat kelas kecil dengan jumlah per kelasnya berisi 22 sampai dengan 24 peserta didik/siswa. Hal ini disebabkan karena jumlah siswa setiap kelas dalam penanganannya berbeda. Kelas yang berisi sedikit peserta didiknya akan relatif mudah di banding dengan kelas yang banyak pesrrta didiknya.

Berikutnya mulai TP 2011-2012 sebenarnya sudah mulai meningkat dengan tajam. Terbukti target 3 kelas dapat tercapai. Namun karena ada persoalan di tingkat yayasan maka terpecahlah sekolah menjadi dua, dengan nama SDIT Al Muthi'in dan SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Berikut penulis bertanya tentang sejarah singkat berdirinya SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Hasil wawancara penulis dengan Pak Pandi:

“SDIT Salsabila 3 Banguntapan adalah sekolah yang bermula karena pecah kongsi antara yayasan SPA Indonesia dengan yayasan Al Muthi’in, akhirnya terhitung sejak tanggal 27 Juli 2011 berdirilah SDIT Salsabila3 Banguntapan secara mandiri resmi di bawah naungan SPA Indonesia hingga sekarang sebagaimana ijin operasional yang di keluarkan oleh Dinas Pendidikan Dasar kab Bantul dan juga ijin pendirian yang di terbitkan oleh Bupati Bantul, (terlampir)”⁵⁹

2. Perencanaan dan pengorganisasian yang baik akan mendapatkan hasil yang maksimal pada PPDB

Berikutnya keberhasilan pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam upaya untuk mendapatkan simpati masyarakat yaitu dengan adanya kepengurusan/kepanitiaan Penerimaan Peserta Didik Baru yang melibatkan masyarakat. Menurut Pak Pandi cara mengumpulkan calon panitia PPDB adalah dengan cara panitia dipilih dan ditentukan berdasarkan aspek kompetensi calon panitia dan juga aspek pemerataan, artinya masing-masing dimungkinkan pernah menjadi panitia PPDB (*rolling*).⁶⁰

Berikut yang di dapatkan penulis dari dokumen PPDB SDIT Salsabila 3 Banguntapan tentang Susunan Kepanitiaan Peserta Didik Baru. Kemudian agar panitia segera bekerja maka panitia membuat *job discription*, perencanaan program kerja panitia dan juga membuat *time schedule*.

⁵⁹ Pandi Kuswoyo, di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, tanggal 30 November 2012.

⁶⁰ *Ibid.*

	2. Warsito, S. Pd. Si
Sie Pengadaan Barang:	1. Ika Tulus Pratiwi, A. Md. 2. Avi Susanti, A. Md
Sie Perkap	: 1. Arief Didit Jatmiko, A.Ma. 2. Agus Al Hamidi, S. Sos. I
Sie konsumsi	: 1. Maryani 2. Poniwati 3. Sri Lestari
Sie Keamanan	: Sahdani

Sumber: Dokumen PPDB SDIT Salsabila 3 Banguntapan 2012

JOB DESCRIPTION PANITIA :

1. Ketua : Mengkoordinasikan dan memantau seluruh kegiatan PPDB
2. Sekretaris : Mengelola kegiatan keadministrasian PPDB
3. Bendahara: Mengelola seluruh pembelanjaan kegiatan (keuangan) PPDB
4. Sie Acara :
 - a. Mengkoordinasi kegiatan pembukaan PPDB Gebyar Ceria
 1. Membuat susunan acara
 2. Menghubungi MC
 3. Menghubungi pembicara *parenting* 1
 4. Menyiapkan piala/ hadiah lomba-lomba
 5. Dibantu sie pengadaan barang dan sie perkap menyiapkan peralatan dan perlengkapan lomba
 6. Membuat ketentuan dan persyaratan lomba

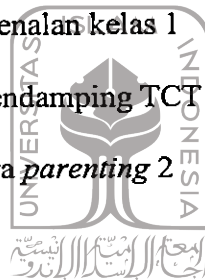
7. Menghubungi juri lomba

b. Mengkoordinasi kegiatan *Roudshow* Dongeng

1. Membuat jadwal pendongeng dan pendamping untuk *Roudshow* Dongeng
2. Menghubungi pendongeng dan pendamping

c. Mengkoordinasi kegiatan TCT

1. Membuat susunan acara
2. Merancang materi pengenalan kelas 1
3. Membuat pembagian pendamping TCT
4. Menghubungi pembicara *parenting 2*
5. Menghubungi MC



d. Pembuatan dan pengadaan soal untuk tes seleksi masuk

1. Menyiapkan tes penjurusan
2. Membuat cocard calon siswa baru
3. Menentukan dan menyiapkan tempat tes penjurusan
4. Menghubungi pewawancara
5. Pembagian tugas pendamping tes seleksi masuk
6. Pelaporan hasil seleksi masuk
7. Menyiapkan acara temu wali perdana peserta didik baru
8. Membuat LPJ

5. Sie Pendaftaran :

- a. Membuat jadwal penjagaan pendaftaran
 - b. Menyiapkan stopmap pendaftaran dan formulir pendaftaran/biodata pendaftar serta surat pernyataan kesanggupan orangtua/wali.
 - c. Menyiapkan kwitansi pembelian formulir dan kwitansi pembayaran calon peserta didik baru.
 - d. Memberitahu informasi penting pada calon peserta didik baru
 - e. Pendataan sekolah (TK) yang akan diberi brosur PPDB
 - f. Membuat LPJ
6. Sie Publikasi :
- a. Pemesanan spanduk dan brosur
 - b. Pembagian tugas panitia distributor brosur
 - c. Pemasangan spanduk
 - d. Dokumentasi setiap kegiatan PPDB dan mencetak hasil dokumentasinya
 - e. Membuat LPJ
7. Sie Pengadaan
- a. Mengkoordinasikan pengadaan alat tulis (buku, pensil, penghapus) dan fasilitas peserta tes seperti gantungan kunci, stiker dan kalender.
 - b. Pengadaan seragam peserta didik baru dan siswa lama
 - c. Pengukuran seragam peserta didik baru dan siswa lama
 - d. Pengadaan alat makan dan minum peserta didik baru
 - e. Pengadaan kebutuhan kelas baru (lemari, kipas, tikar, dll)
 - f. Membungkus fasilitas siswa baru per paket
 - g. Membantu tugas sie acara dalam menyiapkan peralatan dan perlengkapan



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

- h. Membuat LPJ
8. Sie Perkap :
- a. Menyiapkan tempat pendaftaran calon peserta didik baru
 - b. Membantu tugas sie acara dalam menyiapkan peralatan dan perlengkapan
 - c. Membuat LPJ
9. Sie Konsumsi :
- a. Menyiapkan konsumsi semua rangkaian kegiatan penerimaan peserta didik baru
 - b. Membantu pengadaan alat makan dan minum peserta didik baru
 - c. Membuat LPJ
10. Sie Keamanan :
- a. Mengamankan seluruh kegiatan PPDB
 - b. Membuat LPJ



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Dari susunan kepanitiaan saja telah terlihat bahwa di SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah memasukkan nama-nama kepanitiaan dari berbagai unsur. Terlihat jelas dari unsur guru, tenaga kependidikan, karyawan, dewan sekolah, dan yayasan juga dilibatkan dalam proses PPDB ini.

Dengan lengkapnya susunan kepanitiaan PPDB di SDIT Salsabila 3 Banguntapan juga disusunlah secara lengkap tugas setiap bidang dan tanggung jawabnya sebagai panitia (*job description*). Hal inilah fungsi pengorganisasian dalam manajemen pemasaran telah berjalan.

Bapak dan ibu guru/ pengelola sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang telah mendapat amanah menjadi panitia PPDB dengan sendirinya akan

melaksanakan sesuai dengan *job description* masing-masing. Bagi panitia yang mendapat amanah bekerja diawal kegiatan (sebelum acara puncak) telah menyelesaikan pekerjaannya, maka panitia tersebut akan saling membantu dan melengkapi pada kegiatan puncaknya. kekompakkan dan kebersamaan diantara panitia akan sangat terasa bagaikan satu keluarga yang utuh. Hal inilah yang nantinya akan dilihat oleh masyarakat/ pelanggan yang akan menitipkan putra-putrinya di SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

Proses perencanaan dan pengorganisasian yang baik akan mendapatkan hasil yang maksimal dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. Apapun bentuk pemasaran/promosi sekolah yang diselenggarakan oleh pengelola pendidikan, sebaiknya dilakukan dengan penuh keyakinan, bahwa promosi tersebut dipastikan sangat efektif.

Dalam proses pengawasan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan sudah sangat efektif. Berikut disampaikan oleh Kepala sekolah SDIT Salsabila 3 Banguntapan:

“Sejauh ini sangat efektif, sebab panitia yang ditugaskan baik secara delegatif maupun fungsi koordinasinya bisa berjalan dengan baik dalam komunikasi dengan kepala sekolah”⁶²

Berikut adalah data tentang jumlah keadaan peserta didik dari kelas I – VI dan juga bapak dan ibu guru serta karyawan SDIT Salsabila 3 Banguntapan, yang pada setiap ada *event* Penerimaan Peserta Didik Baru selalu diikuti dalam kepanitiaan. Dalam kegiatan promosi/ pemasaran sekolah semua komponen SDM

⁶² Pandi Kuswoyo di SDIT Salsabila 3 Banguntapan , tanggal 30 November 2012.

di sekolah terlibat sebagai panitia kegiatan. Berikut keadaan peserta didik dan keadaan guru SDIT Salsabila 3 Banguntapan

Tabel 4.4 Keadaan Peserta Didik dan Rombel
di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Tahun 2012

No	Kelas	Jumlah peserta didik	Jumlah rombel
1	Kelas I	36	2
2	Kelas II	44	2
3	Kelas III	40	2
4	Kelas IV	31	2
5	Kelas V	16	1
6	Kelas VI	17	1
Jumlah kelas I - VI		10	184

Sumber : Papan pengembangan/ dokumentasi dinding SDIT Salbang, 2012

Tabel 4.5 Keadaan Guru dan karyawan
di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Tahun 2012

No	Komponen	Jumlah
1	Kepala Sekolah	1
2	Guru	14
3	Karyawan	9
Jumlah Keseluruhan		24

Sumber : Papan pengembangan/ dokumentasi dinding SDIT Salbang, 2012

Dengan melihat tabel 4.4 jumlah keadaan guru dan karyawan diatas maka sangatlah baik untuk membantu kepanitiaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) guna menuju kesuksesan panitia PPDB untuk ikut menawarkan agenda promosi kepada masyarakat. Begitu pula dengan melihat tabel 4.4 tentang jumlah keadaan peserta didik sangatlah memungkinkan untuk membantu panitia memasarkan program-program dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan berupa mengirimkan atau membawakan brosur kepada sanak keluarga dan masyarakat di mana peserta didik bermukim.

Promosi berupa brosur, adalah promosi yang murah meriah, yang tidak terlalu tinggi dalam pembiayaannya dan masih juga sebagai andalan para pengelola pendidikan. Apabila promosi ini dapat dimaksimalkan, maka tidak sedikit masyarakat yang akan memanfaatkannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penelitian diadakan dan pembahasan terhadap manajemen pemasaran sekolah di SDIT Salsabila 3 Banguntapan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Penerapan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul dapat dilihat dari program dan kegiatan sekolah yang hampir semua komponen pendukung dalam pemasaran sekolah terlibat terutama peran masyarakat. Tanggapan masyarakat dengan adanya program promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan sangat antusias terbukti dengan banyaknya peserta yang mengikuti kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), setelah waktu pendaftaran ditutup banyak permintaan untuk dibuka kembali. Hubungan yang harmonis antara sekolah dan masyarakat akan membentuk saling pengertian antara sekolah, orang tua, masyarakat, dan lembaga-lembaga lain yang ada di masyarakat. Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) SDIT Salsabila 3 Banguntapan telah membuktikan bahwa dengan adanya proses perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan/pengarahan (*Actuating*) dan pengawasan (*Controlling*) yang matang, akan mendapatkan hasil

yang maksimal dalam perekrutan peserta didik baru dalam setiap tahunnya. Terbukti dengan hasil yang telah dicapai pada penerimaan peserta didik baru sejak tahun pelajaran 2005/2006 hingga tahun pelajaran 2012/2013.

2. Upaya-upaya yang dilakukan dalam menarik calon siswa baru pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SDIT Salsabila 3 Banguntapan. Dari banyaknya model pemasaran/ promosi sekolah, pengelola pendidikan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan dalam setiap tahunnya selalu memilah dan memilih mana model yang tepat/ cocok dilakukan untuk promosi. Namun dari hasil penelitian penulis didapatkan bentuk-bentuk pemasaran sekolah pada PPDB, yang diminati anak-anak khususnya dan umumnya masyarakat sekitar dalam kurun waktu TP 2005-2012 adalah dengan program/kegiatan Gebyar Ceria dan Gelar dongeng Islami. Kemudian strategi yang cocok dan efektif yang diterapkan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan didalam kegiatan pemasaran tersebut salah satunya dengan menggunakan corong orang tua/ getok tular/ *Word of Mouth* (WOM) yang diartikan sebagai pesan melalui mulut ke mulut.
3. Tingkat Efektifitas Keberhasilan Manajemen Pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul terletak pada proses perencanaan dan pengorganisasian yang baik. Apapun bentuk pemasaran/promosi sekolah yang diselenggarakan oleh pengelola pendidikan, sebaiknya

dilakukan dengan penuh keyakinan, bahwa promosi tersebut dipastikan sangat efektif. Hasil penelitian penulis dengan melihat tabel PPDB yang ada, terlihat bahwa proses perencanaan dan pengorganisasian yang baik akan mendapat hasil yang maksimal. Dari setiap tahunnya (mulai Tahun Pelajaran 2005 – 2012) selalu meningkat jumlah peserta didik yang mendaftar di SDIT Salsabila 3 Banguntapan.

B. Saran-saran

1. Untuk mendapatkan simpati dari warga masyarakat, hendaknya hubungan yang harmonis antara sekolah dalam hal ini adalah semua guru yang terlibat langsung dengan kepanitiaan PPDB, dimohon lebih dekat dengan masyarakat dan dibentuk sedemikian rupa, saling pengertian antara orang tua, masyarakat, dan lembaga-lembaga lain yang ada di masyarakat.
2. Karena banyaknya rencana kegiatan pemasaran/ promosi di SDIT Salsabila 3 Banguntapan lebih-lebih di kegiatan Gebyar Ceria dan Gelar dongeng Islami, di harapkan Bapak/ Ibu Guru yang terlibat langsung menjadi panitia PPDB, dapat menjaga kekompakkan dan kebersamaan dengan siapapun (khususnya masyarakat) dan juga menjaga kesehatannya karena menjadi panitia di *event* tersebut di butuhkan kondisi fisik yang sehat dan kuat.
3. Karena dari tahun ke tahun (mulai tahun pelajaran 2005 – 2012) SDIT Salsabila 3 Banguntapan selalu meningkat dalam hal

penerimaan peserta didik barunya, maka diharapkan sekolah dapat menjaga dan mempertahankan. Pihak sekolah senantiasa memperbaiki promosi/ pemasarannya (marketing) dengan mengikuti perkembangan zaman.

Apapun bentuk pemasaran/promosi sekolah yang diselenggarakan oleh pengelola pendidikan, sebaiknya dilakukan dengan penuh keyakinan, bahwa promosi tersebut dipastikan sangat efektif. Perencanaan program-program yang matang dan pengorganisasian sumber daya manusianya yang tepat akan membawa dampak yang positif pada proses pemasaran/ promosi sekolah.



C. Kata Penutup

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah, dan inayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan penuh perjuangan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis, oleh karena itu dengan tangan terbuka penulis mengharapkan masukan yang membangun dari para pembaca sangat kami harapkan demi kesempurnaan tesis ini.

Akhirnya penulis hanya dapat berharap dan berdo'a, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi para penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

- Bafadal, Ibrahim. 2004. *Manajemen Perlengkapan Sekolah- Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Johnson, Richard Arvid. 1963. *The Theory and Management of Systems*. New York: McGraw-Hill Book Company, Inc.
- Keegan, Warren J. 1997. *Manajemen Pemasaran Global*; Terjemahan oleh Alexander Sindoro, dari *Global Pemasaran Management* (1995). Edisi Kedua. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*; Alih bahasa oleh Alexander Sindoro, dari *Principles of Pemasaran 7e*. (1996). jilid 1. Jakarta: PT Prenhallindo.
- McLeod, Raymond., George P.Schell, 2008; *Sistem Informasi Manajemen*; Alih bahasa oleh Ali Akbar Yulianto&Afia R.Fitriati, dari *Management Information System*, 10th ed.. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyasa, E. 2005. *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____ 2005. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Musradinur. 2011. *Keefektifan Manajemen Pemasaran untuk meningkatkan minat siswa terhadap lembaga pendidikan Islam (Studi lapangan Pondok pesantren An Nawawi Purworejo*. Yogyakarta: Kumpulan Tesis MSI UII.
- Nasution, Zulkarnaen. 2006. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Pamudji, S. 1980. *Teori Sistem dan Penerapannya dalam Management (terjm)*. Jakarta: Ichtiar Baru – Van Hoeve.
- PPs FIAI UII. 2011. *Pedoman Penulisan Tesis dan Disertasi*. Yogyakarta
- Rukmana, Nana. 2006. *Strategic Partnering For Educational Management (Model Manajemen Pendidikan Berbasis Kemitraan*. Bandung: Alfabeta.
- Saroni, Muhammad. 2006. *Manajemen Sekolah Kiat Menjadi Pendidik yang Kompeten*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Sugiyono, 2003. *“Profesionalisasi Manajemen Pendidikan Kejuruan di Indonesia”*. Yogyakarta; Universitas Negeri Yogyakarta.
- Syafaruddin. 2002. *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan*. Jakarta: Grasindo.
- Syamsi, Ibnu. 1988. *Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Bina Aksara.
- Tilaar, H.A.R. 2002. *Perubahan Sosial dan Pendidikan pengantar pedagogik transformatif untuk Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo.

Waltoyo, Slamet. 2010. "Tetangga Sekolah". Dalam *Fahma*, April 2010.

Yogyakarta.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



LAMPIRAN

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Instrumen wawancara dengan Kepala Sekolah

Seputar Manajemen

Pertanyaan yang berkaitan dengan proses perencanaan

1. Bagaimana proses pembentukan panitia PPDB ?

Proses pembentukan panitia PPDB dimulai dari
ke SK kepala sekolah dan selanjutnya secara delegasi
ditemi kesempatan untuk merencanakan, melaksanakan
mengevaluasi dan melaporkan.

2. Kapan dan setiap bulan apa PPDB di laksanakan dalam setiap tahunnya?

Dilaksanakan setiap awal semester 2 yaitu pada
bulan Januari

3. Apa rencana yang bapak lakukan selaku kepala sekolah dalam menerapkan

kegiatan promosi/pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan?

- pembentukan kepanitiaan PPDB
- Melaksanakan Gebyar Cemas / launching PPDB
- Memberat program-program pendamping misalnya
Road show dongeng, TCT, pelatihan BCM guru TK
instru sekolah. dll

Pertanyaan yang berkaitan dengan pengorganisasian

1. Apakah ada kendala Bapak dalam melaksanakan pembentukan kepanitiaan

PPDB?

ya kendala pastinya ada saja, namun selama
ini masih bisa teratasi yang terpenting kekompatan
dan pembentukan Team work yang baik.

2. Bagaimana cara mengumpulkan calon panitia PPDB? dan dari unsur mana saja kepanitiaan PPDB di bentuk?

Calon panitia dipilih dan ditentukan berdasarkan aspek kompetensi calon panitia dan juga aspek pemerataan artinya masing-masing dimungkinkan pernah menjadi panitia P.P.D.B. (Rolling) adapun unsur yang terlibat meliputi guru, Pendidik, karyawan dan dewan sekolah.

Pertanyaan yang berkaitan dengan pengarahan

1. Apa masukan yang Bapak berikan sebelum pembentukan PPDB di mulai?

Membuat Rencana program dan biaya, pelaksanaan dan kontroling serta evaluasi atau tindak lanjut. dan yang penting adalah terbentuknya kerja team yang solid dan kompak.

Bagaimana respon panitia PPDB atas arahan yang Bapak berikan?

alhamdulillah, bisa diterima dan dijadikan dasar dalam menjalankan tugas kepanitiaan.

2. Selama kegiatan PPDB berlangsung berapa kali Bapak memberikan arahan kepada panitia? Dalam hal apa?

ya tidak tentu, tapi setiap ada rapat kepanitiaan saya selalu memberikan arahan. ya bisa 3 kali minimal bahkan bisa lebih.

Pertanyaan yang berkaitan dengan pengawasan

1. Kapan di laksanakan pengawasan terhadap kinerja panitia PPDB?

pengawasan dilaksanakan setiap akhir pekan yang bersipat pelaporan, namun pengawasan juga dilakukan setiap harinya.

4. Selaku Kepala Sekolah, apa yang Bapak lakukan selama mengawasi kegiatan promosi/ pemasaran sekolah yang di lakukan oleh panitia PPDB tatkala di luar sekolah ?

memprediksi dan menganalisis dampak hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan

5. Efektifitkah pengawasan yang bapak lakukan, untuk tujuan keberhasilan manajemen pemasaran di SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul? Sebab?

Sejauh ini sangat efektif, sebab panitia yang ditugaskan baik secara delegatif maupun fungsi koordinasinya bisa berjalan dengan baik dalam komunikasi dengan kepala sekolah.

Pertanyaan yang berkaitan dengan Sekolah (Profil lembaga)

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya sekolah ?

SDIT Salsabila 3 BTP adalah sekolah yang berwujud karena pecah korpsi antara yurys SPA Indonesia dan yayasan al-muthirin, akhirnya terbentuk sejak tanggal 27 Juli 2011 berwujud SDIT Salsabila 3 Banguntapan secara mandiri resmi di bawah naungan SPA - Indonesia hingga sekarang oleh mana ijin operasional yang dikeluarkan oleh Dinas pendidikan Dasar Kab. Bantul dan juga ijin pendirian yang diterbitkan oleh Bupati Bantul. (terlampir)

2. Dimana letak secara geografis SDIT Salsabila 3 Banguntapan?

Terletak di ujung utara Kali, Bantul, tepatnya selatan JEC
Bagian timur bersempitan langsung di DIY
Sebelah timur bersempitan di Ring Road dan
sebelah barat MTsN / MAN LAB UIN.

3. Siapa saja pengelola SDIT Salsabila 3 Banguntapan? dari unsur apa saja?

Yayasan SPA Indonesia - melalui dewan: LPI Salsabila
Unit SDIT Salsabila 3 BTP. Kepala Sekolah, guru, Pendidik
Karyawan, dewan sekolah dan masyarakat.

Seputar Sekolah

Pertanyaan yang berkaitan dengan Program-program sekolah, kegiatan unggulan, dan prestasi sekolah.

1. Apa saja program & kegiatan unggulan yang ada di SDIT Salsabila 3

Banguntapan? (Sebutkan 3 contoh yang menjadi unggulan/ dapat di jual di masyarakat)

- program Tahfidul Quran, hadis dan doa
- program pendidikan akhlakul karimah
- program life skill (kecakapan hidup)

2. Prestasi dalam bidang apa yang pernah di raih oleh SDIT Salsabila 3

Banguntapan dalam kurun waktu dua tahun terakhir ?

- Kepramukaan

- Bahasa (cipt. puisi)

- Agama (MTQ pidato Agama)

Pertanyaan yang berkaitan dengan Keadaan guru, karyawan, dan peserta didik

1. Berapa jumlah semua peserta didik secara keseluruhan dari kelas 1-6 ?

NO	KELAS	JUMLAH
1	Kelas I	36
2	Kelas II	44
3	Kelas III	40
4	Kelas IV	31
5	Kelas V	16
6	Kelas VI	17
Jumlah kelas I - VI		184

2. Berapa jumlah Guru dan Karyawan di SDIT Salsabila 3 Banguntapan?

1	Kepala Sekolah	..1
2	Guru	..14
3	Karyawan	..9
Jumlah Keseluruhan		24



Bantul, 30 November 2012

Kepala Sekolah

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Pandi Kuswoyo

Instrumen wawancara dengan Guru (Panitia PPDB)

Seputar Manajemen

Pertanyaan yang berkaitan dengan proses perencanaan

1. Apa yang Bp/Ibu lakukan atau rencanakan setelah panitia PPDB terbentuk?

membuat program kerja/kegiatan

2. Kapan Bp/ibu menyusun *time schedule* dalam perencanaan kerja panitia PPDB?

Setelah program kegiatan terbentuk kalau tidak bersamaan dengan pembentukan program kegiatan.

Pertanyaan yang berkaitan dengan pengorganisasian

1. Apa yang Bp/ibu lakukan setelah *time schedule* terbentuk?

mensoralisasikan kepada tim tentang kegiatan yang akan dilakukan, dengan memberikan peluang terhadap masukan yang ada.

2. Bagaimana cara ketua mengumpulkan calon panitia PPDB yang telah dibentuk oleh Kepala Sekolah?

melalui undangan resmi, dengan mengomong langsung saat ketemu, melala pengeras, telpon, sms.

Pertanyaan yang berkaitan dengan **pengarahan**

1. Apa masukan yang di sampaikan ketua PPDB kepada rekan-rekan panitia?

Selamat bekerja, semoga mendapatkan kemudahan & kekompakan. bila ada kendala segera sampaikan pada ketua untuk di-bawa ke panitia besar sehingga segera ada pemecahannya. Masalah yang ada jangan di bawa keluar.

2. Bagaimana respon panitia atas arahan yang dilakukan oleh ketua PPDB?

Respon dituturkan dengan bahasa verbal di amn manggut 2.

3. Selama kegiatan PPDB berlangsung berapa kali ketua PPDB memberikan arahan kepada panitia?

perkali-kali di setrap waktu diperlukan. hal ini dilakukan demi berjalannya rencana & kesuksesan kegiatan PPDB.

Pertanyaan yang berkaitan dengan **pengawasan**

1. Kapan ketua melaksanakan pengawasan terhadap kinerja panitia PPDB?

Saat pra-kegiatan, pelaksanaan kegiatan, pasca kegiatan. Bantu penyusunan laporan.

2. Apa yang di lakukan ketua panitia selama mengawasi kegiatan promosi/

pemasaran sekolah yang di lakukan oleh rekan-rekan panitia PPDB tatkala di luar sekolah ?

ikut melakukan promosi dengan handle kegiatan PPDB di sekolah.

Seputar Pemasaran

Pertanyaan yang berkaitan dengan Proses sosial dan manajerial serta Penciptaan dan pertukaran produk & nilai

1. Upaya-upaya (promosi) apa saja yang dilakukan dalam menarik calon siswa baru pada Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SDIT Salsabila 3

- Banguntapan?
- a. ^{memberikan} menyebarkan brosur pada peserta didik SDIT Salsabila 3 Banguntapan (sasaran tetangga, saudara)
 - b. Memberikan brosur pada peserta didik TK B yang mana alumnusnya telah sekolah di SDIT & TK sekitar SDIT
 - c. memasang spanduk di jalan utama/rame di beberapa tempat
 - d. Gebyar dongeng, gebyar cerita, publikasi lewat media cetak maupun frontik. (belum terealisasi).

2. Bagaimana tanggapan dari masyarakat dengan adanya program promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan?

Tanggapannya antusias terbukti dengan banyaknya peserta yang mengikuti kegiatan PPDB, setelah waktu pendaftaran ditutup banyak permintaan untuk dibuka kembali dan pada mendaftar.

Bantul, 30 November 2012

Guru/Panitia PPDB

Luluk Priyanti

Instrumen wawancara dengan Wali murid

Seputar Pemasaran Sekolah

Pertanyaan yang berkaitan dengan Proses sosial dan manajerial, Penciptaan dan pertukaran produk & nilai

1. Bagaimana tanggapan bapak/ibu selaku orang tua/wali murid dengan adanya kegiatan promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan?

Alhamdulillah... saya merasa bangga... ketika ada promosi secara langsung... contoh penampikan anak didik di hadapan calon wali murid... melihat langsung akan hasil didik... misal hafalan Tahfid dan ayoan pilihan lainnya.

2. Kegiatan promosi/ pemasaran SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang seperti apa yang bapak/ibu sukai?

penampikan hasil belajar anak didik
misalnya: hafalan / Tahfid surat pendek.
atau ayoan pilihan

3. Apa hasil dari pemasaran yang telah di lakukan sekolah di mata orang tua/wali murid?

orang tua semakin percaya bahwa anak anak kami akan mendapatkan hasil belajar misalnya: Tingkah laku yang baik atau hafal Juz 30 hafidh pilihan dan ayoan pilihan

4. Sebagai pelanggan, puaskah bapak/ibu terhadap apa yang di dapatkan anak selama ini? Berikan contohnya.

Saya merasa puas karena sekolah punya target yang akan di capai.
- misal → anak bisa sholat dg baik.
- anak harap jur 30 dll.



Bantul, ... 9 Desember ... 2012

Wali murid

[Handwritten Signature]
N. S. P. ... S. D. ...

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Instrumen wawancara dengan Alumni

1. Sebagai alumni puaskah ananda dengan hasil belajar yang telah di capai dahulu? Sebab?

Puas, Sebab aku dapat ilmu dari bapak ibu guru

2. Sebagai alumni promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan, yang ananda sukai seperti apa? Berikan contohnya.

- Gelar dengeng islami

- Market day

- Out bound

- Gebiyar Ceria



3. Apa masukan ananda untuk SDIT Sasabila 3 Banguntapan, untuk program promosi ?

- promosinya yang baik

Bantul, 30 November2012

alumni

M. Sabrina Color Nagara

Instrumen wawancara dengan Peserta Didik (Siswa)

1. Sebagai Siswa SDIT Salsabila 3 Banguntapan puaskah ananda dengan hasil belajar yang telah di capai selama ini? Sebab?

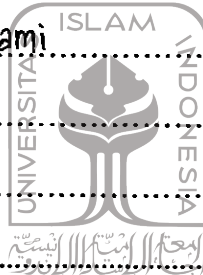
Puas, karena di sini guru-gurunya yang ngajar kelas

2. Sebagai Siswa, promosi dari SDIT Salsabila 3 Banguntapan yang ananda sukai seperti apa? Berikan contohnya.

Gelar Dongeng Islami

Market day

Gebyar Ceria



3. Apa masukan ananda untuk SDIT Sasabila 3 Banguntapan, khususnya untuk program promosi ?

Untuk Program Promosi Sudah Bagus Pertahankan

Bantul, 4 Desember 2012

Siswa

Ling

Pandu aji satya chani

Kelas 6



Gambar 1: Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Sekolah berupa Gebyar Ceria/

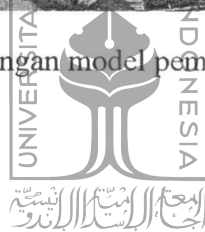
Ajang Kreasi Anak)



Gambar 2: Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Sekolah berupa Gelar Dongeng Islami, Ustadz Kak Bimo (Pendongeng Nasional)



Gambar 3: Promosi SDIT Salsabila dengan model pemasangan spanduk



Gambar 4 Ruang Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Salsabila 3 Banguntapan



PROGRAM PASCASARJANA (S2)
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II, Yogyakarta 55281, Telp./Faks. (0274) 523637, Hp. 08175425758
Website: www.master.islamic.uii.ac.id; email: msi@uui.ac.id dan msi_uui@yahoo.com

KARTU BIMBINGAN TESIS

Nama Mahasiswa : SYAHIR ROFIUDDIN NIM.: 09913033
Judul Tesis : Manajemen Pemasaran Sekolah Di
SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul.
Dosen Pembimbing : Dr. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.

Bimbingan	Tgl.	Materi Bimbingan	T.T.D Pembimbing
Ke-1	28/12/02	Kelebihan - kekurangan, kelebihan dan kekurangan	
Ke-2	20/12/09	Telaah proposal, metode penelitian, analisis data	
Ke-3	20/12/10	Interviu, penulisan, penulisan, penulisan	
Ke-4	27/12/11	Revisi, penulisan, penulisan, penulisan	
Ke-5	11/12/12	Revisi, penulisan, penulisan, penulisan	

Yogyakarta, _____

Mengetahui,
Sekretaris Program

Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag.

CURICULUM VITAE

Nama : Syahir Rofiuddin, S.Fil.I
Tempat/ Tanggal Lahir : Yogyakarta/ 16 Februari 1978
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat Asal : Perum UNY Cc 1/10, Jl. Rasamala 01 Gejayan
Condongcatur Depok Sleman Yogyakarta 55283
Alamat Sekarang : Jl Raya Kepuhsari Krodan Paingan Maguwoharjo
(depan Kampus III Sanata Dharma Yogyakarta)
Orang Tua :
a. Ayah : H. Achmad Faozan Alfi, M.Pd.
b. Ibu : Hj. Djazimah
Nama Istri : Qosif Fitro'iyah, S.Si
Anak : Fatihatun Najmusysyifaa



Pendidikan Formal :
1. SD N Gejayan (1984-1991)
2. SMP Muh 3 Depok (1991-1994)
3. SMA Kolombo Sleman (1994-1997)
4. S1 IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1997-2003)
AKTA IV Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (2004-2005)
5. S2 MSI Universitas Islam Indonesia (2009-2012)

Riwayat Mengajar :

1. SDIT Salsabila Al Muthi'in th 2005 – 2011
2. SDIT Salsabila 3 Banguntapan Bantul th 2011 - sekarang