

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA MELALUI KEGIATAN NON
AKADEMIK DI SMP IT ABU BAKAR YOGYAKARTA**



Oleh :

Nazala Nur Zukhrufiana

NIM: 19204090018

TESIS

Diajukan kepada Program Magister (S2)

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar

Magister Pendidikan (M.Pd)

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nazala Nur Zukhrufiana, S.Sos**
NIM : 19204090018
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 26 Juli 2021

Penulis



Nazala Nur Zukhrufiana, S.Sos.
NIM. 19204090018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nazala Nur Zukhrufiana, S.Sos.**
NIM : 19204090018
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Juli 2021

Penulis



Nazala Nur Zukhrufiana, S.Sos
NIM. 19204090018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERHIJAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazala Nur Zukhrufiana, S.Sos.
NIM : 19204090018
Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga

Dengan ini saya menyatakan tidak akan menuntut (atas photo dengan menggunakan jilbab dalam Ijazah Strata II (S2) saya kepada pihak:

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga

Jika suatu hari nanti terdapat instansi yang menolak Ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Terimakasih.

Yogyakarta, 26 Juli 2021

Penulis



Nazala Nur Zukhrufiana, S.Sos.
NIM. 19204090018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamualaikum warahmatullahi wabaraakaatuh.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM MELALUI KEGIATAN NON AKADEMIK DI SMP IT ABU BAKAR YOGYAKARTA

Yang ditulis oleh:

Nama : Nazala Nur Zukhrufiana
NIM : 19204090018
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Magister (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.).

Wassalamualaikum warahmatullahi wabaraakaatuh.

Yogyakarta, 1 Agustus 2021
Pembimbing


Dr. H. Karwadi, S.Ag, M.Ag.
NIP. 197103151998031004

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis berjudul : **Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Melalui Kegiatan Non Akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta**

Nama : Nazala Nur Zukhrufiana

NIM : 19204090018

Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam

Telah disetujui tim penguji munaqosyah

Pembimbing/ Ketua : Dr. H. Karwadi, S.Ag, M.Ag ()

Penguji I : Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si ()

Penguji II : Dr. H. Sumedi, M.Ag ()

Diajukan di Yogyakarta, pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Agustus 2021

Waktu : 10.00-11.00 WIB

Hasil : A- (Lulus)

Nilai : Memuaskan/ Sangat Memuaskan/ Cumlaude*

*coret yang tidak perlu

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2201/Un.02/DT/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN
CITRA LEMBAGA MELALUI KEGIATAN NON AKADEMIK DI SMP IT ABU
BAKAR YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NAZALA NUR ZUKHRUFIANA, S.SOS
Nomor Induk Mahasiswa : 19204090018
Telah diujikan pada : Kamis, 12 Agustus 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. Karwadi, S.Ag, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 611a07089b42e



Penguji I

Prof. Dr. H. Hamruni, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6124eeeb3fc2



Penguji II

Dr. H. Sumedi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 611fb84b88a88



Yogyakarta, 12 Agustus 2021
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6125a70bddb25

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقَنَهُ

“Allah ‘azza wa jalla menyukai jika salah seorang di antara kalian melakukan suatu amal secara *itqan* (tekun, rapi dan teliti).”

(HR. Al-Baihaqi)¹



¹ Rahmat Hidayat dan Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Al-Qur'an Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, (Medan: LPPPI, 2017), hlm.170.

PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk almamater tercinta

prodi Magister Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Nazala Nur Zukhruffiana, NIM. 19204090018. Manajemen Pemasaran jasa Pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta. Tesis. Yogyakarta: Program Magister Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2021.

Penelitian ini mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik, mulai dari strategi pemasaran yang digunakan, dampak strategi manajemen pemasaran terhadap citra lembaga pendidikan dan kunci keberhasilan. Secara teoritis penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran atau informasi bagi jurusan Manajemen Pendidikan Islam dan referensi bagi stakeholder pada umumnya dibidang manajemen pemasaran jasa pendidikan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini ialah wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan analisis data flow model yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: **Pertama**, manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik dilaksanakan dengan menerapkan strategi manajemen pemasaran yaitu: (1) perencanaan (*planning*) dengan menetapkan visi, misi dan tujuan pendidikan kemudian melakukan identifikasi pasar, segmentasi pasar dan positioning, serta diferensiasi produk. (2) pengorganisasian (*organizing*) dilaksanakan dengan membagi tugas-tugas yang ada kepada sumber daya pendidik. (3) pergerakan (*actuating*), dengan melaksanakan program yang telah direncanakan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Kemudian yang terakhir yaitu (4) pengendalian (*controlling*). **Kedua**, manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta terbukti dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik, diantaranya ialah: (1) Meningkatnya kepercayaan masyarakat. (2) terjalinnya kerjasama yang baik antara sekolah dan orang tua sebagai pengguna jasa pendidikan. (3) Banyaknya tamu untuk studi banding. **Ketiga**, kunci keberhasilan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta adalah: (1) produk yang dimiliki cukup bervariasi. (2) banyaknya prestasi yang diraih baik dalam bidang akademik dan bidang non akademik. (3) SMP IT Abu Bakar Yogyakarta berusaha untuk menjaga komunikasi yang baik dengan pengguna jasa pendidikan dan (4) sarana pendidikan yang memadai.

Kata Kunci: Manajemen, Pemasaran Jasa Pendidikan, Citra Lembaga Pendidikan, kegiatan non akademik

ABSTRACT

Nazala Nur Zukhrufiana, NIM. 19204090018. Marketing Management of Educational services in improving the image of educational institutions through non-academic activities at SMP IT Abu Bakar Yogyakarta. Thesis. Yogyakarta: Master Program of the Faculty of Tarbiyah and Teacher Training at the State Islamic University of Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2021.

This study examines problems related to marketing management of educational services in improving the image of Islamic educational institutions through non-academic activities, starting from the marketing strategy used, the impact of marketing management strategies on the image of educational institutions and the key to success. Theoretically, this research is expected to be a contribution of thought or information for the Department of Islamic Education Management and a reference for stakeholders in general in the field of marketing management of educational services. This type of research is a field research (field research), which is qualitative descriptive. Data collection methods in this study are interviews, observation and documentation. The data analysis uses data flow model analysis, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The validity of the data was tested by triangulation of sources and triangulation of techniques.

The results of this study indicate that: **First**, the marketing management of educational services in improving the image of educational institutions through non-academic activities is carried out by implementing marketing management strategies, namely: (1) planning by establishing the vision, mission and goals of education and then identifying the market, market segmentation and positioning, and product differentiation. (2) organizing (organizing) is carried out by dividing the existing tasks to educator resources. (3) actuating, by implementing a planned program using a marketing mix strategy. Then the last one is (4) controlling. **Second**, the marketing management of educational services at SMP IT Abu Bakar Yogyakarta is proven to have a positive impact in improving the image of Islamic educational institutions through non-academic activities, including: (1) Increasing public trust. (2) the establishment of good cooperation between schools and parents as users of educational services. (3) The number of guests for comparative studies. **Third**, the keys to the success of marketing management of educational services in improving the image of Islamic educational institutions through non-academic activities at SMP IT Abu Bakar Yogyakarta are: (1) the products they have are quite varied. (2) the number of achievements in both the academic and non-academic fields. (3) SMP IT Abu Bakar Yogyakarta strives to maintain good communication with users of educational services and (4) adequate educational facilities.

Keywords: *Management, Marketing of Educational Services, Image of Educational Institutions, non-academic activities*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamiin, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan kemudahan sehingga dapat terselesaikannya penulisan tesis yang berjudul Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam melalui Kegiatan Non Akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarganya, para sahabatnya serta kita para pengikutnya semoga senantiasa mendapat syafaatnya.

Akhirnya dengan penuh kerendahan hati serta kesadaran diri, peneliti sadar bahwa penulisan tesis ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Hj. Sri Sumami, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. H. Karwadi, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Tesis, terimakasih saya haturkan atas kesabaran dan ketulusannya dalam membimbing dan memberikan ilmu serta masukan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat sehingga tesis ini dapat terselesaikan.

4. Dr. Nur Saidah, S.Ag., M.Ag selaku Sektretaris Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam.
5. Dr. Sedyanta Santosa, SS., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan dukungan dalam proses perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan ilmu, motivasi serta bimbingannya selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staf Tata Usaha dan Karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan khususnya Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam.
8. Kepala sekolah dan keluarga besar SMP IT Abu Bakar Yogyakarta yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini.
9. Kedua orangtua tercinta yaitu Bapak Mutasor dan Ibu Istikhasanah. Terimakasih untuk kasih sayang, semangat dan dukungannya yang tak terhingga serta doa yang senantiasa dipanjatkan tanpa henti untuk kesuksesan putrinya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemuliaan di dunia dan di akhirat bagi keduanya.
10. Adikku Fadhlan Nurul Ilmi yang selalu menjadi penyemangat untuk menjadi teladan yang baik dan memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan tugas tesis.
11. Keluarga Manajemen Pendidikan Islam 2019 yang telah kebersamai dalam suka dan duka dari awal proses perkuliahan hingga saat ini.

12. Seluruh pihak yang ikut berperan dan berpartisipasi dalam penyelesaian tesis ini.

Peneliti berharap, semoga tesis ini dapat bermanfaat untuk semua pihak, peneliti maupun pembaca, dan semoga semua bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan dapat diterima sebagai amal kebaikan oleh Allah SWT. selanjutnya peneliti sadar bahwa tesis ini sangat jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat menerima kritik dan saran untuk penulisan yang lebih baik dimasa mendatang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan atas karya ini. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 07 Juni 2021

Penulis,


STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Nazala Nur Zukhrufiana
19204090018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN BERHIJAB	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TESIS	vi
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penulisan.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka	7
F. Metode Penelitian	12
G. Sistematika pembahasan	18
BAB II KAJIAN TEORI	21
A. Konsep Manajemen	21
1. Pengertian Manajemen.....	21
2. Fungsi Manajemen	22

B. Konsep Pemasaran Jasa Pendidikan.....	24
1. Pengetian Pemasaran Jasa Pendidikan	24
2. Karakteristik Jasa Pendidikan	26
3. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	27
4. Elemen Pokok Jasa Pendidikan.....	29
C. Citra (<i>image</i>) Lembaga Pendidikan Islam	33
1. Pengertian Citra (<i>image</i>) Lembaga Pendidikan Islam	33
2. Faktor-Faktor yang menciptakan Citra	35
D. Konsep Kegiatan non Akademik	37
1. Pengertian Kegiatan non Akademik	37
2. Jenis-Jenis Kegiatan non Akademik	38
 BAB III GAMBARAN UMUM SMP IT ABU BAKAR YOGYAKARTA	
A. Letak Geografis	40
B. Sejarah Berdirinya SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.....	40
C. Visi, Misi dan Tujuan Pendidikan.....	42
D. Struktur Organisasi	44
E. Sarana dan Prasarana	51
F. Data Siswa	56
G. Prestasi	57
 BAB IV PENINGKATAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MELALUI KEGIATAN NON AKADEMIK	
60	
A. Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta....	60
B. Dampak strategi pemasaran jasa pendidikan terhadap citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta....	101
C. Kunci keberhasilan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.....	108
 BAB V PENUTUP.....	
112	
A. Kesimpulan	112
B. Saran	114
 DAFTAR PUSTAKA	115
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	118

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 123



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Guru SMP IT Abu Bakar Yogyakarta	46
Tabel 3.2 Daftar Staf dan Karyawan.....	49
Tabel 3.3 Daftar Musyrif-Musyrifah Program Boarding School.....	50
Tabel 3.4 Daftar Sarana dan Prasarana	52
Tabel 3.5 Data Siswa Tahun Ajaran 2020/2021	56
Tabel 4.1 Program Sekolah.....	70
Tabel 4.2 Sarana dan Prasarana	93
Tabel 4.3 Jumlah Pendaftar di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.....	103



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Data Jumlah Pendaftar (Calon Siswa Baru) di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta Tahun 2014-2020	5
Gambar 1.1 Analisis Flow Model	16
Gambar 1.2 Triangulasi Sumber Data.....	18
Gambar 1.3 Triangulasi Teknik	19
Gambar 2.1 Proses Manajemen.....	22
Gambar 4.1 Jadwal Ekstrakurikuler dan Komunitas.....	80
Gambar 4.2 Biaya Pendidikan di SMP IT Abu Bakar Tahun Ajaran 2021/2022.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dikenal dengan sebutan kota pelajar. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya lembaga pendidikan mulai dari taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah menengah hingga perguruan tinggi yang tersebar di seluruh wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun jumlah sekolah yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tahun 2020 yaitu 5439 unit.²

Dari data yang dihimpun penulis, terdapat 550 unit sekolah menengah pertama yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan rincian 246 unit SMP Negeri dan 304 unit SMP Swasta. Dari data tersebut terlihat jelas bahwa jumlah SMP Swasta lebih mendominasi. Maka seiring berjalannya waktu banyak masyarakat calon wali siswa yang memilih menyekolahkan anaknya ke SMP Swasta karena berbagai faktor. Persaingan sekolah swasta semakin ketat dan setiap lembaga pendidikan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas lembaganya.

Dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan, sebuah lembaga harus memiliki strategi dan harus mampu menciptakan citra (*image*) yang positif di hati masyarakat dan calon pengguna jasa pendidikan supaya masyarakat bisa memberikan keputusan untuk mendaftarkan putra-putrinya pada lembaga pendidikan tersebut dan ikut berpartisipasi

²bappeda.jogjaprovo.go.id, Jumlah Sekolah daerah DIY, diakses pada tanggal 13 Januari 2021 pukul 14.06.

terhadap pengembangan lembaga pendidikan tersebut. Citra (*image*) dalam lembaga pendidikan Islam dapat diartikan sebagai sebuah penilaian, anggapan, kesan yang didapatkan oleh calon pengguna jasa pendidikan di sekolah berbasis Islam, hingga pada akhirnya memunculkan perilaku, sikap serta kesan yang baik terhadap lembaga pendidikan Islam.³

Dalam membentuk citra (*image*) sebuah lembaga pendidikan harus memiliki strategi, salah satu strateginya ialah menggunakan manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran menurut Basu Swastha merupakan sistem dari kegiatan bisnis umum yang berfokus pada perencanaan, penetapan harga, aktivitas promosi dan pendistribusian jasa, gagasan kepada target pasar agar tercapai tujuan organisasi.⁴

Manajemen pemasaran tidak hanya digunakan pada organisasi dan lembaga komersial, namun juga digunakan pada lembaga dan organisasi nirlaba. Sehingga istilah *marketing* (pemasaran) dewasa ini telah berkembang pada semua bidang aktivitas manusia termasuk sektor pendidikan.

Pendidikan memerlukan strategi yang baik untuk melakukan sistem pendidikan dengan memperhatikan keadaan yang ada, serta cara-cara untuk menghindari hambatan dan pelanggaran dalam prosesnya, termasuk faktor internal maupun faktor eksternal lembaga atau lingkungan pendidikan. Dalam menentukan strategi pendidikan sebuah lembaga juga harus melihat faktor pendukung yang dimiliki oleh lembaganya. Pada lembaga pendidikan faktor

³ Erwin Indrioko, Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam, *Jurnal Universum*, 9 (2), 2015, hlm. 267.

⁴ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), HLM. 18.

pendukung dalam manajemen pemasaran salah satunya ialah dari produk yang dimiliki oleh lembaga tersebut.

Produk yang dimiliki oleh lembaga pendidikan dapat dibagi menjadi program akademik dan non akademik. Melalui kegiatan non akademik suatu lembaga pendidikan dapat menjadikannya sebagai upaya atau salah satu strategi dalam membentuk citra lembaga, hal ini dikarenakan kegiatan non akademik atau lebih dikenal dengan kegiatan ekstrakurikuler berfungsi menjadi pelengkap dalam kegiatan belajar mengajar dan memberikan fasilitas untuk siswa memiliki nilai lebih selain pembelajaran akademik untuk kehidupan bermasyarakat dan menjadi ciri khas sebuah sekolah dan meningkatkan minat masyarakat sebagai calon pengguna jasa pendidikan.⁵

Dalam pengelolaan manajemen pemasaran jasa pendidikan yang disajikan dari sekolah kepada calon pengguna jasa diharapkan mampu menyakinkan masyarakat, agar masyarakat merasa berminat dan tertarik dengan konsep yang ditawarkan dan masyarakat pun akan memilih lembaga pendidikan tersebut sebagai sekolah bagi putra putrinya. Hal yang ditawarkan kepada masyarakat oleh lembaga pendidikan tersebut tentunya terkait dengan mutu pendidikan yang mencakup layanan intelektual secara menyeluruh dan komprehensif.

Dalam hal ini ditengah pergerakan pola pendidikan yang sangat cepat berganti membuat persaingan antar lembaga pendidikan sangat ketat, dan selalu berusaha untuk bersaing meningkatkan kualitas mutu lembaga

⁵ Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm., 166.

pendidikan. Dari 304 unit jumlah SMP Swasta yang tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta, SMP IT Abu Bakar Yogyakarta adalah sebuah SMP Swasta yang terletak di Kota Yogyakarta. SMPIT Abu Bakar Yogyakarta sebagai sebuah sekolah swasta di Kota Yogyakarta pada tahun 2019 mendapatkan prestasi sebagai sekolah swasta terbaik nomor satu di tingkat Kota Yogyakarta berdasarkan hasil rerata ujian nasional 86,84.⁶

SMP IT Abu Bakar Yogyakarta sebagai sekolah menengah pertama berbasis Islam, selain menjadi sekolah swasta terbaik di tingkat Kota Yogyakarta Tahun 2019 dalam perolehan ujian nasional juga kerap mendapatkan kejuaraan dalam berbagai perlombaan di Tingkat Kota, tingkat Provinsi maupun tingkat Nasional. Sehingga tidak heran jika SMP IT Abu Bakar menjadi salah satu pilihan sekolah swasta yang diminati di Yogyakarta. Hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah pendaftar setiap tahunnya. Berikut data jumlah pendaftar calon siswa baru di SMP IT Abu Bakar dalam bentuk grafik:

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁶ <https://jogja.tribunnews.com>, *Daftar 10 SMP Swasta Terbaik di DI Yogyakarta Peraih Nilai Tertinggi*, diakses 1 Desember 2020 pukul 15:19.

Grafik 1.1

Data Jumlah Pendaftar (Calon Siswa Baru) di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta Tahun 2014-2020



Sumber: Dokumen Pendaftaran SMP IT Abu Bakar Yogyakarta

Dari pemaparan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam terkait manajemen pemasaran pendidikan di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta. Hal ini dikarenakan pada unsur pemasaran pendidikan pasti terdapat strategi. Strategi memiliki makna sebagai sebuah cara yang efektif sebagai upaya dalam menggunakan sumber daya lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁷ dalam sebuah strategi terdapat sebuah taktik dan kunci keberhasilan sehingga menimbulkan dampak positif bagi lembaga pendidikan untuk dapat terus bersaing dalam meningkatkan citra lembaganya melalui

⁷ George R. Terry, Prinsip-Prinsip Manajemen, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 58.

kegiatan non akademik sehingga siswa dapat terus bersaing dalam berbagai kegiatan perlombaan. Penelitian ini penulis tuangkan dengan judul tesis “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam melalui Kegiatan Non Akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta ?
2. Apakah dampak strategi pemasaran jasa pendidikan terhadap citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta ?
3. Apakah kunci keberhasilan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.
2. Mengetahui dampak strategi pemasaran jasa pendidikan terhadap citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

3. Mengetahui kunci keberhasilan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi jurusan Manajemen Pendidikan Islam dan rujukan bagi stakeholder pada umumnya dibidang manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra di satuan lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik.

2. Secara Praktis

- a. Secara praktis dari hasil penelitian yaitu menggambarkan dengan lebih detail berkaitan dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.
- b. Memberikan informasi dan sumbangan dalam memaksimalkan peran ilmu manajemen pendidikan Islam.

E. Kajian Pustaka

Tujuan kajian pustaka ialah menunjukkan keaslian penelitian serta memberikan kejelasan dan batas-batas objek yang diteliti untuk menjadi pembeda dan membatasi penelitian tersebut dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut merupakan hasil penelusuran berkaitan dengan penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya, yaitu:

Tesis Yoga Anjas Pratama dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi di MAN 2 Sleman Yogyakarta” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan manajemen pemasaran pendidikan inklusif melalui media teknologi informasi di MAN 2 Sleman Yogyakarta. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran pendidikan inklusi di MAN 2 Sleman sudah berlaku seperti rancangan manajemen pemasaran, yaitu: (1) perencanaan (*planning*), identifikasi pasar, segmentasi dan positioning pasar, dan pembedaan produk (2) pengorganisasian, yaitu: kehumasan, (3) penggerakan, dengan membuat tim promosi sampai pemasaran jasa pendidikan inklusi, akan tetapi pemasaran yang dilaksanakan masih bersifat insidental (4) pengawasan atau pengendalian, berupa : pertemuan per minggu dan bulan. Selanjutnya pengelolaan pendidikan inklusi di MAN 2 Sleman telah dilakukan berdasarkan tahapan pelaksanaan inklusi yaitu: (1) perencanaan pendidikan inklusi, mencakup penetapan tujuan dan program yang akan dilaksanakan out (2) penyelenggaraan pendidikan inklusi yaitu: pimpinan pendidikan inklusi dan GPK (3) penyelenggaraan pendidikan inklusi mencakup pembelajaran kelas reguler (4) evaluasi inklusi e pendidikan, mencakup *controlling* dan pengawasan program dan pembelajaran. terakhir MAN 2 Sleman telah menggunakan sarana teknologi informasi dan komunikasi pada pelaksanaan pemasaran pendidikan inklusi, sebagai berikut: website Kemenag Sleman, website sekolah, website Kemenag DIY dan Facebook, YouTube, spanduk brosur, buletin, instragram, dan surat kabar.

Keempat, beberapa faktor yang memiliki pengaruh terhadap manajemen pemasaran pendidikan inklusi di MAN 2 Sleman, sebagai berikut: lingkungan ekonomi, lingkungan demografi, lingkungan teknologi, pemasaran perantara, perusahaan, pemasok, pelanggan, dan sebagainya.⁸

Tesis Afif Alfiyanto, dengan Judul “Manajemen Pemasaran Bersbasis Budaya Religius guna Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pendidikan di SD IT Luqman Al-Hakim Internasional Yogyakarta”. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa SDIT Luqman Al-Hakim melaksanakan manajemen pemasaran dengan basis budaya religius guna mengakomodir keperluan pelanggan pendidikan terkait dengan pendidikan untuk melahirkan generasi Islam yang berkarakter yang kuat, berprinsip, memiliki keilmuan, berperan pada kebajikan dunia, dan generasi Islam yang bertaqwa kepada Allah SWT serta berakhlak mulia. Ada 7 unsur yang dipakai dalam manajemen pemasaran, yaitu tarif, produk, lokasi, SDM, bukti fisik, promosi, proses. Selanjutnya penerapan budaya religius dilaksanakan oleh sekolah melalui dimensi tauhid, dimensi syariah, dimensi akhlak yang tertulis dalam visi misi, tujuan sekolah, kurikulum, program sekolah, dan pelaksanaan pembelajaran. kemudian dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa pendidikan di SDIT LHI dapat diketahui dari berbagai aspek, yaitu 1) meningkatnya jumlah pendaftar siswa baru pada tahun ajaran 2016/2017 terbuti dari penuhnya kuota 3 kelas dari tahun ajaran sebelumnya yaitu 2 kelas, 2) konsumen merekomendasikan calon pelanggan lain untuk membeli produk jasa yang

⁸ Yoga Anjas Pratama, Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi di MAN 2 Sleman Yogyakarta, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019).

sama tersebut 3) sebagian pengguna jasa melaksanakan pembelian kembali jasa pendidikan di SDIT LHI, yaitu dengan mendaftarkan anaknya yang lain ke sekolah tersebut dikarenakan sangat puas dengan layanan yang diberikan bertambah baik. 4) konsumen merasa ada peningkatan layanan yang diberikan sekolah sesuai tenaga, biaya, dan waktu yang diberikan pelanggan. Keempat, faktor pendukung pemasaran jasa pendidikan di SDIT LHI yaitu: a. penerapan kurikulum PHI, b. sumber daya pendidik yang berkompeten, c. sarana pendidikan yang lengkap, d. aktivitas promosi dengan berbagai strategi, e. mudah untuk diaksesnya lokasi sekolah, f. banyaknya prestasi yang diraih baik bidang umum dan keagamaan. Adapun faktor penghambatnya ialah: a. kurang pendaftar peserta didik karena SPP yang cukup mahal, b. guru dan karyawan berganti-ganti c. persaingan ketat antar sekolah d. kekurangan personel pada manajemen pemasaran e. berbeda dalam memahami tujuan sekolah antara pengelola dan orangtua.⁹

Tesis Eni Murwati dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo)” penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan Islam di MTs N Maguwoharjo serta prosesnya dan untuk mengetahui apa saja target yang ingin dicapai dalam proses manajemen pemasaran serta apa saja hambatan dalam pelaksanaan manajemen pemasaran. Temuan dalam penelitian ini ialah bahwa pelaksanaan manajemen pemasaran di MTs N Maguwoharjo menggunakan berbagai tahap

⁹ Afif Alfiyanto, *Manajemen Pemasaran Bersbasis Budaya Religius guna Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pendidikan di SD IT Luqman Al-Hakim Internasional Yogyakarta*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017)

yaitu perencanaan, kepemimpinan, penataan, dan pengawasan. Perencanaan pemasaran dilaksanakan dimulai dari penetapan tujuan, strategi yang digunakan dan kebijakan dan metode. Penataan dilakukan dengan membentuk struktur organisasi, pengendalian pemasaran dilakukan oleh kepala sekolah dan WAKA kesiswaan.¹⁰

Jurnal M. Munir yang berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik” penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran pendidikan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik. Jenis penelitian ini ialah deskriptif kualitatif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: manajemen pemasaran pendidikan ialah sebuah proses sosial serta mengatur dimana kelompok dan individu mendapat apa yang dibutuhkan oleh mereka serta diinginkan mereka melalui menciptakan dan saling bertukar dan pemanfaatan jasa (kualitas dan kuantitas sekolah atau lembaga pendidikan serta sistem pembelajaran yang sudah disajikan pada aktivitas promosi atau penjualan) menggunakan jasa pendidikan.¹¹

Jurnal Mustaqim dengan judul “Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam: Pondok Pesantren Amsilati Darul Falah Bangsri Jepara” penelitian tersebut bertujuan dalam mengetahui, apakah kunci kesuksesan dan metode pemasaran jasa pendidikan serta bagaimana impelementasinya pada pemasaran jasa pendidikan MI, MTS, MA di Pondok

¹⁰ Eni Murwati, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo)* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017)

¹¹ M. Munir, *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 1 No. 2, 2018, ISSN: 2622-6162.

Pesantren Darul Falah Bangsri Jepara. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: pimpinan pondok pesantren Darul Falah (pondok pesantren amtsilati) melaksanakan tiga cara, pertama dengan survey keperluan yang dibutuhkan santri yang merupakan calon konsumen berupa produk atau kitab yang sangat diperlukan oleh mereka. Para santri menjumpai kesukaran dalam mempelajari kitab kuning. Kedua menerbitkan buku khulasah (ringkasan) alfiyah yang selanjutnya dikenal dengan amtsilati. Jumlah ba'it (nazam) nya 184, yang termasuk inti dari 1000 ba'it kitab alfiyah, ketiga dengan memakai amtsilati sebagai ikon dalam memperkenalkan lembaga pendidikan Islam dengan keistimewaan berupa kemudahan dalam mempelajari ilmu nahwu dan sharaf dengan yang waktu yang cepat.¹²

Dari beberapa penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya tersebut, bahwa penelitian berjudul manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta belum pernah dilaksanakan sehingga penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam berkaitan dengan judul penelitian tersebut.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), mengacu kepada metode-metode penelitian yang sering disebut observasi ikusif,

¹² Mustaqim, *Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam: Pondok Pesantren Amtsilati Darul Falah Bangsri Jepara*.(Universitas Islam Negeri Walisongo: Jurnal Pendidikan Islam), Vol. 12 No. 1, 2018, ISSN: 2502-8057.

observasi langsung dan studi kasus (*case studies*).¹³ Ditinjau dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta-fakta serta karakteristik suatu bidang tertentu.¹⁴ Dalam hal ini berkaitan mengenai manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek

Subyek penelitian ini yaitu seseorang yang akan menjadi sumber data (narasumber) yang akan memberikan jawaban lisan sebagai data melalui wawancara maupun melalui angket sebagai jawaban tertulis.¹⁵ Maka, subyek dalam penelitian ini ialah yang seseorang dianggap paling mampu terkait penelitian manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta yaitu kepala sekolah SMP IT Abu Bakar Yogyakarta, wakil kepala sekolah serta sumber lainnya ialah staf guru dan wali siswa yang berada di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

¹³ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 160.

¹⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: UPI & UPT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 96.

¹⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik cet 11*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998) hlm. 114.

b. Obyek

Obyek penelitian ini adalah pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan metode untuk mengumpulkan hasil keterangan yang dilaksanakan melalui tanya jawab secara lisan dengan sepihak berhadapan muka, dan dengan tujuan serta arah yang telah ditentukan¹⁶ Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan wawancara model semiterstruktur dimana dalam praktiknya lebih bebas jika disamakan dengan wawancara terstruktur, yaitu dengan bertanya kepada narasumber melalui serangkaian pertanyaan yang semiterstruktur berkaitan dengan manajemen pemasaran dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

b. Observasi

Observasi ialah alat pengumpulan data, observasi-langsung dapat memberikan kontribusi yang akan berguna dalam pelaksanaan

¹⁶ Anas Sudjiono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 82.

penelitian deskriptif.¹⁷ Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode observasi dengan mengamati secara langsung terhadap objek penelitian yang berkaitan manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta yaitu dengan pengamatan yang dilakukan tanpa perantara terhadap objek yang diteliti oleh penulis.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah metode dalam mencari data terkait dengan variable maupun hal-hal yang mencakup transkrip, buku, catatan, surat kabar, majalah, dokumen, notulen rapat dan agenda.¹⁸ Metode ini digunakan dalam penelitian ini guna mendapatkan data yang berkaitan dengan dokumen, foto, profil SMP IT Abu Bakar Yogyakarta, dan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

4. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis data *flow* model Miles dan Hubberman dimana telah disebutkan dalam bukunya bahwa analisis data *flow* model terdiri dari beberapa tahap

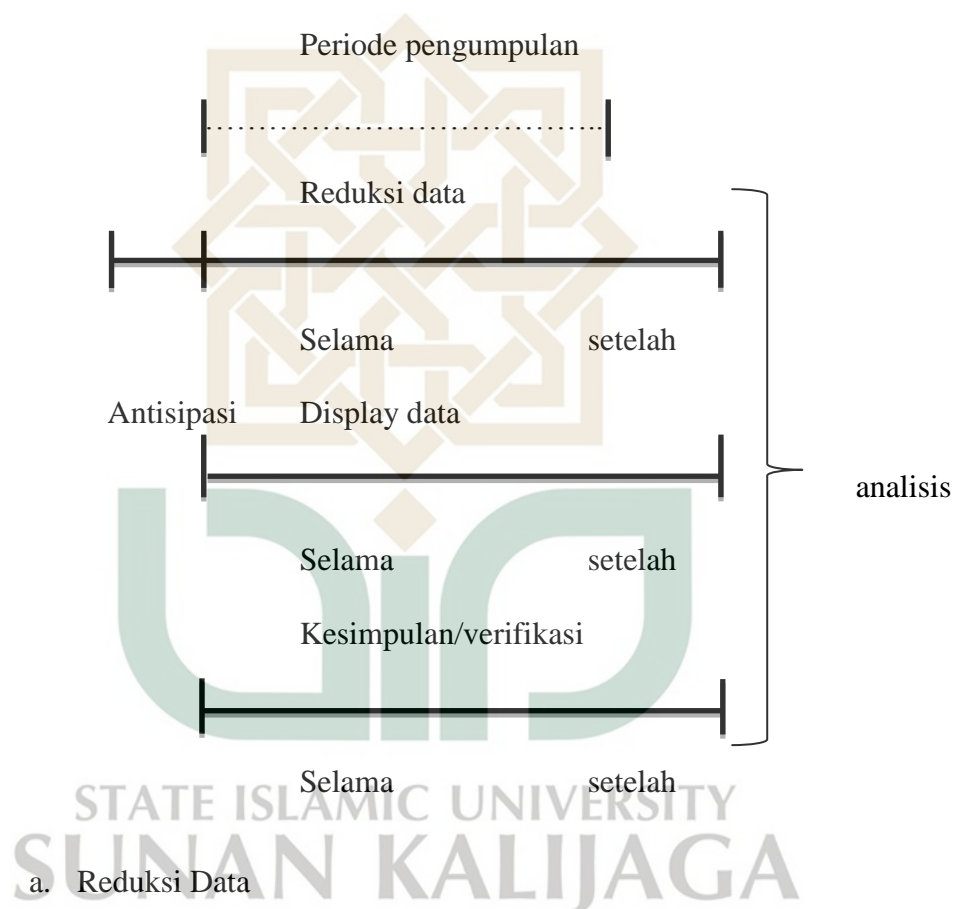
¹⁷ John. W. Best, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), hlm. 204.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2010), hlm. 204.

aktivitas yang terjadi secara bersamaan,¹⁹ berikut langkah-langkah merupakan analisis *flow* model ditunjukkan dalam gambar:

Gambar 1.1

Analisis *Flow* Model



a. Reduksi Data

Reduksi data dapat diinterpretasikan sebagai proses dalam memilah, memusatkan perhatian pada proses menyederhanakan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang didapatkan dari hasil catatan-catatan lapangan. Reduksi data adalah sebuah cara

¹⁹ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, (Jakarta: UI-Press, 1992), hlm.16-21.

analisis yang berfungsi menggolongkan, menajamkan, mengarahkan, membuang yang tidak diperperluan, dan mengorganisasikan data dengan metode sebaik mungkin sehingga dapat menarik dan memverifikasi hasil dari kesimpulan-kesimpulan terakhirnya.

Pada proses pelaksanaan reduksi data, penelitian ini fokus dalam mencari data terkait strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

b. Penyajian Data

Setelah melaksanakan reduksi data pada tahap sebelumnya, tahap yang selanjutnya ialah penyajian data. Data yang telah dihasilkan dari reduksi data selanjutnya didisplay dalam bentuk naratif, dan bisa juga berupa, matrik dan grafik. Pada tahap penyajian data, huruf kecil, huruf besar, dan angka disusun ke dalam susunan agar strukturnya dapat dengan mudah untuk dimengerti.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan reduksi data dan menyajikan data hasil penelitian maka tahap terakhir ialah penarikan kesimpulan dari data yang telah disajikan selanjutnya dibandingkan antar satu dengan yang lainnya agar dapat dengan mudah dalam penarikan kesimpulan dari permasalahan penelitian tersebut.

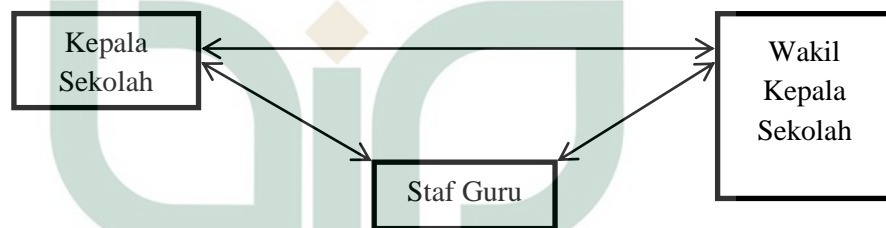
5. Uji Keabsahan Data

Dalam menguji kredibilitas data penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu:²⁰

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah didapatkan melalui berbagai sumber yaitu berdasarkan data dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, staf guru dan pihak-pihak terkait di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta. Berikut gambar triangulasi sumber:

Gambar 1.2 Triangulasi Sumber Data



b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik ialah teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan mencocokkan data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, dalam penelitian ini uji kredibilitas data dilakukan dengan wawancara dengan pihak SMP IT Abu Bakar Yogyakarta yaitu Kepala Sekolah, wakil kepala sekolah, staf guru dan pihak-pihak terkait, selanjutnya penulis melakukan

²⁰ Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung:Alfabeta, 2009). Hlm. 126-127.

observasi langsung di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta serta dokumentasi berupa foto dan arsip. Berikut gambar triangulasi teknik:

Gambar 1.3

Triangulasi Teknik Pengumpulan Data



G. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan dalam memahami permasalahan penelitian yang diuraikan secara runtut dan sistematis, penulis membagi pokok pembahasan menjadi lima bab. Hal ini diharapkan dapat memperjelas pada setiap permasalahan yang dikemukakan. Adapun perincian setiap bab sebagai berikut:

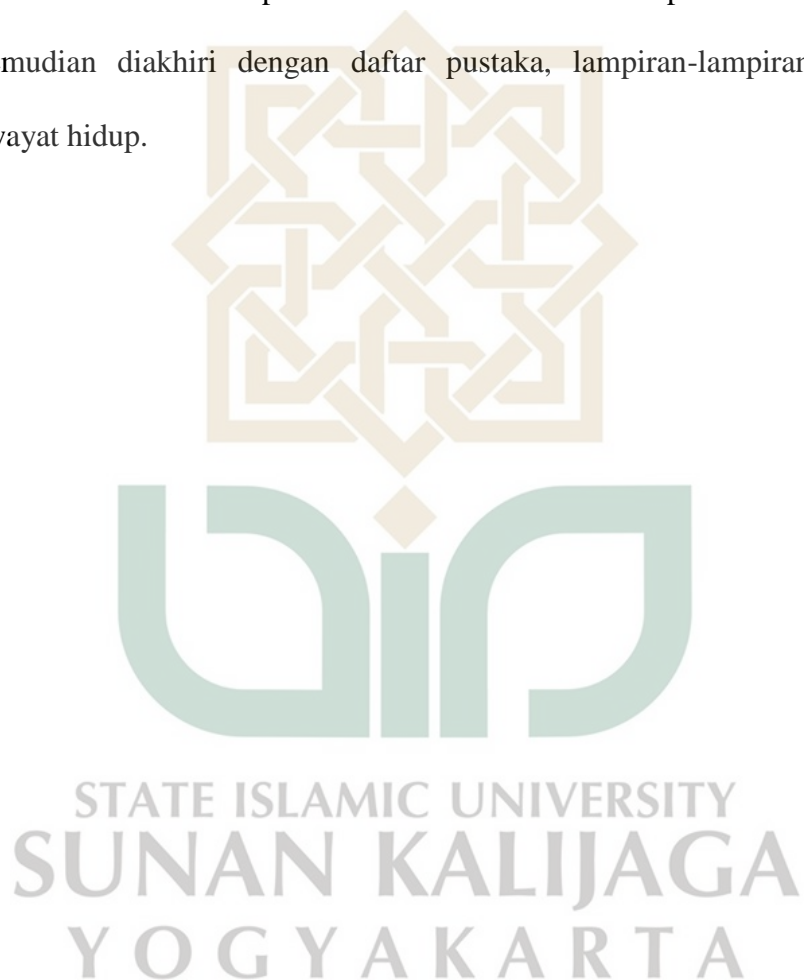
BAB I Pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teori. Bab ini berisi tentang kajian teori yang sesuai dengan judul penelitian.

BAB III Gambaran Umum. Bab ini membahas mengenai gambaran umum SMP IT Abu Bakar Yogyakarta yang meliputi lokasi, sejarah singkat, visi, misi, tujuan, struktur organisasi, keadaan sarana prasarana, data siswa dan prestasi.

BAB IV Pembahasan. Bab ini membahas hasil penelitian dan pembahasan terkait manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.

BAB V Penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Kemudian diakhiri dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan mengenai manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta dilaksanakan dengan menerapkan strategi manajemen pemasaran yaitu: (1) perencanaan (*planning*) dengan menetapkan visi, misi dan tujuan pendidikan kemudian melakukan identifikasi pasar, segmentasi pasar dan positioning, serta diferensiasi produk. SMP IT Abu Bakar memiliki produk program pendidikan boarding school dan fullday school serta memiliki produk kurikulum pendidikan yang terintegrasi dari kurikulum dinas pendidikan, kurikulum JSIT dan kurikulum pesantren. dan memiliki program kegiatan non akademik yang variatif dan berbeda dengan lembaga pendidikan yang lain. (2) pengorganisasian (*organizing*) di SMP IT Abu Bakar dilaksanakan dengan membagi tugas-tugas yang ada kepada sumber daya pendidik. (3) pergerakan (*actuating*), dalam hal ini SMP IT Abu Bakar Yogyakarta melaksanakan program yang telah direncanakan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 7 P yaitu yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi),

promotion (promosi), *people* (SDM), *process* (proses), *physical evidence* (bukti fisik). Kemudian yang terakhir yaitu (4) pengendalian (*controlling*), dalam hal ini SMP IT Abu Bakar selalu melakukan pengendalian dalam proses pelaksanaan dan melakukan evaluasi ketika suatu program telah terlaksana.

2. Manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta terbukti dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik, diantaranya ialah: (1) Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap SMP IT Abu Bakar Yogyakarta, yang dibuktikan dengan meningkatnya jumlah peminat dan pendaftar di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta pada setiap tahunnya.(2) terjalinnya kerjasama yang baik antara sekolah dan orang tua sebagai pengguna jasa pendidikan di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta serta masyarakat sekitar. (3) Banyaknya tamu untuk studi banding di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.
3. Kunci keberhasilan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan Islam melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta adalah: (1) produk yang dimiliki oleh SMP IT Abu Bakar Yogyakarta cukup bervariasi. (2) banyaknya prestasi yang diraih oleh SMP IT Abu Bakar Yogyakarta baik dalam bidang akademik dan bidang non akademik. (3) SMP IT Abu Bakar Yogyakarta berusaha untuk senantiasa menjaga komunikasi yang baik dengan pengguna jasa pendidikan dan masyarakat sekitar. (4) sarana

pendidikan yang memadai dalam menunjang kegiatan pembelajaran akademik dan non akademik menjadi salah satu kunci keberhasilan SMP IT Abu Bakar dalam manajemen pemasaran pendidikan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan dengan mempertimbangkan hasil penelitian di lapangan, maka penulis memberikan saran dalam pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan melalui kegiatan non akademik di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta, sebagai berikut:

1. Diharapkan tim PSB (penerimaan siswa baru) bagian promosi lebih memaksimalkan kembali penggunaan media internet dan lebih sering mengunggah kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh SMP IT Abu Bakar Yogyakarta khususnya kegiatan non akademik serta mengunggah prestasi terbaru di website maupun akun sosial media sekolah agar SMP IT Abu Bakar Yogyakarta dapat lebih dikenal dan mendapat citra baik di dalam negeri maupun luar negeri sehingga masyarakat akan lebih tertarik untuk mendaftarkan putra putrinya di SMP IT Abu Bakar Yogyakarta.
2. SMP IT Abu Bakar Yogyakarta diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas kegiatan-kegiatan non akademiknya dengan terus berinovasi dan menjadikan kegiatan non akademik menjadi program unggulan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik cet 11*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1998.
- Best, John. W. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Surabaya: Usaha Nasional, 1982.
- Farikhah, Siti, *Manajemen Lembaga Pendidikan*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015.
- Hidayat, Rahmat dan Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Al-Qur'an Tentang Manajemen Pendidikan Islam*, Medan: LPPPI, 2017.
- Laksana, Fajar, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Machali, Imam dan Ara Hidayat, *The Hand Book of Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/ Madrasah di Indonesia*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2016.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*, Jakarta: UI-Press, 1992.
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mutohar, Prim Masrokan, *Manajemen Pendidikan Substansi Inti Pengelolaan Lembaga Pendidikan*, IAIN Tulungagung Press, 2017.
- Prihatin, Eka, *Manajemen Peserta Didik*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Robbins, Stephen P. dan Mary Coulter, *Manajemen*, terj. Bob Sabran dan Devri Barnadi Putra, Jakarta: Erlangga, 2010.

Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.

Sudjiono, Anas, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif dan R&D, Bandung: Alfa Beta, 2010.

Sukmadinata, Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: UPI & UPT Remaja Rosdakarya, 2005.

Sulastri, Lilis, *Manajemen Sebuah Pengantar*, Bandung: La Goods Publishing, 2012.

Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publisihinnng Service), 2014.

Terry, George R., *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.

Wijaya, Candra dan Muhammad Rifa'I, *Dasar-Dasar Manajemen: Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien*, Medan: Perdana Publishing, 2016.

Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.

Karya Ilmiah (Jurnal, Tesis)

Alfiyanto, Afif, *Manajemen Pemasaran Bersbasis Budaya Religius guna Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pendidikan di SD IT Luqman Al-Hakim Internasional Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Indrioko, Erwin, *Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam*, *Jurnal Universum*, 9 (2), 2015.

Iqbal, Muhammad, "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, ISSN 2503-4383, Vol. 4. No. 1. 2019.

Munir, M. *Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 1 No. 2, 2018, ISSN: 2622-6162.

Murwati, Eni *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017)

Mustaqim, *Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam: Pondok Pesantren Amsilati Darul Falah Bangsri Jepara*.(Universitas Islam Negeri Walisongo: Jurnal Pendidikan Islam), ISSN: 2502-8057, Vol. 12 No. 1, 2018.

Pratama, Yoga Anjas, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Inklusif melalui Media Teknologi Informasi dan Komunikasi di MAN 2 Sleman Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Web

<https://jogja.tribunnews.com>., *Daftar 10 SMP Swasta Terbaik di DI Yogyakarta Peraih Nilai Tertinggi*, diakses 1 Desember 2020.

<http://bappeda.jogjaprovo.go.id/>., Jumlah Sekolah daerah DIY, diakses pada tanggal 13 Januari 2021.

<http://smpit-abubakar.sch.id>., Profil SMP IT Abu Bakar Yogyakarta, diakses pada tanggal 29 Mei 2021.