

## ANALISIS MANAJEMEN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN ORANG TUA DAN SISWA DALAM MEMILIH SMAIT SAMAWA CENDEKIA TAHUN AJARAN 2021/2022

Hamzan Wadi<sup>1,2</sup>, Ahmad Yamin\*<sup>1,3</sup>, Suparman<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Manajemen Inovasi, Sekolah Pascasarjana, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

<sup>2</sup>Sekretariat DPRD Kabupaten Sumbawa, Indonesia

<sup>3</sup>Ilmu Hukum, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

[ahmad.yamin@uts.ac.id](mailto:ahmad.yamin@uts.ac.id)

### Abstrak

Untuk menganalisis manajemen yang mempengaruhi keputusan Orang Tua dan Siswa dalam memilih perguruan SMAIT Samawa Cendekia. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Manajemen yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dan Siswa dalam Memilih SMAIT Samawa Cendekia (Tahun Ajaran 2022/2023).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode diskriptif analisis, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan suatu permasalahan yang dikaji mengenai fenomena. Metode ini digunakan untuk mendiskriptifkan atau menjelaskan peristiwa yang ada pada masa sekarang, termasuk dalam metode ini adalah studi kasus, survey, studi pengembangan dan studi korelasi. Itu peneliti menentukan informan yang memenuhi kriteria tersebut. Informan yang peneliti menentukan 3 informan dari manajemen SMAIT SC dan Siswa kelas 10 SMAIT Samawa Cendekia dengan jumlah 15 siswa dan orang tuanya. Metode pengumpulan data menggunakan, Observasi, Wawancara, dan Studi Pustaka. Analisis data menggunakan tiga langkah yaitu Reduksi data, Display data, dan mengambil kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMAIT Samawa Cendekia adalah SMP swasta yang memiliki mempunyai jumlah peserta didik yang masih sedikit tetapi mempunyai kualitas yang tidak kalah saing dari sekolah lama, Pemasaran pendidikan di SMAIT Samawa Cendekia menggunakan konsep pemasaran berwawasan keilmuan dan agamis sehingga masyarakat sebagai pelanggan jasa maupun calon pelanggan jasa pendidikan merasa terkesan dan tertarik untuk tetap loyal terhadap sekolah dan merekomendasikan saudara, dan tetangganya untuk menyekolahkan peserta didik di SMAIT Samawa Cendekia.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa manajemen pendidikan di SMAIT Samawa Cendekia sudah sesuai dengan tahapan manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Selanjutnya, disarankan agar peningkatan kualitas produk dan proses perlu dikembangkan, untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai pelanggan jasa pendidikan yang terus meningkat dan berkembang mengikuti perkembangan zaman.

**Kata kunci:** Analisis, Manajemen, dan Keputusan.

### Abstract

To analyze the management that influences the decisions of parents and students in choosing a SMAIT Samawa Cendekia school. The purpose of this study was to analyze the Management that Influences the Decisions of Parents and Students in Choosing SMAIT Samawa Cendekia (2022/2023 Academic Year).

This study used descriptive qualitative method. The method used is descriptive analysis method, namely research that seeks to describe a problem that is studied regarding the phenomenon. This method is used to describe or explain current

events, including case studies, surveys, development studies and correlation studies. the researcher determines the informants who meet these criteria. The informants that the researchers determined were 3 informants from SMAIT SC management and 10th grade students at SMAIT Samawa Cendekia with a total of 15 students and their parents. Methods of data collection using, Observation, Interview, and Literature Study. Data analysis uses three steps, namely data reduction, data display, and drawing conclusions and verification.

The results of the research show that SMAIT Samawa Cendekia is a private junior high school that has a small number of students but has a quality that is no less competitive than the old school. Marketing education at SMAIT Samawa Cendekia uses the marketing concept with scientific and religious insight so that the public as service customers and candidates education service customers feel impressed and interested in remaining loyal to the school and recommending their relatives and neighbors to send their students to SMAIT Samawa Cendekia.

Thus, it can be concluded that education management at SMAIT Samawa Cendekia is in accordance with the stages of management which include planning, organizing, implementing, and supervising. Furthermore, it is suggested that product and process quality improvements need to be developed, in order to be able to meet the needs of the community as customers of educational services which continue to increase and develop with the times.

**Keywords :** Analysys, Management, and Decisions.

## A. PENDAHULUAN

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

Pendidikan merupakan bentuk dari investasi jangka panjang (*long-term investment*), artinya bahwa investasi pada bidang sumber daya manusia memang tidak segera bisa dinikmati hasilnya. Sekolah Menengah Atas merupakan salah satu bagian penting dalam dunia pendidikan yang ikut bertanggung jawab dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa (Wijaya, 2012).

Teori pendidikan ini bertolak dari asumsi bahwa sejak dilahirkan anak telah memiliki potensi-potensi tertentu. Pendidikan harus dapat mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki peserta didik dengan bertolak dari kebutuhan dan minat peserta didik. Dalam hal ini, peserta didik menjadi pelaku utama pendidikan, sedangkan pendidik hanya menempati posisi kedua, yang lebih berperan sebagai pembimbing, pendorong, fasilitator dan pelayan peserta didik.

Teori pendidikan personal menjadi sumber bagi pengembangan model kurikulum humanis. Yaitu suatu model kurikulum yang bertujuan memperluas kesadaran diri dan mengurangi kerenggangan dan keterasingan dari lingkungan dan proses aktualisasi diri. Kurikulum humanis merupakan reaksi atas pendidikan yang lebih menekankan pada aspek intelektual.

Oleh karena itu penting merumuskan strategi pemasaran jasa pendidikan yang optimal agar dapat memenangkan persaingan antar pendidikan tinggi dan untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas serta profesionalisme manajemen pendidikan (Margaretha dan Nilo, 2016), yakni dengan memahami sikap dan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan calon siswa memilih sekolah swasta melalui konsep *marketing mix* (Suparto, 2014).

Pengaruh pemasaran hadir untuk mengidentifikasi strategi pemasaran perusahaan, mengidentifikasi taktik pemasaran perusahaan, dan mengidentifikasi nilai pemasaran perusahaan, ada 6 bagian dalam pengaruh pemasaran yaitu :

- a. Segmentasi adalah proses membagi pasar menjadi segmen-segmen yang lebih kecil berdasarkan karakteristik serupa dari perilaku pelanggan, dan kemudian menentukan segmen-segmen mana yang mau kita layani.
- b. *Targeting* adalah proses melakukan evaluasi dari daya tarik setiap segmen pasar dan kemudian memilih satu atau dua segmen untuk dimasuki.
- c. *Positioning* adalah perancangan penawaran dan citra perusahaan ke dalam benak konsumen.
- d. Diferensiasi adalah kebijakan perusahaan yang mengintegrasikan konten (*content*), konteks (*context*), dan infrastruktur (*infrastructure*) dari apa yang ditawarkan kepada pelanggan.
- e. Merek (*brand*) adalah aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.
- f. Ekuitas merek (*Brand Equity*) adalah frase yang mendeskripsikan nilai dari suatu merek. Dengan demikian perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak lagi uang dari produk yang memakai suatu merek dibandingkan produk tanpa merek.

Peningkatan jumlah siswa yang meneruskan pendidikan SMAIT Samawa Cendekia mempunyai beberapa hal yang sangat membangun daerah tersebut seperti yang tertulis bahwa IPM dibentuk oleh tiga dimensi dasar, yaitu umur panjang dan hidup sehat (*a long and healthy life*), pengetahuan (*knowledge*), dan standard hidup layak (*decent standard of living*) (<http://www.bps.go.id> 2019). Dimana Pengetahuan diukur melalui indikator Rata-rata Lama Sekolah dan Harapan Lama Sekolah. Rata-rata Lama Sekolah (RLS) adalah rata-rata lamanya (dalam tahun) penduduk usia 25 tahun ke atas yang telah atau sedang menjalani pendidikan formal. Pada dasarnya siswa atau seseorang yang meneruskan pendidikan menengah atas menandakan bahwa daerah tersebut turut andil dalam menyiapkan generasi harapan.

Sekolah Islam Terpadu Samawa Cendekia adalah Sekolah yang berada di bawah Yayasan Samawa Cendekia yang mempunyai tujuan untuk mencerdaskan

generasi bangsa. Yayasan Samawa Cendekia berdiri pada tahun 2019, sebelum Yayasan Samawa Cendekia berdiri, Yayasan Dea Mas adalah yayasan yang merintis sekolah di lingkungan SIT SC, dengan didirikannya SDIT Samawa Cendekia pada tahun 2013, kemudian disusul jenjang SMP IT SC pada tahun 2017. Sekolah Islam Terpadu Samawa Cendekia bertempat di Komplek Villa Matahari, Dusun Padak, Desa Labuhan Sumbawa.

Sekolah Islam Terpadu Samawa Cendekia, sebagai sikap pengabdian kami dalam bidang pendidikan yang selalu menjadi konsentrasi kami, dan juga merupakan konsekuensi logis terhadap kebijakan pemerintah / Diknas yang mengharuskan Program Wajib Belajar 12 tahun (SD-SMA). Dengan bekal pengalaman dan kesuksesan tersebut, kami siap melayani kesinambungan proses belajar putra putri anda untuk 3 tahun ke depan dengan program-program unggulan melalui kultur belajar yang optimis, dinamis dan Islamis, sehingga memberanikan diri untuk memberikan pengajaran terbaik untuk ananda tercinta sebagai generasi berkualitas untuk masa depan yang gemilang, karena *"Quality is Our Priority"*.

Fenomena selanjutnya yaitu SMAIT Samawa Cendekia melakukan berbagai cara agar dapat dikenal oleh semua lapisan masyarakat, melalui baliho yang terpasang segala penjuru khususnya di Kota Sumbawa, Prestasi Siswa dari tahun ke tahun semakin meningkat baik dari bidang akademik maupun non-akademik, kuota beasiswa semakin meningkat dan penambahan fasilitas sekolah semakin menambah dengan sejalanannya umur SMAIT Samawa Cendekia.

Keberhasilan tersebut baik karena keberhasilan promosi dari pihak PPDB yang memasarkan Sekolah datang ke setiap SMP dengan melihat kenaikan dari segi prestasi maupun tawaran beasiswa khusus calon siswa yang berprestasi, kemudian akan berdampak dengan bertambahnya minat dan jumlah siswa dari setiap tahunnya.

Berdasarkan dari latar belakang maka penulis tertarik untuk melaksanakan suatu

penelitian tentang Analisis Manajemen yang Mempengaruhi Keputusan Orang Tua dan Siswa dalam Memilih SMAIT Samawa Cendekia (Tahun Ajaran 2022/2023).

## B. LANDASAN TEORI

### Pemasaran

Pemasaran dalam pendidikan haruslah mengikuti etika, seperti pendapat dari John R. Silber yang dikutip oleh Buchari Alma, Etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Sebuah lembaga pendidikan harus menjaga nama baik dan menekankan pada mutu layanan yang harus diberikan kepada siswa. Dapat dikatakan bahwa keberhasilan dari sebuah lembaga pendidikan ditentukan oleh mutu lembaga tersebut, sebuah lembaga pendidikan akan mengalami kemunduran jika tidak menjaga mutu pendidikannya.

Dunia pendidikan di era global ini menghadapi segala kelebihan dan juga tantangan. Sisi positif globalisasi adalah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam berbagai bidang, seperti modernisasi media informasi, transportasi, dan komunikasi lintas benua. Adapun sisi negatif dari globalisasi adalah menjerumuskan pada demoralisasi, seperti pornografi dan pornoaksi yang menyertai internet. Menghadapi arus globalisasi dengan dua sisi ini membutuhkan kecepatan, akurasi, dan efektivitas program serta aksi yang konsisten dan berkesinambungan. Segala potensi harus dimaksimalkan untuk meningkatkan kapasitas kelembagaan dalam semua aspek agar melaju kencang sesuai tuntutan globalisasi.

### Bauran Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2014) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut, *Marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market*. Definisi tersebut menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis perusahaan yang memadukan dua dan menghasilkan

respon yang diinginkan dalam pasar sasaran, dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix 4p*, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran 3P tambahan seperti partisipan (*people*), bukti fisik (*physical evidence*) dan proses (*process*), sehingga dikenal dengan *marketing mix 7p*.

### Jasa

Kotler & Keller (2012:214) Jasa merupakan setiap aktifitas, manfaat atau performa yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang dimana bersifat *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun dimana dalam produksinya dapat terikat maupun tidak dengan produk fisik.

### Teori Keputusan Konsumen

Menurut Kotler & Armstrong (2016:177) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai berikut: *Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organizations select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants*. yang artinya keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

### Kerangka Berpikir

Kerangka konseptual merupakan suatu bentuk kerangka berpikir yang dapat digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah, biasanya kerangka penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam proses analisisnya.

## C. METODE

### Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode yang

digunakan adalah metode diskriptif analisis, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan suatu permasalahan yang dikaji mengenai fenomena. Metode ini digunakan untuk mendiskriptifkan atau menjelaskan peristiwa yang ada pada masa sekarang, termasuk dalam metode ini adalah studi kasus, survey, studi pengembangan dan studi korelasi. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

### **Kehadiran Peneliti**

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan bertindak sebagai instrument yang sekaligus sebagai pengumpul data penelitian. Kehadiran seorang peneliti sangat dibutuhkan untuk mengumpulkan data baik melalui wawancara, pengamatan maupun dokumentasi. Menurut Sugiyono (2011), peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya.

### **Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, survei dilakukan di lingkungan Sekolah SMAIT Samawa Cendekia, Objek dalam penelitian ini dilakukan kepada Kepala sekolah, kepala PPDB, Humas dan Siswa kelas 10 SMAIT Samawa Cendekia.

### **Informan Peneliti**

Menurut Moleong (2014), Informan penelitian adalah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian dan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan di teliti.

Dengan kata lain unit informan yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Maka dari itu peneliti menentukan informan yang

memenuhi kriteria tersebut. Informan yang peneliti menentukan 3 informan dari manajemen SMAIT SC dan Siswa kelas 10 SMAIT Samawa Cendekia dengan jumlah 15 siswa dan orang tuanya.

### **Data Penelitian**

Sumber Data pada penelitian ini ada dua jenis yakni

- a. Data primer adalah data pokok yang diambil langsung diambil dari informan dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah Kepala sekolah, Kepala PPDB, Humas dan Siswa kelas 10 SMAIT Samawa Cendekia.
- b. Data Sekunder adalah data pendukung yang diperoleh berbagai sumber dan literatur sebagai pendukung dalam penelitian ini berasal dari database PPDB SMAIT SC dan berbagai literatur pendukung.

### **Prosedur Pengumpulan Data**

Observasi, wawancara, dan studi pustaka.

### **Analisis Data**

Reduksi data, *display* data, mengambil kesimpulan dan verifikasi.

### **Pengecekan Keabsahan Temuan**

Pengujian keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan:

- a. Triangulasi pengumpulan data, dilakukan dengan membandingkan data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan data yang diperoleh setelah melalui observasi atau informasi yang diperoleh melalui studi dokumentasi.
- b. Triangulasi sumber data, dilakukan dengan cara menanyakan kebenaran suatu data atau informasi yang diperoleh dari seorang informan kepada informan lainnya.
- c. Triangulasi waktu, Triangulasi waktu, waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Pengambilan data juga harus disesuaikan dengan kondisi narasumber.
- d. Pengecekan anggota dilakukan dengan cara menunjukkan data atau informasi, termasuk interpretasi peneliti, yang telah disusun dalam format catatan

lapangan. Catatan lapangan tersebut dikonfirmasi langsung dengan informan untuk mendapatkan komentar dan melengkapi informasi lain yang dianggap perlu. Komentar dan tambahan informasi tersebut dilakukan kepada informan yang diperkirakan oleh peneliti.

- e. Diskusi teman sejawat dilakukan terhadap orang yang menurut peneliti memiliki pengetahuan dan keahlian yang relevan, agar data dan informasi yang telah dikumpulkan dapat

didiskusikan dan dibahas untuk dapat menyempurnakan data penelitian.

#### Tahap-Tahap Penelitian

Menyusun rancangan penelitian, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menjajaki dan menilai lapangan, memilih dan memanfaatkan informan, menyiapkan perlengkapan penelitian, dan persoalan etika penelitian.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Gambaran Umum Informan

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama	Orang Tua/Jabatan
1	Muslim, S.E., M.M.Inov	Kepala Sekolah SMAIT SC
2	Nasrullah, S.Pd	Kepala PPDB SMAIT SC
3	Gufron Wahyu, S.Pd	Kepala Humas SMAIT SC
4	Ahmad Xerxes Zacky Rivai	Akraman Rivai, S.T
5	Aulia Dira Sahrani	Ahmad Damhuji
6	Fadhil Akhsanu Takwim	Dini Nuraini
7	M. Fajar Rahino	Ns. Indri Hastuti, S.Kep
8	M. Akbar Sabilillah	M. Ikhsan Safitri
9	Farrel Athallah	Syaifullah
10	Evan Sami Muzakki	Amirinsyah, S.E
11	Tirani Wulansar	Muhammad Amin
12	Nur Fadhilah Rusti	Rustamajid
13	Rieka Manda Cahya	Kalamuddin
14	Amira Nadya Nisrina	Wiwik Suwardani
15	Hanifah Izzatul Muslimah	Erni Gustien
16	M. Hizam Alghazali	Abdul Mubarak

Kegunaan wawancara dengan informan ini bertujuan untuk mengetahui secara lebih dalam dari manajemen apa saja yang menyebabkan orang tua mempercayakan anaknya sekolah di SMAIT SC, selain itu tujuan utama dari wawancara ini untuk mendapatkan beberapa data yang peneliti inginkan mengenai pengaruh dari strategi Bauran 7P (Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Manusia, Bukti Fisik dan Proses) dan melihat dari aspek Sosial, Budaya dan psikologi juga, penelitian dengan melakukan wawancara dan kuisioner melakukan beberapa observasi, kemudian disaat peneliti melakukan wawancara juga dapat mendapatkan informasi lebih dalam mengenai faktor mana yang menentukan dalam pemilihan sekolah Menengah Atas.

#### Produk

Sekolah pada umumnya selalu menawarkan apa yang dapat menjadikan satu keunggulan tersendiri atau sesuatu yang dapat menjadi daya tarik satu sekolah tersebut, yang tidak terlepas dari berbagai aspek seperti menawarkan gedung persekolahan, berbagai fasilitas, akreditasi sekolah, infrastruktur lingkungan sekolah, Organisasi Siswa dan lain sebagainya, begitu pula dengan sekolah SMAIT SC yang setiap tahunnya selalu menawarkan kepada masyarakat khususnya bagi siswa kelas 3 SMP atau sederajat agar selanjutnya memilih Sekolah SMAIT SC.

#### Price

Penjualan produk maupun jasa pasti akan ada suatu nilai atau harga tersendiri, pada umumnya sekolah mempunyai suatu kebijakan masing-masing guna memenuhi

perputaran keuangan di sekolah tersebut, walaupun bagi sekolah negeri ada aturan yang telah disepakati, akan tetapi bagi sekolah swasta mempunyai otoritas mengenai proses kesepakatan harga atau nilai jualnya itu sendiri, sekolah SMAIT SC mempunyai cara pembayaran yang sama bagi semua Siswa reguler dan ada beasiswa bagi beberapa siswa yang berprestasi akademik maupun non-akademik. Salah satu kendala masyarakat Sumbawa pada umumnya dimana tingkat ekonominya pada rata-rata menengah ke bawah walaupun sebagian besar yang bersekolah di Samwa Cendekia tergolong menengah ke atas sehingga menjadi kendala ketika anaknya akan melanjutkan ke jenjang selanjutnya yang kita ketahui bersama bahwa biaya untuk masuk sekolah swasta bukan lagi seperti saat masuk ke sekolah negeri.

### **Place**

Place adalah letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut: (a) Kemudahan mencapai lokasi, (b) Visibilitas, ada bangunan fisiknya, (c) Jauh dari kemacetan, (d) Tempat parkir yang nyaman, luas dan aman, (e) Ekspansi, ketersediaan lahan manakala ingin melakukan perluasan, (f) Para pesaing, dan (g) Peraturan Pemerintah tentang pelayanan standar minimum.

### **Promotion**

Sekolah SMAIT SC melaksanakan banyak cara pemasaran dengan melalui media sosial, media cetak, masuk setiap sekolah untuk promosi yang bertujuan menarik minat calon mahasiswa asal Kabupaten Sumbawa, yang telah terlihat yaitu dengan bukti selama 3 tahun terakhir sekolah SMAIT SC juga mengalami peningkatan jumlah siswa asal Kabupaten Sumbawa.

### **People**

Masyarakat akan mengenal sesuatu itu karena ada hal yang dikenal, ketika kita berbicara tentang sekolah maka tidak lain yaitu Rektor, Dosen, Staf, Alumni dan Siswa Berprestasi, dengan maksud untuk memikat calon Siswa dan Orang Tuanya, dengan salah satunya dengan mengenal siapa saja didalam sekolah tersebut. peneliti menyebut yaitu penokohan atau sesosok orang yang bisa menarik calon Siswa untuk menjadi bagian dari sekolah SMAIT SC, bahkan dalam media promosi mengenalkan sosok direkur Samawa Cendekia sebagai DPRD Provinsi sekolah SMAIT SC bisa dikatakan menjadi satu-satunya sekolah yang dikenal di wilayah Sumbawa dengan pengajar dari lulusan sekolah-sekolah ternama di Indonesia bahkan lulusan dari sekolah ternama diluar negeri.

### **Physical Evidence**

Pada awal mulanya mengetahui SMAIT SC hanya sekedar dari foto-foto yang menyebar diseluruh media cetak maupun disebar pada media elektronik yang digunakan oleh pihak Penerimaan Siswa Baru dan Hubungan Masyarakat SMAIT SC, dimana memasarkan dengan foto yang tepat agar bisa menarik minat para calon Siswa khususnya Siswa asal Kabupaten Sumbawa sendiri, baik dengan foto gedung persekolahan, foto ruang penunjang pembelajaran, lokasi yang nyaman dan asri serta tatanan yang rapi.

### **Process**

Proses menjadi Siswa memerlukan tahapan atau disebut prosedur dimulai dari pendaftaran, ujian Tulis, Ujian wawancara hingga sampai dinyatakan masuk atau lulus ujian masuk oleh pihak sekolah SMAIT SC, seperti diketahui bersama sangat banyak pendaftar yang menginginkan masuk ke jenjang perguruan tinggi dan disitu ada persaingan antara calon Siswa untuk merebutkan kursi atau kuota masuk dalam sekolah SMAIT SC.

### **Budaya**

1. Kelas ekonomi menengah ke bawah

Menjadi satu kendala yang dialami oleh sebagian para orang tua yang kesehariannya sebagai petani, pendapatan tidak menentu itu hanya saat panen padi maupun melaut, sehingga menjadi bingung untuk anaknya saat akan melanjutkan pada jenjang perguruan tinggi, hadirnya sekolah SMAIT SC menjadi solusi dikarenakan sekolah yang sangat banyak menawarkan beasiswa kepada Siswanya.

2. Membebani orang tua dari segi biaya  
Dengan beban kehidupan sehari-hari yang mungkin belum tentu cukup dengan ditambah pembiayaan anaknya pada jenjang perguruan tinggi, seorang anak memahami keadaan orang tua sehingga apa yang di katakan orang tua dijalankan, kemudian memilih sekolah yang dekat bisa bantu orang tua dan mendapatkan beasiswa sudah cukup buat mereka meringankan sedikit beban kedua orang tua.

### Sosial

1. Diajak oleh sodara

Sekolah yang telah dikenal masih sangat banyak ditemukan keterikatan keluarga maupun saudara, banyak ditemui Siswa yang diajak karena ada keluarga yang lebih paham dengan kondisi sekolah.

2. Keinginan orang tua

Pandangan untuk masa depan seorang anak dari pihak orang tua yang mendominasi penelitian ini karena orang tua percaya dengan sistem sekolah SMAIT SC yang berbeda dengan sekolah pada umumnya

3. Keinginan Pribadi

Beberapa siswa yang dulu ketika sekolah SMP di lingkungan samawa cendekia akan cenderung memilih SMAIT SC karena telah mengenal lingkungan dan tidak perlu adaptasi kembali

### Psikologi

1. Mempunyai persepsi yang tinggi sebelum masuk dunia sekolah Setelah mengetahui sejarah dan promosi sekolah ada kalanya saat itu juga kita yakin dengan apa yang kita ketahui dari orang lain atau pihak sekolah saat itu.

2. Menjadi pilihan terakhir karena tidak lulus di sekolah lain

Menjadi satu tekanan pribadi disaat sekolah yang mereka harapkan ternyata tidak masuk dan akhirnya harus melanjutkan sekolah disekolah yang dari awal sebagai bukan sebagai sekolah pilihan awal, setelah pembicaraan dengan keluarga daripada tidak melanjutkan hanya diam si rumah.

3. Menjadi pilihan utama

Walaupun hanya sedikit yang mempunyai alasan ini, karena wajar ketika ingin mendapatkan pengajaran atau ilmu yang lebih sekolah yang lebih lama, akan tetapi sebagian besar dari responden yang telah memantapkan menjadikan sekolah SMAIT SC ini sebagai pilihan utama sejak awal.

4. Menjadi tolak ukur sekolah di wilayah Kabupaten Sumbawa

Mempunyai satu anggapan kalau sekolah SMAIT SC adalah sekolah yang terbaik pada wilayah Kabupaten Sumbawa yang menjadikan jenjang terbaik jika harus bersekolah di dalam wilayah sendiri serta dapat membangakan wilayah nya sendiri dalam kancah nasioanal maupun internasional .

### Pengawasan Pemasaran Pendidikan

Pengawasan dan Evaluasi Pemasaran Pendidikan Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, waka kurikulum, waka kesiswaan, guru, karyawan, siswa dan orang tua peserta didik serta berdasarkan pada pengamatan langsung di sekolah yang menjadi tempat penelitian, dapat diidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran pendidikan di SMAIT SC, selain sarana prasarana dan fasilitas penunjang lainnya, terdapat faktor lain yang berpengaruh terhadap pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMAIT SC yang dikelompokkan menjadi faktor penunjang dan faktor penghambat.

Faktor penunjang pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMAIT SC antara lain :

1. Komitmen kepala sekolah yang sangat tinggi untuk melaksanakan manajemen pemasaran pendidikan yang terlihat dari dilaksanakannya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan pemasaran pendidikan yang dilaksanakan secara baik.

2. Dukungan warga sekolah dan warga masyarakat seperti pengurus komite sekolah dan orang tua / wali peserta didik yang tinggi. Dapat dilihat dari pemenuhan harapan dan keinginan orang tua seperti peningkatan prestasi peserta didik.
3. Peran dan komitmen pengurus yayasan tempat bernaung yang tinggi, pembangunan sarana dan prasarana yang berkelanjutan demi pemenuhan standar pelayanan.

Adapun faktor penghambat dari pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMAIT SC antara lain:

1. Kurangnya komunikasi antar warga sekolah. Meskipun dalam sosialisasi maupun penyusunan visi, misi dan tujuan sekolah, kepala sekolah telah membentuk perencanaan yang telah dirumuskan bersama, namun perbedaan pemahaman dan pendapat dari guru dan karyawan dalam pelaksanaan pemasaran, hal ini dikarenakan tidak semua guru dan karyawan dilibatkan dalam tim pemasaran.
2. Kurangnya tanggapan dan persepsi orang tua dan masyarakat tentang sosialisasi dari sekolah.
3. Sekolah pesaing lain yang telah berdiri sejak lama
4. Sarana dan prasarana yang kurang mendukung karena sedang masa pembangunan

#### **D. PENUTUP**

Pemasaran pendidikan di SMAIT Samawa Cendekia sudah sesuai dengan tahapan manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan pemasaran pendidikannya telah memenuhi ketentuan dan ditetapkan melalui rapat bersama Kepala Sekolah, Waka, dewan guru, komite sekolah dan yayasan. Pengorganisasian pemasaran pendidikan dilaksanakan sesuai tahap dan ditetapkan dengan hasil rapat bersama antara kepala sekolah, dewan guru dan karyawan sehingga masing-masing dapat memahami tugas dan kewajibannya dalam hal pemasaran sekolah. Pelaksanaan

pemasaran pendidikan juga telah sesuai dengan teori Bauran Pemasaran yang dikemukakan oleh Bukhori Alma yaitu dalam konsep pemasaran menggunakan 7 P : Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi), People (sumber daya manusia), Physical evidence (bukti fisik), dan Process (proses). Sehingga minat masyarakat terhadap sekolah terus meningkat dari tahun ke tahun, terbukti dengan meningkatnya jumlah pendaftar peserta didik baru.

Adapun saran terhadap penelitian ini, yaitu:

1. Menentukan target pasar yang jelas: SMAIT Samawa Cendekia perlu menentukan target pasar yang jelas dan spesifik, seperti kelas-kelas yang menjadi fokus atau wilayah geografis tertentu, sehingga dapat memudahkan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.
2. Meningkatkan kualitas pendidikan: SMAIT Samawa Cendekia perlu meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan agar dapat menarik minat orang tua dan siswa. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pengajaran, fasilitas, dan kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa.
3. Meningkatkan promosi: SMAIT Samawa Cendekia perlu meningkatkan promosi melalui media sosial, brosur, spanduk, dan kegiatan-kegiatan yang menarik minat siswa. Selain itu, SMAIT Samawa Cendekia dapat memanfaatkan alumni dan orang tua siswa yang sudah terdaftar sebagai agen promosi.
4. Menentukan harga yang kompetitif: SMAIT Samawa Cendekia perlu menentukan harga yang kompetitif dan terjangkau agar dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.
5. Meningkatkan pelayanan: SMAIT Samawa Cendekia perlu meningkatkan pelayanan kepada orang tua dan siswa, seperti memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai program pendidikan,

proses pendaftaran, dan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan orang tua dan siswa terhadap lembaga pendidikan tersebut.

Saran tersebut dapat membantu SMAIT Samawa Cendekia dalam mengembangkan strategi pemasaran dan manajemen pendidikan yang lebih efektif untuk meningkatkan jumlah siswa baru dan kualitas pendidikan di lembaga tersebut.

#### E. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih banyak kepada pihak yang telah membantu saya dalam penulisan artikel dan penelitian ini. Terutama kepada keluarga yang telah mendukung saya dalam penelitian ini. Tidak lupa juga kepada dosen pembimbing saya yang telah banyak sekali membantu saya, mengarahkan saya sehingga penulisan artikel dan penelitian ini bisa berjalan dengan lancar. Saya ucapkan terimakasih juga kepada pihak sekolah SMAIT Samawa Cendekia dan Orang Tua siswa yang banyak membantu saya dalam penelitian ini.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Arrazy, M. (2020). Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan ( JDEP ). *JDEP (Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan)*, 3(2), 368–375. <http://jdeponp.unp.ac.id/index.php/jdep/article/view/121>
- Ariyadi, B. (2016). Model aplikasi sistem pelayanan terpadu pada kantor kelurahan. ISSN 2089-3787, 895
- Alkano.(2016). Inovasi Kualitas Pelayanan Kesehatan Instalasi Gawat Darurat Modern. Jakarta. Rineka Cipta
- Barata, (2015). Dasar-dasar Pelayanan Prima. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo. Dwiyanto.(2015). Reformasi Birokrasi Publik di Indonesi, Galang Printika, Yogyakarta.
- Elistia. (2020). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–16.
- Gunawan, E. (2014). Pembuatan sistem informasi pelayanan masyarakat terpadu, jurnal ilmiah mahasiswa universitas Surabaya vol 2 no. 2
- LPEM-FEB-UI. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pariwisata Indonesia : Tantangan , Outlook dan Respon Kebijakan. *Pusat Kajian Iklim Usaha Dan GVC - LPEM FEB UI, April*.
- Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Dwifebri, A., Wibowo, C., Amaliyah, I., & Ardana, K. (2020). Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Covid-19. *Majalah Media Perencana*, 1(1), 1–21.
- Srimulyani, W., Nurtia, N., Faris, M., Deli, N. F., & Pramana, S. (2021). Profil Tingkat Okupansi Hotel Di Ntb Selama Pandemi Covid-19 Dengan Menggunakan Big Data. *Seminar Nasional Official Statistics*, 2020(1), 273–280. <https://doi.org/10.34123/semnasoffstat.v2020i1.503>
- Syukron, A. A., Arianingsih, B. D., Wandari, B. D. G., Awalia, D. H., Kartini, J., Gifari, L. A., Alfarizi, M. R. I., Jasahuldia, R., Rostika, R., Nurhaslinda, S., & Hadisaputra, S. (2021). Pengembangan Pusat Informasi dan Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Tanjung Luar, Lombok. *Unram Journal of Community Service*, 2(1), 24–28. <https://doi.org/10.29303/ujcs.v2i1.17>
- Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi*. (n.d.). Retrieved December 10, 2021, from <https://kemenparekraf.go.id/ragam->

- pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi Nursalam.(2008). Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan : Pedoman Skripsi, tesis dan Instrumen Penelitian Keperawatan. Edisi dua. Jakarta: Salemba Medika.
- Djamhuri, A. 2009. A Case Study Of Governmental Accounting And Budgeting Reform At Local Authority In Indonesia: An Institutional Perspective. Ph.D. dissertation. Universiti Sains Malaysia.
- Elizur, D. 1984. Evaluasi Pekerjaan. Seri Manajemen No. 103. Gramedia.
- Fakih, M. 1996. Analisis Gender dan Transformasi Sosial. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- <https://mediaindonesia.com/read/detail/329192-awas-lingkungan-kerja-jadi-klaster-penularan-covid-19>
- <https://siwalan.disnakertrans.jatimprov.go.id/>
- Ikhsan, A. 2008. Akuntansi Sumberdaya Manusia Suatu Tinjauan Penilaian Modal Manusia. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ikhsan, A dan Prianthara, T. 2013. Akuntansi untuk Manajemen. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kamayanti, A. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi Pengantar Religiositas Keilmuan. Yayasan Rumah Peneleh.
- Kuswarno, E. 2009. Fenomenologi Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian.
- Widya Padjadjaran. Lubis, S. 2002. Politik Hukum dan Kebijakan Publik. Penerbit Mandar Manju. Rawls, J. 1999.
- Rawls, J. 2006. A Theory of Justice. Teori Keadilan. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Robbins, S.P. 1998. Perilaku Organisasi Jilid 1. Prentice Hall.
- Santoso, H. D. 2016. Pelaksanaan Keadilan Upah Bagi Pekerja Malang Wanita. Tesis Universitas Brawijaya.
- Sinar Rizky A, Anita Trisiana, Farid Ajrur R., Lauriend Algileri M., Iqbal Syaiban, Septiana Nur F. (2020) Jurnal Global.