PERAN KOMITE SEKOLAH DALAM PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo)

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Mahen

D03214011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : MUHAMMAD MAHEN

NIM : D03214011

JUDUL : PERAN KOMITE SEKOLAH DALAM PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 6 Juli 2019

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
ADCAFAFF898828655
6000
ENAM RIBU RUPIAH

MUHAMMAD MAHEN

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh:

NAMA : MUHAMMAD MAHEN

NIM : D03214011

JUDUL : PERAN KOMITE SEKOLAH DALAM PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 5 Juli 2019

Pembimbing I,

Drs. Taufiq Subty. M.Pd.I
NIP.195506041983031015

Pembimbing II,

Dr. Lilik Huriyah. M.Pd.I
NIP.198002102011012005

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Muhammad Mahen ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Surabaya

Surabaya, 23 Juli 2019

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M.Ag, M.Pd.I

NIP.196301231993031002

Penguji I,

Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.

NIP. 196703111992031003

Penguji II,

Dra. Liliek Channa AW, M.Ag.

NIP. 195712181982032002

Penguji III,

Drs. Taufiq Subty. M.Pd.I

NIP.195506041983031015

Penguji IV,

Dr. Lilik Huriyah. M.Pd.I

NIP.198002102011012005

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Mahen

NIM : D03214011

Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan / Pendidikan Islam / Manajemen Pendidikan Islam

E-mail address : conk.mahend96@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (… …)
yang berjudul :

Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 23 Juli 2019

Penulis

(Muhammad Mahen)

ABSTRAK

Muhammad Mahen (D03214011), 2019, Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo), Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dosen Pembimbing I, Drs. Taufiq Subty, M.Pd.I dan Dosen Pembimbing II, Dr. Lilil Huriyah, M.Pd.I.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komite sekolah, strategi pemasaran lembaga pendidikan, dan peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek peneleitian ini adalah kepala sekolah, wakil kepala humas dan komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang mana fungsi daripada mereka adalah sebagai informan kunci. Objek penelitian ini adalah peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan. Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagai pemberi pertimbangan, pendukung, dan pengawas dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah. Selain itu, komite sekolah juga berperan dalam menjebatani komunikasi antara masyarakat sekolah dengan pihak pemerintah di sidoarjo. (2) Strategi pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sejauh ini sudah terselenggara, yang mana strategi yang digunakan oleh sekolah adalah melibatkan semua stakeholder yang ada disekolah, melakukan siaran melalui radio, dan promosi melalui sosial media. (3) Peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagai pemberi pertimbangan dalam perencanaan penyelenggaraan pemasaran lembaga pendidikan, membantu pendanaan kegiatan pemasaran, mengawasi keberlansungan kegiatan pemasaran, dan penyambung komunikasi kepada pihak pemerintah.

Kata kunci : ***peran, komite sekolah, strategi pemasaran,***

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK xi

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Fokus Penelitian 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 7

E. Definisi Konseptual 8

F. Keaslian Penelitian 12

G. Sistematika Pembahasan 14

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

A. Peran Komite Sekolah 16

B. Pemasaran Lembaga Pendidikan 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 51

B. Lokasi Penelitian 52

C. Sumber Data dan Informasi Penelitian 53

D. Cara Pengumpulan Data 55

E. Prosedur Analisis dan Interpretasi Data 57

F. Pengecekan Keabsahan Data 59

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek 65

B. Penyajian Data 86

C. Analisis Data 115

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 124

B. Saran 126

DAFTAR PUSTAKA 128

LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan lembaga pendidikan mengalami kemajuan yang pesat, apalagi semenjak diberlakukannya UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional yang merupakan landasan yuridis bagi pengelolaan pendidikan di Indonesia. Lembaga pendidikan berwenang mengelola pendidikan yang berlangsung dalam lembaga tersebut, termasuk dalam pengelolaan metode belajar, materi pembelajaran, kegiatan pengembangan siswa, dan kegiatan pemasaran lembaga pendidikan kepada masyarakat luas.[1]

Lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan dahulu hanya dipandang sebagai *seller's market*, calon peserta didik berlomba mendaftar kesekolah tampa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. Namun beberapa tahun ini, beberapa lembaga pendidikan mulai terasa kesulitan mencari calon peserta didik, masyarakat begitu cerdas memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan yang di inginkan.

Kemampuan berkompetesi menentukan lembaga pendidikan itu mampu bertahan atau tidak. Lembaga pendidikan yang tidak mempunyai daya saing ditinggalkan oleh pelanggannya. Daya saing ditentukan oleh

[1] Maskub Abrori, *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda*, Syamil 2015, Vol. 3 No. 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembelajaran yang berkualitas.[2] Di samping itu, tentu saja harus dikenalkan kepada masyarakat luas. Kemampuan administrator dalam memahami pemasaran pendidikan menjadi prasyarat dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.[3]

Pengelolaan lembaga pendidikan menjadi sangat penting, dimana pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan scaning lingkungan eksternal, competitor lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, harus menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan tampa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri.[4]

Sulit bagi organisasi untuk dapat hidup dengan baik jika tidak memeliki kemampuan mengubah diri dengan cepat dan mampu berkembang seiring dengan berbagai tuntutan stakeholder. Kondisi ini berlaku pada hamper seluruh organisasi yang bersifat profit maupun nonprofit.[5]

Hal ini juga berlaku dalam dunia pendidikan, walaupun lembaga pendidikan tidak termasuk lembaga profit. Pengelolaannya tidak dapat dilakukan secara tradisional, namun memerluka kemampuan khusus,

---

[2] Iwan Abdi, *Contextual Teaching and Learning (CTL) dalam Pembelajaran PAI*, Dinamika Ilmu, Vol. 11, 2014, 1.
[3] Yoyon Bahtiar Irianto, *Modul Pemasaran Pendidikan* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2011), 201.
[4] Tim Dosen Administrasi Pendidikan Uniersitas Pendidikan Indonesia, Manajemen Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2011) 330.
[5] Muhaimin, *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, cet. Ke-4 (Jakarta: Kencana Preneda Media Grub, 2012), 23.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga outputnya memiliki daya saing yang tinggi sesuai dengan yang diharapkan.

Pemasaran lembaga pendidikan sangatlah dibutuhkan sekali, karena:

1. Sebagai lembaga nonprofit yang bergerak dalam jasa pendidikan, disemua level jenjang pendidikan kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan pendidikan (peserta didik, orang tua, dan pihak-pihak terkait lainnya) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis
2. Kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita lakukan sungguh relevan dengan kebutuhan mereka
3. Kita perlu melakukan pemasaran pendidikan agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita lakukan dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat
4. Agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas dan pelanggan potensial. Dengan demikian, kegiatan pemasaran pendidikan bukan hanya sekedar kegiatan bisnis agar lembga pendidikan yang kita kelola mendapatkan peserta didik, melainkan juga merupakan bentuk tanggung jawab (*accountability*) kita

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepada masyarakat luas akan layanan jasa pendidikan yang telah, sedang dan akan kita lakukan[6]

Untuk memenangkan kompetisi sehingga dapat bertahan dan diterima oleh masyarakat maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Apalagi saat ini pradigma dalam memandang pendidikan mulai bergeser, yang awalnya pendidikan dilihat dan dikaji dari aspek sosial, sekarang orang melihat pendidikan lebih kepada sebuah corporate. Artinya lembaga pendidikan dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen.

Strategi tersebut diadopsi dari dunia bisnis, dimana istilah marketing terfokus pada sisi keputusan konsumen dengan memakai dasar pemikiran yang logis, jika konsumen tidak puas berarti marketingnya gagal. Dengan kata lain jika lembaga pendidikan yang memperoses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan *user education* sesuai need pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan eksis.[7]

Komite sekolah yang dibentuk untuk menunjang penyelenggaraan pendidikan di sekolah/madrasah mempunyai peran untuk meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan disekolah/madrasah. Selain itu, komite sekolah juga dibentuk untuk mewadahi dan meningkatkan partisipasi para stakeholder sekolah untuk turut merumuskan, menetapkan, melaksanakan, dan memonitor pelaksanaan kebijakan sekolah dan pertanggungjawaban

---

[6] David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah*, (Jurnal Pendidikan Penabur No 11/Tahun 2008), 42

[7] Sri Minanti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan secara Mandiri* (Yogyakarta: Ar Ruzz Media 2011), 370.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terfokus pada kualitas pelayanan terhadap peserta didik ecara profesional dan terbuka. Selain itu komite sekolah juga berfungsi untuk mewadahi partisipasi para stakeholder untuk ikut serta dalam merumuskan manajemen sekolah sesuai dengan tupoksinya mereka sendiri, baik itu berkenaan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program kerja sekolah secara professional untuk mewujudkan "Masyarakat Sekolah" yang mempunyai loyalitas tinggi terhadap peningkatan mutu sekolah.

Peran masyarakat dalam pendidikan harus ditigkatkan guna untuk menjamin keberadaan dan keberlangsungan lembaga sekolah, sehingga masyarakat bisa menilai dan mengontrol terhadap program kerja sekolah. Dari situ masyarakat akan lebih peduli dan akan mendukung program sekolah agar lebih bermanfaat bagi masyarakat, mulai dari membantu sumber dana, pembangunan fisik sekolah hingga pemasaran sekolah sekalipun.

Manajemen sekolah yang cenderung mengabaikan peran orang tua atau masyarakat akan menyebabkan sikap pasif orang tua atau masyarakat terhadap sekolah dan segala kepentingannya. Akibatnya desentralisasi pendidikan dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan peningkatan mutu pendidikan di Indonesia terhambat.

Memasuki era penerapan manajemen berbasis sekolah peran serta masyarakat ditingkatkan dan diperluas. Sebagian besar sekolah telah berhasil membentuk pengurus komite sekolah. Keberadaan komite sekolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam melaksanakan peananya sangat mendukung kelancaran aktifitas sekolah.

Komite sekolah merupakan inti penggerak dari pelaksanaan peran serta masyarakat dalam merancang program, mempertimbangkan, mendukung pelaksanaan, membantu pemasaran, mengawasi jalannya berbagai kegiatan pendidikan serta mediator bagi sekolah dengan masyarakat atau pemerintah.

SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo merupakan sekolah yang sudah menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk menarik calon peserta didik agar memilih untuk masuk kelembaga ini, salah satu strategi yang digunakan oleh mereka adalah melibatkan peran serta masyarakat dalam membantu pemasaran sekolah.

Peran serta masyarakat dalam membantu pemasaran SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ini juga tidak terlepas dari peran komite sekolah, selaku organisasi yang menjadi penyambung anspirasi masyarakat dengan sekolah, dengan adanya komite sekolah, di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo perkembangan jumlah siswa dari tahun ketahun di sekolah ini semakin bertambah.

Dari hasil pngamatan peneliti, di SMA Muhammdiyah 2 Sidoarjo, ada keunggulan tersendiri dalam penerapan pemasaran lembaga pendidikan, dan peran serta komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik sekali untuk menggali informasi lebih dalam lagi di sekolah ini, dengan melakukan penelitian di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekolah ini dengan judul "Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo)".

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang masalah diatas, penelitian ini fokus pada peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan. Adapun pertanyaan yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo?
2. Bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo?
3. Bagaimana peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
3. Untuk mengetahui peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Akademis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Sebagai sumbangan pemikiran dalam dunia penidikan khususnya bidang manajemen pemasaran pendidikan

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya umumnya dan khususnya kepada perpustakaan sebagai bahan bacaan yang bersifat ilmiah

2. Praktis

a. Untuk Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu suatu lembaga pendidikan dalam menentukan strategi pemasaran lembaga pendidikan sehingga membrikan efek positif dalam pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

b. Untuk Penulis

Hasil penilitian diharapkan bisa dijadikan sebagai ilmu yang berharga dalam kehidupan, dan dapat dijadikan acuan ketika terjun langsung di lembaga pendidikan.

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual atau definisi oprasional adalah hasil operasional, menurut Black dan Champion, untuk membuat definisi operasional adalah dengan memberi makna pada suatu konstruk atau variable dengan operasi atau kegiatan dipergunakan untuk mengukur konstruk atau variable.[8] Definisi konseptual ini diberikan guna menghindari adanya pembiasan

[8] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2009), 253.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makna. Maka dalam judul skripsi "Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan (Studi di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo)", maka peneliti memberikan definisi konseptual sebagai berikut:

1. Peran Komite Sekolah

   Istilah peran dalam kamus besar bahasa Indonesia mempunyai arti pemain sandiwara (film), tukang lawak pada permainan makyong, perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat.

   Peran merupakan tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh seseorang yang menempati suatu posisi didalam status sosial, syarat-syarat peran mencakup 3 hal, yaitu:

   a. Peran meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat
   b. Peran adalah suatu konsep perilaku apa yang dapat dilaksanakan oleh individu-individu dalam masyarakat sebagai organisasi. Peran juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial bermasyarakat
   c. Peran adalah suatu rangkaian yang teratur yang ditimbulkan karena suatu jabatan. Manusia sebagai makhluk sosial memeiliki kecenderungan untuk hidup berkelompok. Dalam kehidupan berkelompok tadi akan terjadi interaksi antara anggota masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang satu dngan anggota masyarakat yang lain. Tumbuhnya interaksi diantara mereka ada saling ketergantungan. Dalam kehidupan bermasyarakat itu muncullah apa yang dinamakan peran

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu sikap atau prilaku yang diharapkan oleh orang banyak atau kelompok terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu.

Komite sekolah merupakan badan mandiri yang mewadahi peran masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan dan efisiensi pengelolaan pendidikan, baik pada jenjang pendidikan pra skolah, jalur pendidikan sekolah maupun jalur pendidikan luar sekolah.[9]

Pembentukan komite sekolah, yang telah ditetapkan dalam keputusan mendiknas No.044/U/2002, juga merupakan amanat dari UU No. 25 Tahun 2000 tentang program pembangunan nasional (Propernas) 2000-2004, dimana dinyatakan bahwa sasaran yang akan dicapai dalam program pembinaan pendidikan dasar dan menengah di antaranya adalah terwujudnya manajemen pendidikan yang berbasis sekolah/masyarakat dengan mengenalkan konsep dan merintis pembentukan Dewan Sekolah di setiap kabupaten/kota, serta pemberdayaan dan pembentukan komite sekolah di setiap sekolah.

Adapun peran yang dijalankan komite sekolah adalah:

[9] Depdiknas, *Acuan Operasional dan Indikator Kinerja Komite Sekolah* (Jakarta 2004), 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pemberi pertimbangan (*advisory agency*) dalam penentuan dan pelaksanaan kebijakan pendidikan di satuan pendidikan
b. Pendukung (*supporting agency*), baik yang berwujud financial, pemikiran, maupun tenaga dalam menyelenggarakan pendidikan di satuan pendidikan
c. Pengontrol (*controlling agency*) dalam rangka transparansi dan akuntabilita dan keluaran pendidikan di satuan pendidikan
d. Mediator antara pemerintah (*eksekutif*) dengan masyarakat di satuan pendidikan

Jadi peran komite sekolah adalah sebuah usaha partisipasi dari komite sekolah dalam meningkatkan mutu pelayanan dan hasil pendidikan di sekolah.

2. Pemasaran Lembaga Pendidikan

Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Lembaga pendidikan adalah lembaga atau tempat berangsungnya proses pendidikan atau belajar mengajar yang dilakukan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu menuju kearah yang lebih baik melalui interaksi dengan lingkungan sekitar.

Pemasaran lembaga pendidikan adalah pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

misi-misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk stakeholder ataupun masyarakat sosial pada umumnya.[10]

Fungsi pemasaran lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga pendidikan dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada "konsumen" yang dalam hal ini konteksnya adalah siswa. Disinilah perlunya sekolah untuk mengetahui bagaimana caon siswa melihat sekolah yang akan dipilihnya.[11]

Jadi pemasaran lembaga pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.

Dengan demikian maksud dari judul "Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo" adalah sebuah penelitian yang berorientasi pada pasrtisipasi komite sekolah dalam membantu memasarkan lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

F. Keaslian Penelitian

Dari hasil pencarian beberapa studi pustaka yang dilakukan oleh peneliti, ada beberapa permasalahan yang menurut peneliti ada kesamaan dalam penyelesaian masalahnya, yakni:

---

[10] Muhaimin, *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya Dalam Penyusuran Rencana Pengembangan Sekolah/madrasah*, cet. Ke-4 (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2012), 98.
[11] Ibid, 101.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Jurnal Media Penelitian Pendidikan, Volume 2 Nomor 2 Desember 2008 yang membahas tentang "Peran Komite Sekolah SMP di Kota Semarang" oleh Suwarno Widodo, Senowarsito, Dias Andris Susanto, dan Ryky Mandar Sari. Dalam penelitian ini para penulis mengupas secara mendetail akan peran komite sekolah secara umum di SMP se Kota Semarang, yanga meliputi 1) Komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan terhadap program sekolah. 2) Komite sekolah sebagai pendukung pelaksanaan program kerja sekolah. 3) Komite sekolah sebagai pengontrol pelaksanaan program sekolah. 4) Komite Sekolah sebagai mediator antara masyarakat dan sekolah[12]

   Hal yang membedakan terletak pada objek permasalahan yang di teliti. Dalam penelitian ini objek nya lebih luas dan permasalahannya lebih umum.

   Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti objeknya lebih khusus dan permasalahannya juga lebih khusus, yakni peran komite sekolah dalam pemasaran Lembaga Pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

2. Jurnal Manajer Pendidikan, Volume 9, Nomor 2, Maret 2015 yang membahas tentang "Peran Komite Sekolah Dalam Pembiayaan Pendidikan" oleh Nili Hayani. Dalam penelitian ini penulis mendiskripsikan tentang peran komite sekolah sebagai pendukung,

[12] Suwarno Widodo dkk, "*Peran Komite Sekolah SMP Di Kota Semarang*", Jurnal Media Penelitian Pendidikan, Volume 2 Nomor 2 (Desember 2008): 201-213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengontrol, pemberi pertimbangan dan penghubung antara sekolah dan masyarakat ditinjau dari pembiayaan pendidikan dan mendiskripsikan tentang kebijakan sekolah dalam mengatasi masalah pembiayaan pendidikan[13]

Hal yang membedakan adalah sasaran permasalahan yang di bahas, pada penilitian ini permasalahannya lebih kepada peran serta komite sekolah dalam pembiayaan pendidikan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah peran komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab Pertama pendahuluan, dalam bab ini meliputi latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, keaslian penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua kajian pustaka, dalam bab ini menjelaskan tentang teori dan rujukan yang digunakan sebagai pendukung skripsi ini, yaitu: 1) Komite sekolah. 2) Pemasaran lembaga pendidikan.

Bab ketiga metode penelitian, membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data dan informasi, cara

[13] Nili Hayani, "*Peran Komite Sekolah Dalam Pembiayaan Pendidikan*", Jurnal Manajer Pendidikan, Volume 9, Nomor 2, (Maret 2015): 315-327

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengumpulan data, prosedur analisis dan interpertasi data dan keabsahan data.

Bab keempat hasil penelitian dan pembahasan, di bab ini membahas tentang temuan dilapangan atau sering disebut dengan laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang subjek, penyajian data, dan analisis data tentang a) peran komite sekolah, b) strategi pemasaran lembaga pendidikan, c) peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Bab kelima penutup, bab ini membahas kesimpulan penelitian serta saran untuk peneliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Peran Komite Sekolah

1. Pengertian Komite Sekolah

Komite sekolah adalah sebuah nama baru yang mana pengganti dari badan pembantu penyelenggara pendidikan. Meskipun secara substansi istilah tersebut masih nampak sama, namun perbedaannya justru terletak pada peran masyarakat dalam mewujudkan dan mendukung mutu Pendidikan lebih dioptimalkan. Pada dasarnya, komite sekolah sendiri merupakan badan mandiri sebagai wadah peranan masyarakat untuk meningkatan pemerataan, mutu dan juga efisiensi pengelolahan dalam satuan pendidikan.[14]

Komite sekolah adalah badan mandiri yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan, dan efisiensi pengelolaan pendidikan disatuan pendidikan, baik pada pendidikan pra-sekolah, jalur pendidikan sekolah maupun jalur pendidikan diluar sekolah.[15]

Menurut Mahmuddin Mulis bahwa komite sekolah merupakan badan yang melakukan pengamatan terhadap berbagai hal tentang

[14] http:// seputarpendidikan003.blogspot.com/2013/10/komite-sekolah.html
[15] Depdiknas, *Acuan Operasional dan Indikator Kinerja Komite Sekolah* (Jakarta, 2004)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jalannya penyelenggaraan pendidikan secara visual maupun dari data-data yang terpampang disekolah.[16]

Partisipasi yang berlaku pada masyarakat kita, masih belum diartikan secara universal. Para perencana pembangunan mengartikan partisipasi sebagai dukungan terhadap rencana atau proyek pembangunan yang direncanakan dan ditentukan oleh pemerintahan. Ukuran partisipasi masyarakat diukur oleh berapa besar sumbangan yang diberikan masyarakat untuk ikut menanggung biaya pembangunan, baik berupa uang maupun tenaga yang diberikan kepada pemerintah. Partisipasi yang berlaku secara universal adalah kerjasama yang era tantara perencana dan rskyat dalam merencanakan, melaksanakan, melestarikan, dan mengembangkan hasil pembangunan yang telah tercapai.

Sebagai konsekuensi perluasan makna partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan pada tingkat satuan pendidikam, maka perlu dibentuk suatu wadah untuk menampung dan menyalurkannya yang diberi nama komite sekolah.

Istilah komite sekolah menurut Kepmendiknas disesuaikan dengan kondisi kebutuhan masing-masing satuan pendidikan seperti komite pendidikan, komite pendidikan luar sekolah, dewan sekolah, majelis sekolah, atau nama lain yang disepakati tetapi intinya merupakan suatu

[16] Sariaman Gultom, *Suatu Analisis Peran Komite Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMA Negeri Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu,* Hasil Penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

badan mandiri yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan, dan efisien pengelolaan pendidikan disuatu pendidikannya masing-masing.

Komite sekolah adalah nama badan yang berkedudukan pada satu satuan pendidikan, baik jalur sekolah maupun luar sekolah, atau beberapa satuan pendidikan yang sama disatu kompleks yang sama. Nama komite sekolah merupakan nama generic. Artinya, bahwa nama badan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing satuan pendidikan, seperti komite sekolah, dewan sekolah, majelis sekolah, majelis madrasah, komite TK, atau nama lainnya yang disepakati. Dengan demikian, organisasi yang ada tersebut dapat memperluas fungsi, peran, dan keanggotaannya sesuai dengan panduan ini atau melebur menjadi organisasi baru, yang bernama komite sekolah (SK Mendiknas Nomer 044/U/2002). Peleburan BP3 atau bentuk-bentuk organisasi lain yang ada di sekolah, kewenangannya akan berkembang sesuai kebutuhan dalam wadah komite sekolah.[17]

2. Tujuan Pembentukan Komite Sekolah

Komite Sekolah dibentuk berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 044/U/2002 dengan harapan agar masyarakat ikut serta mengambil bagian didalam meningkatkan mutu pendidikan. Salah satu tujuan pembentukan komite sekolah adalah meningkatkan tanggung jawab dan peran serta masyarakat dalam

[17] Susnadispd.blogspot.com/2011/06/*tupoksi-komite-sekolah*.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyelenggarakan pendidikan disuatu pendidikan. Hal ini, berarti peran serta masyarakat sangat dibutuhkan dalam peningkatkan mutu pendidikan, bukan hanya sekedar memberikan bantuan berwujud material saja, akan tetapi juga diperlukan bantuan yang berupa pemikiran, ide, dan gagasan inovatif demi kemajuan suatu sekolah.[18]

Komite Sekolah dibentuk dengan maksud agar ada suatu organisasi masyarkat sekolah yang konsen, komitmen, dan mempunyai loyalitas serta peduli terhadap peningkatan kualitas sekolah. Organisasi yang dibentuk ini dapat dikembangkan secara khas yang berakar dari budaya, demografis, ekologi, nilai kesepakatan, serta kepercayaan yang dibangun sesuai potensi masyarakat setempat. Oleh karena itu, komite sekolah yang dibangun dimanapun adanya harus merupakan pengembangan kekayaan filosofis masyarakat secara kolektif. Hal ini mengandung pengertian bahwa komite sekolah harus mengembangkan konsep yang berorientasi pada pengguna *(customer)* berbagai kewenangan *(power sharing and advocacy model)* dan kemitraan *(partnership model)* yang difokuskan pada peningkatan mutu pelayanan pendidikan.[19]

Pengembangan konsep yang berorientasi kepada pelanggan (*customer*) menekankan pada komite sekolah agar secara konsisten melakukan suatu perbaikan yang berkelanjutan untuk mencapai

[18] Madatuang, *Peran Komite Sekolah dalam implementasi Manajemen Berbasis Sekolah*, (Jurnal Komite Sekolah)
[19] M. Misbah, *Peran dan Fungsi Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan* (Jurnal Pemikiran Alternatif, Kependidikan Insanial/Vol.14/No. 1/Jan-Apr 2009/68-9), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebutuhan dan kepuasan pengguna/pelanggan. Oleh karena itu, institusi pendidikan memosisikan dirinya sebagai institusi jasa atau dengan kata lain menjadi industry jasa, yakni institusi yang memberikan pelayanan (*service*) sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna/pelanggan.[20]

Adapun tujuan dibentuknya komite sekolah sebagai suatu organisasi masyarakat sekolah-sekolah adalah:

a. Mewadahi dan menyalurkan aspirasi dan prakarsa masyarakat dalam melahirkan kebijakan operasional dan program pendidikan di satuan pendidikan
b. Meningkatkan tanggung jawab dan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan disuatu pendidikan
c. Menciptakan suasana dan kondisi transparan, akuntabel, dan demokratis dalam penyelenggaraan dan pelayanan pendidikan yang bermutu disuatu pendidikan[21]

3. Landasan Hukum Komite Sekolah

Dasar hukum yang digunakan sebagai pegangan dalam pembentukan dewan pendidikan dan komite sekolah, termasuk pelaksanaan program kegiatan sosialisasi dan fasilitas, adalah sebagai berikut:

[20] Edward Salis, *Total Quality Management in Education (Manajemen Mutu Terpadu Dalam Pendidikan)*, Terj. Ahmad Ali Riyadi & Fahrurozzi, (Yogyakarta, IRCiSod, 2006), 5.
[21] Paduan Umum Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah, *Lampiran II Kepuusan Menteri Pendidikan Nasional Nmor 044/U/2002 Tanggal 2 April 2002, 121.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang pemerintahan daerah
b. Undang-undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang program pembangunan nasional (Propenas) 2000-2004
c. Undang-undang Republik Indonesia nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidik nasional
d. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 044/U/2002 tentang dewan pendidikan dan komite sekolah
e. Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 tentang daerah otonom[22]

4. Fungsi Komite Sekolah

Adapun fungsi komite sekolah, sebagai berikut:

a. Mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
b. Melakukan kerjasama dengan masyarakat (perorangan, organisasi, dunia usaha, dan dunia industry) dan pemerintah berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
c. Menampung dan menganalisis aspirasi, ide, tuntutan, dan berbagai kebutuhan pendidikan yang diajukan oleh masyarakat
d. Memberikan masukan, pertimbangan, dan rekomendasi kepada satuan pendidikan mengenai:

[22] Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah, *Acuan Operasional dan Indikator Kinerja Komite Sekolah*, (Jakarta 2003), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Kebijakan dan program pendidikan
2) Rencana Anggaran Pendidikan dan Belanja Sekolah (RAPBS)
3) Kriteria kinerja satuan pendidikan
4) Kriteria tenaga kependidikan
5) Kriteria fasilitas pendidikan
6) Hal-hal lain yang terkait dengan pendidikan

e. Mendorong orang tua dan masyarakat berpartisipasi dalam pendidikan guna mendukung peningkatan mutu dan pemerataan pendidikan
f. Menggalang dana masyarakat dalam rangka pembiayaan penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan
g. Meletakkan evaluasi dan pengawasan terhadap kebijakan, program, penyelenggaraan, dan keluaran pendidikan disatuan pendidikan[21]

Dikutip dari artikel yang ditulis oleh Rahmat Hasbullah, adapaun fuangsi daripada komite sekolah adalah sebagai berikut:

a. Mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
b. Melakukan kerjasama dengan masyarakat (perorangan, organisasi, dunia usaha ataupun dunia industry (DUDI)) dan pemerintah berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
c. Memanmpung dan menganalisis anspirasi, ide, tuntutan, dan berbagai kebutuhan yang diajukan masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Memberikan masukan, pertimbangan, dan rekomendasi kepada satuan pendidikan mengenai: kebijakan dan program rencana pengembangan sekolah, rencana anggaran pendidikan dan belanja sekolah, kreteria tenaga kependidikan, dan kreteria fasilitas pendidikan[23]

Peran dan fungsi komite sekolah serta manifestasi sistem pendidikan yang demokratis (dimana pendidikan adalah milik rakyat, dari dan untuk rakyat)[24] bisa dikatakan terlaksana, maka komite sekolah harus melakukan akuntabilitas sebagai berikut:

a. Komite sekolah menyampaikan hasil kajian pelaksana program sekolah kepada stakeholder secara periodic, baik yang berupa keberhasilan maupun kegagalan dalam pencapaian tujuan dan sasaran program sekolah
b. Menyampaikan laporan pertanggung jawaban bantuan masyarakat baik berupa materi (dana, barang tidak bergerak maupun bergerak), maupun non materi (tenaga, fikiran) kepada masyarakat dan pemerintah setempat[25]

Dengan adanya akuntabilitas kepada stakeholder maka kemajuan, keberhasilan serta kelebihan sekolah baik dalam proses pembelajaran maupun dalam sarana dan prasarana pendidikan dapat diketahui dan

[23] Rahmat Hasbullah, SE, M.Pd, *Efektifitas Peran Komite Sekolah Dalam Pengeolaan Bantuan Operasional Sekolah (BOS) di Kabupaten Karawang*, Artikel.
[24] H.A.R Tilaar, *Kekuasaan & Pendidikan* (Magelang: Indonesi Tera, 2003). 150
[25] Panduan Umum Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah, *Lampiran II Keputusan Menteri Pendidikan Nasioanal Nomor 044/U2002 Tanggal 2 April 2003*, 13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dinikmati Bersama. Hal ini berakibat kepada mereka sebagai pengguna/pelanggan (*customer*) jasa pendidikan maupun patner akan merasakan kepuasan terhadap pelayanan (*service*) sekolah tersebut.

Demikian sebaliknya, apabila sekolah terkait diketahui mengalami kemunduran, kegagalan serta kekurangan, maka dengan serta merta komite sekolah beserta stakeholder akan berusaha semaksimal mungkin untuk mencarikan solusi bersama-sama untuk kesuksesan dan kemajuan sekolah tersebut.

5. Anggota Komite Sekolah

Di era Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) di tuntut untuk membenahi pengelolaan pendidikan, selaras dengan tuntutan perubahan yang dilandasi oleh adanya kesepakatan, komitmen, kesiapan membangun budaya baru dan professional dalam mewujudkan "Masyarakat sekolah" yang memiliki loyalitas terhadap peningkatan mutu sekolah. Oleh karena itu, kenggotaan komite sekolah dapat melibatkan dua unsur, yakni unsur-unsur yang ada didalam masyarakat sekolah dan unsur dewan guru, yayasan/lembaga penyelenggaraan pendidikan serta badan pertimbangan desa.

Anggota komite sekolah dari unsur masyarakat berasal dari beberapa komponen, antara lain:

a. Perwakilan dari Orang tua/ wali siswa berdasarkan jenjang kelas yag dipilih secara demokrastis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Tokoh masyarakat (ketua RT/RW/RK, kepala dusun, ulama, budayawan, dan pemuka adat)
c. Masyarakat yang mempunyai perhatian atau dijadikan figure dan mempunyai perhatian untuk meningkatkan mutu pendidikan
d. Pejabat pemeritahan setempat (Kepala Desa/Lurah, Kepolisian, Koramil, Depnaker, Kadin, dan instansi lain)
e. Dunia usaha/industri (Pengusaha industri, jasa, asosiasi, dan lain-lain)
f. Pakar pendidikan yag mempunyai perhatian pada peningkatan mutu pendidikan
g. Organisasi profesi tenaga pendidikan (PGRI, ISPI, dan lain-lain)
h. Perwakilan siswa bagi tingkat SLTP/SMU/SMK yang dipilih secara demokrasi bedasarkan jenjang kelas
i. Perwakilan forum alumni SD/SLTP/SMU/SMK yang telah dewasa dan mandiri

Sedangkan anggota komite sekolah yang berasal dari unsur dewan guru, yayasan atau lembaga penyelenggara pendidikan adalah badan pertimbangan desa, jumlah maksimalnya adalah tiga orang.

Jumlah keseluruhan anggota komite sekolah minimal sembilan orang dan jumlahnya harus gasal. Adapun syarat-syarat, hak, kewajiban, dan masa keanggotaan komite sekolah ditetapkan di dalam AD/ART.[26]

[26] Ibid, 14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Pengurus Komite Sekolah

Berdasarkan AD/ART pengurus komite sekolah terdiri atas serang ketua, sekretaris, bendahara, dan bidang-bidang yang ditentukan sesuai kebutuhan. Pengurus komite sekolah dipilih dari dan oleh anggota secara demokrasi. Khusus jabatan ketua komite sekolah bukan berasal dari kepala satuan pendidikan. Jika diperlukan dapat diangkat petugas khusus yang menangani urusan administrasi komite sekolah dan bukan dari pegawai sekolah, berdasarkan kesepakatan rapat komite sekolah.

Penetapan pengurus komite sekolah berdasarkan kreteria sebagai berikut:

a. Dipilih dari dan oleh anggota secara demokrasi dan terbuka dalam musyawarah komite sekolah
b. Masa kerja ditetapkan oleh musyawarah komite sekolah
c. Jika diperlukan pengurus komite sekolah dapat menunjuk atau dibantu oleh tim ahli sebagai sebagai konsultasi sesuai dengan bidang keahliannya

Adapun mekanisme kerja pengurus komite sekolah diidentifikasikan sebagai berikut:

a. Pengurus komite sekolah yang terpilih bertanggung jawab terhadap musyawarah anggota sebagai forum tertinggi sesuai AD/ART

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Program kerja pengurus komite sekolah disetujui melalui musyawarah anggota yang berfokus pada peningkatan mutu pelayanan pendidikan peserta didik

c. Apabila dalam masa jabatannya pengurus komite sekolah terpilih dinilai tidak produktif, maka musyawarah anggota dapat memberhentikan dan menggatinya dengan kepengurusan yang baru

d. Pembiayaan operasional kepengurusan komite sekolah diambil dari anggaran komite sekolah yang ditetapkan melalui musyawarah[27]

7. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Komite Sekolah

Komite sekolah sebagai sebuah organisasi wajib hukumnya memiliki Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga (AD/ART). Hal ini dimaksudkan agar organisasi ini mempunyai suatu pijakan dalam menjalankan roda organisasi yang mana AD/ART ini sudah disepakati dan ditetapkan bersama oleh anggota dan pengurus komite sekolah.

Anggaran Dasar sekurang-kurangnya memuat:

a. Nama dan tempat kedudukan

b. Dasar, tujuan, dan kegiatan

c. Keanggotaan dan kepengurusan

d. Hak dan kewajiban anggota dan pengurus

e. Keuangan

[27] Ibid 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. Mekanisme kerja dan rapat-rapat

g. Perubahan AD/ART serta pembubaran organisasi

Adapun anggaran rumah tangga sekurang-kurangnya memuat:

a. Mekanisme pemilihan dan penetapan anggota dan pengurus komite sekolah

b. Rincian tugas komite sekolah

c. Mekanisme rapat

d. Kerjasama dengan pihak lain

e. Ketentuan penutup[28]

8. Peran Komite Sekolah

Komite sekolah adalah salah satu unsur yang terlibat aktif dalam setiap kegiatan sekolah, yang mana komite sekolah bergerak untuk membantu pihak sekolah apabila pihak sekolah tidak memanfaatkan keberadaanya. Pasang surut perkembangan penyelenggaraan pendidikan jalur dan jenis sekolah, tidak bisa dilepaskan dari peran dan partisipasi masyarakat, khususnya orang tua peserta didik dan keberadaan komite sekolah.

Komite sekolah merupakan forum resmi untuk mengakomodir dalam membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan sekolah dan berfungsi sebagai wadah daripada "stakeholder" dalam menjalankan tugasnya untuk membantu sekolah dalam meningkatkan kinerja untuk terwujudnya layanan pendidikan dan hasil belajar yang bermutu.

[28] Ibid 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keputusan Menteri Pendidikan Nasioanal Nomor 044/U/2002 tanggal 2 April 2002 tentang pembentukan komite sekolah, menjelaskan bahwa acuan pembentukan komite sekolah adalah merupakan badan mandiri yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan dan efesiensi pengelolaan disatuan pendidikan baik pada pendidikan pra sekolah, jalur pendidikan sekolah maupun jalur pendidikan luar sekolah.

Untuk bisa mencapai tujuan tersebut, komite sekolah harus melaksanakan peran, tugas dan fungsinya secara maksimal melalui kebijakan, program kerja dan kegiatan operasioanal yang kreatif dan inovatif.[29]

UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan nasioanal, pasal 54 diamanatkan bahwa:

a. Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan
b. Masyarakat dapat berperan serta sebgai sumber, pelaksana, dan pengguna hasil pndidikan

Kelanjutan daripada pasar 54 diatas, mengatur bahwa peran dan pendidikan dan komite sekolah adalah:

[29] Sri Wardiah dkk, *Strategi Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*, (Jurnal Administrasi Pendidikan Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 3, No.2, Mei 2015), 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Masyarakat berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan pendidikan yang meliputi perencanaan, pengawasan, dan evaluasi program pendidikan melalui dewan pendidikan
b. Dewan pendidikan sebagai lembaga mandiri dibentuk dan berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan dengan memberikan pertimbangan, arahan dan dukungan tenaga, sarana, dan prasarana, serta pengawasan pendidikan ditingkat nasioanal, provensi, dan kabupataen/kota yang tidak mempunyai hubungan khirarkis
c. Komite sekolah sebagai lembaga mandiri dibentuk dan berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan dan memberikan pertimbangan, arahan, dan dukungan tenaga, sarana dan prasarana serta pengawasan pada tingkat satuan pendidikan[30]

Peran lain daripada komite sekolah adalah untuk mewadahi partisipasi para stakeholder untuk turut serta dalam manajemen sekolah sesuai dengan peran dan fungsinya. Berkenaan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program sekolah secara professional. Mewadahi partisipasi masyarakat baik secara individu ataupun kelompok sukarela (pemerhati atau pakar pendidikan) yang peduli terhadap kualitas pendidikan secara profesioanal selaras dengan kebutuhan sekolah. Disamping itu peran lain dari komite sekolah adalah menjadi jembatan

[30] http://mujtahid-komunitaspendidikan.blogspot.com/2010/05/*pemberdayaan-komite-sekolah*.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan turut serta memasyarakatkan kebijakan skolah kepada pihak-pihak yang mempunyai keterkaitan dan wewenang ditingkat pendidikan.

Menurut Hasbullah, peran komite sekolah adalah sebagai berikut:

a. Pemberi pertimbangan (*advisor agency*)
b. Pendukung (*supporting agency*)
c. Pengontrol (*controlling agency*)
d. Mediator antara pemerintah (*eksekutif*)[31]

Pemberi pertimbangan (*advisory agency*) dalam menentukan dan melaksanakan kebijakan pendidikan di tingkat satuan pendidikan, minimal dalam memberikan masukan, pertimbangan dan rekomendasi kepada satuan pendidikan. Agar masukan tersebut sesuai dengan kebutuhan satuan pendidikan, diperlukan informasi yang berdasarkan kepada kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

a. Mengadakan pendataan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan sumber daya pendidikan di masyarakat di sekitar sekolah
b. Menganalisa hasil pendataan sebagai bahan pemberi masukan, pertimbangan dan rekomendasi kepada sekolah
c. Menyampaikan masukan, pertimbangan atau rekomendasi secara tertulis kepada sekolah
d. Memberikan pertimbangan kepada sekolah dalam rangka pengembangan kurikulum

[31] Hasbullah, *Otonomi Pendidikan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo,2006), 92.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Memberikan pertimbangan kepada sekolah untuk meningakatkan mutu pembelajaran
f. Memberikan pertimbangan kepada sekolah untuk menyelenggarakan pembelajaran yang menyenangkan
g. Memberikan masukan dan pertimbangan kepada sekolah dalam menyusun visi dan misi, tujuan, kebijakan, program dan kegiatan pendidikan di sekolah
h. Memberikan masukan dan pertimbangan kepada sekolah dalam menyusun RAPBS

Pendukung (*supporting agency*) baik yang berwujud finansial, pemikiran, maupun tenaga dalam penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan, minimal dalam mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap terselenggaranya pendidikan yang bermutu, dalam bentuk kegiatan sebagai berikut:

a. Mengadakan pertemuan secara berkala dengan stakeholder di lingkungan sekolah
b. Mendorong peran serta masyarakat dan dunia usaha/industri untuk mendukung penyelenggaraan pembelajaran yang bermutu
c. Memotivasi masyarakat kalangan menengah ke atas untuk meningkatkan komitmennya sebagai upaya peningkatan mutu pembelajaran di sekolah
d. Mendorong orang tua dan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pendidikan, seperti: mendorong peran serta masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan dunia usaha/industri dalam menyediakan sarana/prasarana serta biaya pendidikan bagai masyarakat tidak mampu

Pengontrolan (*controlling agency*) dalam rangka transparansi dalam akuntabilitas penyelenggaraan dan keluaran pendidikan di satuan pendidikan. Minimal melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap kebijakan, program, penyelenggara, dan keluaran pendidikan. Dalam bentuk kegiatan-kegiatan sebgai berikut:

a. Meminta penjelasan kepala sekoah tentang hasil belajar siswa di sekolahnya
b. Menjadi penyebab keberhasilan belajar siswa, dan memperkuat berbgai hal yang menjadi keberhasilan belajar siswa

Mediator antara pemerintah (*eksekutif*) dengan masyarakat di lngkungan satuan pendidikan, seperti:

a. Melakukan kerjasama dengan masyarakat baik perorangan, organisasi pemerintah dan masyarakat untuk menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran yang bermutu
b. Menampung dan menganalisa anspirasi, ide, tuntutan dan berbagai kebutuhan pendidikan yang diajukan oleh masyarakat dalam bentuk: menyebarkan kuesioner untuk memperoleh masukan, saran, dan ide kreatif dari stakeholder pendidikan di sekitar sekolah dan menyampaikan laporan kepada masyarakat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara tertulis tentang hasil pengamatannya terhadap perkembangan pendidikan di sekitar sekolah[32]

Depdiknas dalam bukunya partisipasi masyarakat, menguraikan tujuh peran komite sekolah terhadap penyelenggaraan sekolah, yakni:

a. Membantu meningkatkan kelancaran penyelenggaraan kegiatan belajar mengajar di sekolah baik sarana, prasarana maupun teknis pendidikan
b. Melakukan pembinaan sikap dan prilaku siswa
c. Mencari sumber pendanaan untuk membantu siswa yang tidak mampu
d. Melakukan penilaian sekolah untuk pengembangan pelaksanaan kurikulum, baik intra maupun ekstrakurikuler dan pelaksanaan manajemen sekolah, kepala/wakil kepala sekolah, guru, siswa, dan karyawan
e. Memberikan penghargaan atas keberhasilan manajemen sekolah
f. Melakukan pembahasan tentang usulan Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja Sekolah (RAPBS)

[32] Departemen Pendidikan Nasioanal Direktorat Jendral Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Kegiatan Peningkatan Kegiatan dan Usaha Manajemen Pendidikan, *Pemberdayaan Komite Sekolah Mosdul 1: Penguatan Kelembagaan Komite Sekolah*, 2006, 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Meminta sekolah agar mengadakan pertemuan untuk kepentingan tertentu[33]

9. Strategi Komite Sekolah

Dalam menjalankan perannya, komite sekolah perlu menerapkan strategi – strategi tertentu supaya tugas dan fungsinya berjalan sesuai dengan yang di inginkan. Ada beberapa aspek yang perlu diterapkan strategi khusus oleh komie sekolah, yakni:

a. Aspek manajemen

Komite sekolah harus menjadi jembatan bagi masyarakat untuk menyampaikan perlunya keterlibatan masyarakat dalam artian masyarakat diberikan keleluasan untuk senantiasa mempunyai rasa memiliki dan tanggung jawab yang penuh terhadap berlangsungnya pendidikan.

b. Aspek sumber daya manusia (guru)

Komite sekolah sekolah harus mempunyai usaha untuk mengadakan study banding, mendelegasikan untuk mengikuti seminar dan pelatihan, serta memberikan tips pendidikan ringan.

c. Aspek Kurikulum

[33] Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jendral Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, *Partisipasi Masyarakat*, 2001, 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk masalah kurikulum, komite sekolah bekerjasama dengan jajaran dewan guru dalam menyusun kurikulum guna melihat kebetuhan siswa[34]

B. Pemasaran Lembaga Pendidikan

1. Pemasaran

Pada dasarnya, pemasaran merupakan istilah dalam dunia bisnis. Dalam konteks bisnis, pemasaran adalah suatu proses soisal dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendaptkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran.[35] Pemasaran juga dapat dimaknai suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memunkinkan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan mengembangkan hubungan pertukaran.[36]

Diera globalisasi yang sangat kompetitif ini, pemasaran diibaratkan sebagai denyut jantung bagi kelangsungan organisasi pendidikan yang bergerak dalam bidang layanan jasa, pemasaran harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyerahan barang dan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien.

---

[34] Sri Wardiah dkk, *Strategi Komite Sekolah Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Jurnal Administrasi Pendidikan Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 3, No.2, Mei 2015), 15.
[35] Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: STMG Desa Putra, 2002), 9.
[36] Ara Hidayat & Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*), Yogyakarta, Kaukaba, 2012), 229.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pengertian diatas, pemasaran menurut Philip Kotler merupakan suatu proses penukaran produk atau perpindahan hak milik, dalam hal ini adalah pertukaran benda-benda yang bernilai bagi manusia berupa barang dan jasa serta uang untuk kelangsungan hidupnya.

Sedangkan menurut Walker dan Larroche, pemasaran adalah suatu proses social yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan phak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. [37]

Jadi pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para produsen dalam mempertahankan kontiunitas usahanya untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya suatu usaha, tergantung keahlian mereka dalam pemasaran, produksi, maupun bidang lain, serta pada kemampuan produsen untuk mengkomunikasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi usaha dapat berjalan lancar.

2. Pemasaran Lembaga Pendidikan

Pada perkembangannya, istilah pemasaan tidak hanya dipakai oleh organisasi atau lembaga profit saja, akan tetapi diapakai pula oleh lembaga non profit. Artinya penggunaan istilah marketing saat ini sudah berkembang di segala sektor kegiatan manusia. Hal ini diungkap oleh

[37] Boyd, Walker dan Larreche. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua (Jakarta:Erlangga, 2000), 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Morris sebagaimana diutip oleh Muhaimin, bahwa dewasa ini tidak ada organisasi baik itu bisnis atau non bisnis yang tidak terlepas dari pemasaran (*marketing*), organisasi tersebut dapat memilih untuk mengerjakannya demi kebaikan organisasi atau meninggalkannya untuk kemunduran.[38]

Dalam konteks lembaga pendidikan, pemasaran adalah pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang senagaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutahan nyata baik itu untuk stakeholder ataupun rakyat sosial pada umumnya. [39]

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses social dan managerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika layanan pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus dimasa mendatang.[40]

---

[38] Muhaimin. *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah, cetakan ke 4* (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2012), 97.
[39] Muhaimin. *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, cetakan ke 4 (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2012), 98.
[40] Imam Machali, *The Handbook of Education Management* (Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Sunan Kalijaga, 20115)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada beberapa faktor yang mendorong untuk melakukan pemasaran Lembaga Pendidikan, seperti yang dikatakan oleh Lockhart, faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Meningkatnya kompetensi
b. Perubahan demografi
c. Ketidakpercayaan masyarakat
d. Penyelidikan media
e. Keterbatasan sumber daya[41]

Fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada "konsumen" yang mana dalam konteks sekolah disebut dengan siswa. Disinilah perlunya sekolah untuk mengetahui bagaimanakah calon siswa melihat sekolah yang akan dipilihnya.[42]

Pemasaran lembaga pendidikan merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk mempertahankan keberlangsungan, dan berkembangnya lembaga. kegiatan pemasaran pendidikan harus bisa memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya terus berjalan, agar konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap lembaga pendidikan.

---

[41] David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 2.
[42] Muhaimin. *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah, cetakan ke 4* (Jakarta: Kencana Preneda Media Group, 2012), 101.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian, jika lembaga pendidikan mencoba melaksanakan kegiatan pemasaran yang berorientasi pada konsumen, maka seluruh personel staff, baik guru maupun tenaga administrasi harus menghayati betul apa misi mereka dan apa bisnis mereka.

Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon siswa, orang tua siswa, dan masyarakat luas pada umumnya. Davies dan Ellison mengemukakan segmen pasar di sector pendidikan meliputi pasar internal dan eksternal. Pasar internal meliputi pengelola sekolah dan jajaran diatasnya, staf sekolah (guru dan tenaga kependidikan), pengawas, siswa yang sedang bersekolah, dan orang tua siswa yang anaknya sedang bersekolah. Sedangkan pasar eksternal meliputi calon siswa, orang tua calon siswa, alumni, calon staf, institusi pendidikan lainnya, masyarakat sekitar sekolah, lembaga komirsial dan industri, yayasan pendidikan, kantor standar dalam dunia pendidikan (di Indonesia seperti Badan Akreditasi Nasional dan Badan Akreditasi Sekolah Dasar), pusat penataran Guru, Kelompok-kelompok dan organisasi di tingkat nasional yang terkait dengan dunia pendidikan.[43]

Dalam pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan, begitu pula dalam pemasaran lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan keberlanjutan dan hal tersebut

[43] Davies, B., dan Ellison, L., *The New Strategic Direction and Development of The School: Key Framework for School Improvement Planning*, Second Edition, (London; Routletge Falmer, Taylor&Francis Group)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa menjadi sinyal positif dalam meningkatkan mutu pendidikan. Salah satu manfaat dalam pemasaran lembaga pendidikan adalah terciptanya lingkungan belajar yang baik bagi semua siswa.[44]

Kotler mengemukakan beberapa cara untuk mengukur kepuasan pelanggan, di antaranya:

a. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), informasi dari keluhan dan saran akan dijadikan data dalam melakukan antisipasi dan pengembangan
b. *Costumer satisfication surveys* (survey kepuasan pelanggan), tingkat keluhan konsumen dijadikan data dalam mengukur tentang kepuasan pelanggan
c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan), dengan mengirimkan orang untuk melakukan pembelian di perusahaan orang lain maupun di perusahaan sendiri untuk melihat secara jelas keunggulan dan kelemahan pelayannya
d. *Lost costomer aslysis* (analis pelanggan yang beralih), yaitu komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan yang telah beralih pada perusahaan lain untuk melakukan perbaikan kinerja dalam menigkatkan kepuasan pelanggan[45]

3. Strategi Pemasaran Pendidikan

[44] David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 3.
[45] Philip Kotler, *Marketing Management Internasional Edition*, (New Jersey: Prentice Hall Inc, 2003), 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pergeseran lingkungan dan kekuatan persaingan dalam industry pendidikan menyebabkan timbulnya kesenjangan antara tuntutan lingkungan dengan persaingan antara kekuatan satuan pendidikan diberbagai jenis dan jenjang pendidikan. Situasi ini telah memaksa satuan jenis pendidikan untuk menutup dan dicabut ijin operasinya disebabkan mengalami penurunan jumlah siswa atau konsumennya.[46]

Secara umum strategi pemasaran pendidikan dilakukan dan diterapkan dalam kontek lembaga pendidikan secara keseluruhan, tidak hanya membutuhkan pemasaran ekternal tetapi juga memerlukan pemasaran internal untuk memotivasi guru atau karyawan administrasi dan pemasaran interaktif untuk menciptakan keahlian penyedia jasa.

Untuk merealisasikan kepuasan dan loyalitas pelanggan maka peranan strategic *marketing* sangat penting. Apa yang disebut dengan strategic *marketing* disebutkan oleh Cravens sebagai berikut. *Strategic marketing is a market driven process of strategy development, taking into account aconstantly levels of customer satisfaction. Strategic marketing focuses on organizational performance rather than the traditional concern about increasing sales.*[47]

Stategi marketing sangat mengutamakan orientasi pada konsumen dengan memberikan kepuasan tertinggi dan focus pada tampilan lembaga dalam melayani konsumen dan ini berbeda dengan pemasaran

---

[46] Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta. 2009), 64-66.
[47] Cravens, David W, *Strategic Marketing*. (Chicago: 1997. The Mc Graw Hill Coy), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tradisional yang hanya mengutamakan peningkatan penjualan. Dengan perencanaan yang dilakukan secara aktif dan baik akan dapat mengantisipasi perkembangan masa depan, bahkan factor diluar lingkungan bisnis akan dapat dikuasi atau diramalkan lebih dulu.[48]

Menurut Peter dan Olson, strategi pemasaran dirancang untuk meningkatkan peluang konsumen yang memiliki anggapan dan perasaan positif terhadap produk, jasa dan merek tertentu, akan mencoba produk, jasa atau merek tersebut. Untuk mengembangkan strategi pemasaran yang kompetitif, pemasar perlu mengetahui konsumen mana yang cenderung membeli produknya, factor faktor apa yang kira kira menyebabkan mereka menyukai produk tersebut, kriteria apa yang dipakai dalam memutuskan membeli produk, bagaimana mereka memperoleh informasi tentang poduk dan lain sebagainya. Jadi dapat dilihat dengan jelas, adanya saling keterkaitan antara strategi pemasaran dan perilaku konsumen.

Pemasaran dalam bidang pendidikan menghasilkan kepuasan peserta didik serta kesejahteraan stoke holder lembaga pendidikan dalam jangka panjang sebagai kunci untuk memperoleh profit. Hal ini berlaku bagi pendidikan yang bergerak dibidang industry jasa pendidikan maupun industry non pendidikan. Walaupun terdapat kesamaan tujuan pada kedua jenis industry tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang berbeda untuk masing masing jenis industry. Perbedaan

[48] Buchori, Alma. *Pemasaran Stratejik jasa pendidikan*, (Bandung: Alfabeta. 2003), 158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategi pemasaran tersebut dipengaruhi oleh ciri ciri dasar yang berbeda dari jenis produk yang dihasilkan.

Zeithaml dan bitner mengemukakan konsep pemasaran tradisional terdiri dari 4P, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat/lokasi), dan promotion. Sementara itu untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan unsure non tradisional marketing mix yaitu, people (orang), physical avidence (fasilitas fisik) dan process (proses). Sehingga menjadi 7P. Masing masing unsure tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama lainnya dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya.[49] Berikut penjelasannya:

a. Produk Jasa

Produk jasa menurut Kotler merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat organisasi, dan ide. Jadi produk dapat berupa mamfaat tangible maupun intangible yang dapat memuaskan pelanggan.

Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses

[49] Zethaml, *Service Marketin.* (New Jersey: MC Graw Hill, 2001), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengkonsumsi jasa tersebut. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tapi membeli mamfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan.

b. Tarif Jasa (Price)

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan didalam penentuan nilai/mamfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa. Strategi penentuan harga dalam pemasaran jasa dapat menggunakan tariff premium pada saat permintaan tinggi dan tariff diskon pada saat permintaan menurun.[50]

c. Tempat/Lingkungan Pelayanan (place)

Untuk produk industry manufaktur place diartikan sebagai saluran distribusi (zero channel, two level channels dan multilevel channels) sedangkan untuk produksi jasa, place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Tempat juga penting

[50] Bukhori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, 156-158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagai dari nilai dan mamfaat dari jasa.

Keanekaragaman jasa membuat keanekaragaman tempat menjadi sulit. Masalah ini melibatkan pertimbangan bagaimana interaksi antara organisasi penyedia jasa dan pelanggan serta keputusan tentang apakah organisasi tersebut memerlukan satu lokasi atau beberapa lokasi. Seseorang pemasar produk jasa seharusnya mencari cara untuk membangun pendekatan penyerahan jasa yang tepat serta menghasilkan keuntungan untuk perusahaannya. Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Terdapat tiga macam tipe interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang berhubungan dengan pemilihan lokasi yaitu sebagai berikut: Pelanggan mendatangi penyedia jasa, penyedia jasa mendatangi pelanggan, penyedia jasa dan pelanggan melakukan interaksi melalui perantara.

d. Promosi (Promotion)

Promosi merupakan salah satu pennetu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Tujuan utama dari promosi adalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Menginformasikan, menginformasikan pasaar mengenai keberadaan suatu produk baru, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, dan meluruskan kesan yang keliru.
2) Membujuk pelanggan sasaran, untuk membentuk pilihan merek, mengalihkan pilihan merek kepilihan tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja dan menerima kunjungan wiraniaga (salesmen)
3) Mengingatkan, Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat dan membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.

e. Orang (People)

Orang (people) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari people adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (Service encounter).[51]

f. Sarana Fisik (Physical Evidence)

Sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsure yang termasuk didalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

g. Proses (Process)

Prosedur adalah semua prosedur actual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk penyampaian jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaiman jasa menghasilkan fungsinya.[52]

---

[51] Bukhori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. 160-166.

[52] Bukhori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, 167-168

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fungsi pemasaran dalam pendidikan yaitu membentuk citra baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik minat sejumlah calon siswa, maka lembaga pendidikan yang menggunakan atau mengembangkan berbagai upaya strategis yaitu dengan bauran pemasaran jasa.

Selanjutnya diatas telah dijelaskan bahwa bauran pemasaran jasa pendidikan terdiri dari 7P. Informasi tentang 7P tersebut akan diperoleh oleh calon siswa dari berbagai sumber. Apabila sebuah lembaga pendidikan sudah mencoba melaksanakan marketing, yang berorientasi ke konsumen, maka seluruh personel staf baik pengajar maupun tenaga administrasi harus menghayati apa misi mereka. Dengan melaksanakan kegiatan marketing akan dapat membantu lembaga pendidikan menghadapi masa depan yang lebih baik. Pertumbuhan sektor layanan jasa pendidikan, semakin bersaing dewasa ini dengan semakin banyaknya lembaga pendidikan yang beroperasi secara lebih khusus dalam pengelolaan jasa pendidikannya yang terkonsentrasi pada satu bidang ilmu tertentu.

Berkaitan dengan semakin mendominasinya sektor layanan jasa pendidikan dan semakin ketatnya persaingan jasa pendidikan tinggi dewasa ini, maka dampak langsung atas kondisi tersebut menjadikan para konsumen menjadi lebih bersifat penuntut, Menguasai Informasi, lebih bersikap asertif. Pendapat yang hampir sama dinyatakan oleh Weinstain yang menyatakan bahwa saat ini pelanggan lebih cerdik,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suka memilih, lebih menuntut, mempelajari dengan baik produk atau layanan yang ditawarkan, kesetiaannya rendah, sangat peduli terhadap harga, memiliki waktu yang relative terbatas, serta mencari nilai yang tertinggi.

Kondisi ini menuntut para perusahaan jasa, terutama bagi seorang pemimpin untuk lebih mampu menghadirkan layanan yang memiliki nilai tinggi serta mampu menumbuhkan perasaan loyal pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu dibutuhkan suatu pelaksanaan program bauran pemasaran pendidikan yang tepat. Konsep bauran pemasaran jasa pada hakekatnya sama dengan konsep kinerja bauran pemasaran barang. Karena dalam kedua hal tersebut pemasar harus mampu mamilih dan menganalisis pasar sasarannya. Perumusan kinerja bauran pemasaran jasa dilakukan oleh perusahaan harus benar benar mangacu pada pasar sasaran.[53]

[53] Bukhori Alma, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, 172.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian atau skripsi ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategore untuk memperoleh kesimpulan.[54]

Adapun dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga, gejala atau fenomena tertentu.[55]

Maka penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, tetapi hanya menggambarkan atau mendiskripsikan status fenomena di lokasi penelitian, baik fenomena tentang hambatan atau kesulitannya. Fenomena dilokasi penelitian yang dimaksud yaitu peran komite sekolah dalam pemasaran pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, penelitian kualitatif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang

[54] Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cita, 2002), 23.
[55] Ibid, 120.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diperoleh oleh peneliti dari subjek yang berupa individu, organisasional atau persefektif yang lain.

Jenis penelitian kualitatif ini yaitu jenis penelitian dengan menggunakan pendekatan mendeskripsikan, menggambarkan atau melukiskan secara sistimatis, factual dan akurat tentang fakta-fakta serta sifat hubungan antara fenomena yang diselidiki.[56]

Adapun tujuannya adalah untuk menjelaskan aspek yang sesuai dengan fenomena yang diamati dan menjelaskan karakteristik fenomena atau masalah yang ada.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mengunakan metode penelitian kualitatif dengan menyajikan data-data secara deskriptif, karena data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata, bukan bentuk angka. Prosedur analisisnya dngan interpretasi, bukan statistic atau cara kuatitatif, maka jenis penelitian yang mampu menjawab alasan tersebut adalah metode penelitian kualitatif.[57]

B. **Lokasi Penelitian**

Mengacu pada judul di atas, lokasi penelitian ini bertempat di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Peneliti memiih tempat tersebut karena disana merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mana komite sekolahnya berperan dalam pemasaran lembaga pendidikan.

[56] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta:2002), 20.
[57] Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), 33.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Sumber Data dan Informasi Penelitian

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini menurut sumbernya dapat di golongkan menjadi 2 kelompok yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer adalah sumber informasi yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab terhadap pengumpulan ataupun penyimpanan data atau disebut juga sumber data/informasi tangan pertama.[58] Data primer merupakan data yang langsung di ambil dari lapangan (tempat penelitian) yang masih memerlukan analisa lebih lanjut. Dalam penelitian data yang di himpun adalah data tentang profil SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, letak geografis, struktur organisasi dan program kerja, serta program kerja komite sekolah.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung terhadap data primer. Data ini bersumber dari bahan perpustakaan, misalnya buku-buku literature.[59]

Dalam hal ini peneliti mencari data yang mendukung terhadap data primer. Data ini bersumber dari referensi dan literatur yang mempunyai korelasi dengan judul dan pembahasan penelitian ini seperti buku, jurnal, catatan, dan dokumen.

---

[58] Muhammad Ali. *Penelitian Kependidikan: Prosedur dan strategi* (Bandung: Angkasa, 1987). 42.

[59] Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999). 87-88

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini jika dilihat dari bentuknya adalah sebagai berikut:

a. Kata-kata dan tindakan

Kata-kata dan tindakan yang dimaksud di sini adalah katakata dan tindakan dari orang yang diamati dan diwawancarai yang merupakan data utama. Sumber data dicatat melalui catatan tertulis atau melalui wawancara, pengambilan foto atau film.[60]

Dalam upaya mengumpulkan data yang berupa kata-kata dan tindakan dengan menggunakan alat (*instrument*) penelitian seperti tersebut di atas merupakan konsep ideal, tetapi dalam konteks ini peneliti melakukan proses wawancara dalam upaya menggali data dan informasi yang terkait dengan penelitian yang peneliti angkat.

b. Data tertulis

Yang dimaksud data tertulis di sini adalah data yang bersumber dari selain kata-kata dan tindakan yang merupakan data pelengkap saja. Data ini meliputi sumber catatan, arsip dan dokumen resmi dari data tertulis tersebut di atas, peneliti bisa memperoleh informasi tentang subjek yang diteliti mengenai profil atau bukti adanya penyelenggaraan pemasaran lembaga pendidikan yang mana disana ada peran daripada komite sekolah.

[60] Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,2001). 122.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah data atau seorang yang memberikan informasi atau keterangan yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian. Dalam hal ini yang menjadi kunci informan adalah kepala sekolah, ketua komite sekolah dan wakil kepala Humas SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Mereka akan memberikan informasi atau keterangan yang berkaitan dengan peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

D. Cara Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis menggunakan beberapa metode debagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada obyek penelitian.[61] Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan penelitian. Teknik ini untuk mengamati secara langsung keadaan / situasi yang ada dalam organisasi yang akan diteliti, sehingga penulis tidak hanya melakukan wawancara saja. Pada dasarnya observasi digunakan untuk melihat atau mengamati perubahan fenomena yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan penilaian atas perubahan tersebut.[62] Metode digunakan guna untuk memperoleh data

[61] S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), Cet.4.158.

[62] S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tentang peran komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dan bagaimana proses pemasaran sekolah disana.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian antara pewawancara *(interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara *(interviewee)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.[63] Sebagai pewawancara, penulis juga menggunakan panduan wawancara *(interview guide*).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut informan yaitu orang-orang yang merespon dan menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal (*variabel*) yang berupa catatan, transkip, buku dan sebagainya. Dokumentasi sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data yang dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, dan meramalkan suatu peristiwa yang terjadi.[64]

Dalam penulisan skripsi ini, dokumentasi dilakukan untuk menggali informasi tentang proses pelaksanaan dan peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

---

[63] Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. 186.
[64] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta,2002). 108.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengambilan data dengan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data-data yang sesuai dengan pembahasan dalam skripsi ini.

E. Prosedur Analisis Dan Interpretasi Data

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menganalisa data-data tersebut. Analisa menurut Noeng Muhajir adalah upaya mencari serta menata secara sistematis catatan hasil observasi, interview dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menjadikan sebagai temuan bagi orang lain.[65]

Langkah - langkah dalam analisis data:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

[65] Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin 1996) , 183.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data yang diperoleh dari lapangan ditulis/diketik dalam bentuk uraian atau laporan yang terinci. Laporan ini akan terus menerus bertambah dan akan menambah kesulitan bila tidak dianalisis sejak mulanya. Laporan-laporan itu perlu direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema atau polanya. Jadi laporan lapangan sebagai bahan "mentah" ditingkatkan, direduksi, disusun lebih sistematis sehingga lebih mudah dikendalikan.

Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan, juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan. Reduksi dapat pula membantu dalam memberikan kode kepada aspek-aspek tertentu.[66]

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Dengan penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah

[66] S.Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 1988). 129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti- bukti valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel (hasil penelitian yang dapat diterima atau dipercaya).

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal. Dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan dan temuan dapat berupa gambaran suatu obyek yang masih remang- remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

F. Pengecekan dan Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi *uji credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas), dan *confirmability* (obyektifitas)[67]

1. Uji kredibilitas data

Ada enam teknik yang dapat dilakukan dalam uji kredibilitas data (kepercayaan terhadap data) antara lain:

a. Memperpanjang masa pengamatan

[67] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuatitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta 2011).294.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini memungkinkan peningkatan derajad kepercayaan data yang dikumpulkan, mempelajari kebudayaan dan dapat menguji informasi dari responden, untuk membangun kepercayaan para responden terhadap peneliti dan juga kepercayaan diri peneliti sendiri

Dalam hal ini, guna memastikan kevalidan data, penyaji melakukan penelitian yang cukup lama, terhitung mulai dari bulan April sampai bulan Juni

b. Meningkatkan ketekunan

Melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan pristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

Dalam penelitian ini, penyaji benar-benar fokus dalam penelitian objek yang dicari guna memperoleh data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan

c. Triangulasi

Pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap tersebut. Triangulasi ini dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Membandingkan dengan apa yang dikatan orang di depan umum dngan apa yang dikatakan dengan cara pribadi
2) Membandingkan hasil wawancara denga nisi suatu dokumen yang saling berkaitan
3) Mengadakan perbicangan dengan banyak pihak untuk mencapai pemahaman tentang suatu atau berbagai hal

Dalam hal ini, peneliti tidak hanya melakukan penelitian ataupun wawancara secara face to face, akan tetapi juga melakukan wawancara secara umum, guna memastikan apakah informasi yang disampaikan adalah benar-benar valid atau tidak

d. Analisis kasus negative

Mencari data berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Bila tidak ada data lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.

Guna memastikan keaslian data yang diperoleh, peneliti tidak hanya mencari informasi kepada satu pihak, tapi objek permasalahan yang dicari oleh peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga ditanyakan kepada pihak lain. Tujuannya adalah sebagai penguat temuan data.

e. Menggunakan bahan referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Misalnya, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara.

Dalam melakukan wawancara, peneliti tidak hanya menulis hasil wawancara, akan tetapi juga merekam guna sebagai bukti dalam penguatan data yang diperoleh oleh peneliti

f. Mengadakan member check

Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepeda pemberi data. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data

Guna memastikan kevalidan data yang sudah dipeoleh, peneliti melakukan chek ulang kepada informan guna memastikan apakah data yang sudah diperoleh sudah sesuai apa masih perlu ditambahi

2. Uji transferability

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Supaya orang lain dapat memahami hasil penelitian kualitatif sehingga ada kemungkinan untuk menerapkan hasil penelitian yang didapat.

Dalam hal ini, peneliti membuat laporan secara terperinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya. Tujuannya adalah agar pembaca bisa memahami secara jelas hasil penelitian ini, sehingga nantinya pembaca bisa memutuskan untuk mengaplikasikan hasil penelitian ini atau tidak

3. Uji dependability

Uji dependability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan penelitian. Caranya dilakukan oleh pembibing penelitian ini untuk mengaudit keseluruhan aktivitas peneliti dalam melakukan penelitian. Jika peneliti tidak dapat menunjukan jejak aktivitas dilapangan maka dependabilitas penelitiannya patut diragukan.

4. Uji komfirmability

Uji komfirmabilty mirip dengan uji dependability, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji komfirmability berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut telah memenuhi standar komfirmability. Dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada, tetapi hasilnya ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek

1. Kondisi umum objek penelitian

   a. Nama Sekolah : SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

   b. Alamat : Jl. Mojopahit No.666B, Sidowayah

      Kelurahan : Cellep

      Kecamatan : Sidoarjo

      Kabupaten : Sidoarjo

      Propinsi : Jawa Timur

      No. Telepon : (031) 8921591

   c. Status Sekolah : Swasta

   d. Nama Kepala Sekolah : Wigatiningsih, M.Pd.

2. Gambaran umum objek penelitian

   SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo (SMAMDA), salah satu sekolah Muhammadiyah terbaik di Indonesia yang mendapatkan berbagai predikat dan penghargaan: SMAMDA *the real school, the school of champion, the school of character, school of halistic education, the outstanding school of Muhammadiyah, the best private secondary school, high quality improvement commitment company and the best improvement private secondary school*. Berbagai predikat dan penghargaan itu diraih SMAMDA Sidoarjo sebagai wujud apresisasi dan penghargaan dari berbagai pihak atas keseriusan SMAMDA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sidoarjo dalam menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran, sehingga memberikan peluang emas bagi seluruh siswa untuk berproses menjadi generasi unggul di masa depan.

SMAMDA Sidoarjo hadir untuk masyarakat, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan memberi warna yang berbeda sebagai pilihan terbaik masyarakat dan calon peserta didik yang menginginkan pelayanan pendidikan yang maksimal. Dalam menyelenggarakan pendidikan dan pembelajaran, SMAMDA berusaha memberikan pelayanan dengan sepenuh hati dan mengajar dengan kompetensi. SMAMDA berkomitmen memberikan layanan bermutu kepada seluruh warga sekolah dan bertekad untuk dapat mengantarkan seluruh peserta didik sampai dipintu gerbang kesuksesan. SMAMDA tidak hanya perhatian kepada *input* peserta didik, lebih dari itu, SMAMDA sangat *concern* pada sisi *proses, out put, dan outcome*. Setiap tahun lulusan dari sekolah ini yang diterima di PTN dan PTS terkemuka di Indonesia selalu meningkat.

Tahun pelajaran 2013/2014 SMAMDA Sidoarjo ditunjuk sebagai sekolah sasaran pelaksanaan kurikulum 2013 yang di perkaya dengan mata pelajaran kekhasan sekolah yaitu kemuhammadiyaan dan Bahasa Arab. Program peminatan yang ditawarkan adalah: Peminatan Ilmu Bahasa dan Budaya (IBB), Peminatan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (MIPA) dan Peminatan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). Pendidikan dan pembelajaran di SMAMDA Sidoarjo diarahkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengembangkan keseluruhan kecerdasan peserta didik, meliputi SQ (Spiritual Quotion), EQ (Emotional Qoution), AQ (Adversity Qoution), dan IQ (Intelectual Qoution) yang secara proporsional dikembangkan dalam domain afektif, kognitif, dan psikomotor. Tiga tahun terakhir yaitu pada tahun 2016,2017, dan 2018 SMAMDA Sidoarjo ditunjuk sebagai sekolah rujukan dari kementrian pendidikan dan kebudayaan.

Dengan fasilitas yang memadai dan layanan terbaik menjadikan sekolah ini sangat kondusif bagi pendidik dan peserta didik dalam melaksanakan proses pembelajaran, didalam kelas maupun diluar kelas.[68]

3. Sejarah singkat berdirinya SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

SMA Muhammadiyah 2 (SMAMDA) Sidoarjo telah mengalami perjalanan panjang, berdiri tahun 1976 dengan 6 pendaftar di awal tahun peajaran. Dengan berbekal disiplin yang tinggi serta pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan, menjadikan masyarakat sidoarjo dan sekitarnya semakin percaya kepada SMAMDA Sidoarjo. Kepercayaan ini berkembang terus, hingga dalam 8 tahun terakhir, jumlah calon peserta didik yang mendaftar jauh lebih banyak dari pada kouta yang disediakan, sehingga terjadi seleksi dalam PPDB. Kini jumlah peserta didik SMAMDA Sidoarjo sebanyak 1426 siswa dengan 41 rombongan belajar.

[68] Hasil wawancara dengan kepala sekolah, ibu wigatiningsih, M.Pd. tanggal 17 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sampai dengan usianya yang ke 42, SMAMDA Sidoarjo selalu berusaha melakukan pengembangan dan pembaharuan (develop and reform) di berbagai bidang, baik sarana prasarana, kurikulum pendidikan dan pembelajaran, sumber daya peaksana maupun kultur yang dikembangkan di sekolah. Berbagai langkah riil yang dilakukan itu tujuannya untuk mejadikan SMAMDA Sidoarjo sebagai sekolah yang sebenarnya (SMAMDA *the real school*), yang membangun tradisi keilmuan dan sepritualitas keislaman, sehingga dapat mengantarkan civitas akademika (warga sekolah) menjadi manusia yang berkualitas unggul, yaitu manusia yang beriman dan betakwa kepada Allah SWT, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, memiliki kecakapan hidup (*life skill*) sekaligus mempunyai akhlak yang luhur, santun dan sholeh/sholehah.

Dari usaha melakukan pengembangan dan pembeharuan (*develop and reform*) di berbagai bidang, sejak tahun 2005 SMAMDA Sidoarjo telah TERAKREDITASI A dengan nilai 93,73 dan tahun 2010 mengikuti akreditasi ulang dengan nilai 97. Pada tahu pelajaran 2009-2010 SMAMDA Sidoarjo memasuki status baru sebagai RSMABI, selanjutnya, tahun 2011 tersertifikasi ISO 9001:2008 oleh URS, dan pada tahun 2018 disesuaikan menjadi ISO 9001:2015. Selanjutnya SMAMDA Sidoarjo mendapat status baru sebagai *The Outstanding School of Muhammadiyah*, tahun 2012 mendapat *Awarded* to SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo *In Recognation of High Quality*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Improvement Commitment Company dari *House of Quality* pada *1st Indonesia World-Class Quality Conference 2012*. Tahun 2013 mendapat penghargaan *Education & Educator Indonesia Award 2013* untuk kategori *As The Best Educator & Education of The Year.* Tahun 2014 mendapat penghargaan *Top Vigure Innovative Award* 2014 dari *Venna Association Achievement*, tahun 2015 mendapatkan penghargaan *The Best Improvement Private Secondary School of The Year* dari *Indonesia Improvement Award,* Tahun 2015 ditunjuk oleh kemendikbud sebagai sekolah Induk Klaster Implementasi K13, Tahun 2016 mendapat penghargaan dari *Indonesia Achievement Center* sebagai *"THE BEST EXCELLENT EDUCATION OF THE YEAR"*, Tahun 2016 ditetapkan sebagai sekolah rujukan nasional oleh kemendikbud, Tahun 2016 Penghargaan dari Dinas Pendidikan Sidoarjo sebagai sekolah yang berdedikasi budaya Literasi, tiga tahun berturut-turut 2016 s.d 2018 sebagai sekolah rujukan Nasional Kemendikbud Rl.[69]

4. Letak geografis SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo menempati area seluas tiga hektar, terletak di kelurahan Celep Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo, sekolah ini berada ditepi jalan raya jurusan Surabaya-Malang, sebelah selatan langsung berbatasan dengan kampus UMSIDA sidoarjo, tepat disebelah baratnya, ada rumah sakit umum daerah Kabupaten Sidoarjo,

[69] Wigatiningsih, dkk, Profil SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo (SMAMDA Press, 2018).2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibagian utara berbatasan langsung dengan perkampungan, begitu pula dibagian timurnya. Jarak SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ke pusat kota Kabupaten Sidoarjo kurang lebih sekitar lima kilo miter. Sekolah ini masih berada dilingkup Kawasan perkotaan Kabupaten Sidoarjo. Posisi yang sangat strategis ini sangat memudahkan sekali kepada masyarakat sidoarjo dan sekitarnya untuk menjangkaunya dari segala arah.

5. VISI dan MISI SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

a. VISI SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Visi adalah gambaran cita-cita sekolah yang di inginkan di masa depan. Visi merupakan rumusan umum mengenai keadaan yang diinginkan dimasa yang akan datang. Visi harus berorientasi pada tujuan Pendidikan nasional.

Mengacu pada pengertian di atas, visi SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah: “Islami, Unggul, Sinergi”. Adapun indikator daripada vis tersebut adalah:

1) Terwujudnya insan yang berakidah, beribadah dan berakhlak secara islami
2) Terwujudnya insan yang berprestasi dibidang akademik dan non akademik
3) Terwujudnya insan yang bersinergi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Terwujudnya sistem informasi manajemen bidang akademik, kesiswaan dan alumni, sarana prasarana, ketenagaan dan keuangan
5) Terciptanya kepercayaan yang tinggi dari masyarakat, Lembaga Pendidikan tinggi, dan pemerintah

b. MISI SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Berdasarkan visi dan indikator visi di atas, maka misi Pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dirumuskan sebagai berikut:

1. Membudayakan membaca dan menghafal Al-Qur'an, sholat berjamaah dzuhur/jumat dan ashar, serta berinfak
2. Membiasakan salam, senyum, sapa, berseragam, disiplin, jujur, dan bertanggung jawab
3. Membiasakan sikap peduli terhadap sesama dan lingkungan
4. Meningkatkan profesionalisme tenaga pendidik dan tenaga kependidikan melalui pelatihan, workshop dan seminar
5. Meningkatkan presentasi lulusan yang diterima di PTN dan PTS unggulan dari 60% menjadi 70% melalui program intensif belajar (PIB), *try out* dan kemitraan dengan PTN dan PTS unggulan
6. Meraih juara 1 tingkat internasional bidang rekayasa teknologi dan robotika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Merain juara 1 0SN tingkat kabupaten bidang MIPA, kebumian, astronomi, ekonomi dan TIK
8. Meraih juara 1 tingkat provensi katagori laboran, pustakawan, guru berprestasi, melalui pembinaan, dan pendampingan kepala sekolah
9. Merain juara 1 OSN tingkat nasional bidang kimia, juara 1 tingkat provinsi bidang matematika, fisika dan biologi
10. Meraih juara 1 O2SN ingkat nasional bidang pencak silat dan karate melalui kegiatan ekstrakurikuler dan kemitraan
11. Meraih juara 1 O2SN tingkat provinsi bidang atletik, badminton, futsal dan tenis meja melalui kegiatan ekstrakurikuler dan kemitraan
12. Meraih juara 1 FLSSN tingkat kabupaten bidang seni
13. Mengembangkan jejaring (networking) yang dinamis, berskala local, regional, nasional dan internasional
14. Menjadikan SMAMDA sebagai learning community and development centre (LCDC)
15. Mengembangkan sistem informasi manajemen bidang akademik, kesiswaan dan alumni, sarana prasarana, ketenagaan dan keuangan
16. Meningkatkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat, Lembaga Pendidikan tinggi, dan pemerintah melalui TORSIE

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(trust, openness, realization, synergy, independence, and empowering)[70]

6. Keadaan Guru, Karyawan, dan Peserta didik di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

   a. Keadaan Guru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

      Untuk mendidik dan membina peserta didik yang jumlahnya kurang lebih dari 1300 peserta didik yang tersebar di 41 kelas, mulai kelas X sampai dengan kelas XII, maka pada tahun pelajaran 2018-2019 SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo memiliki 68 (enam puluh delapan) orang guru, terdiri dari 63 (enam puluh tiga) guru mata pelajaran dan 5 (lima) guru bimbingan dan konseling (BK). Dilihat dari statusnya, terdiri dari 10 (sepuluh) guru DPK, 31 (tiga puluh satu) guru tetap dan 27 (dua puluh tujuh) guru tidak tetap.[71]

      Keadaan guru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo tahun pelajaran 2018-2019 berdasarkan status dan dan mata pelajaran yang diampu serta tingkat pendidikanya dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2.

Tabel 4.1
Keadaan Guru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Berdasarkan Status dan Mata Pelajaran Yang Diampu
Tahun Pelajaran 2018-2019

[70] Wigatingsih, dkk, Profil SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, (SMAMDA Press 2018).1.
[71] Berdasarkan data dokumentasi dari bagian kepegawaian yang ada diruangan Tata Usaha SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, di ambil tanggal 20 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No	Status Guru	Jumlah	Presentase	Mengampu Mata Pelajaran
01	Guru DPK	10	14,7%	Al-islam dan Kemuhammadiyahan, Bahasa Indonesia, PKn, Penjas Orkes, Biologi dan Kimia.
02	Guru Tetap Penyerikatan (GTP)	31	45,6%	Al-islam dan Kemuhammadiyahan, Bahasa Indonesia, Matematika, PKn, Bahasa Arab, Bahasa Jepang, Fisika, Kimia, Biologi, Sejarah, Sosiologi, Antropologi, Geografi, Ekonomi, Pendidikan Seni, TIK, dan BK.
03	Guru Tidak Tetap	27	39,7%	Al-islam dan Kemuhammadiyahan, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab, Matematika, Fisika, Kimia, Biologi, Sejarah, Sosiologi, Ekonomi, Pendidikan Seni, Penjas Orkes, TIK, dan BK.
Jumlah		68	100%	

Sumber data bagian Kepegawaian SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, diambil pada tanggal 20 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2

Pendidikan Guru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Tahun Pelajaran 2018-2019

No	Pendidikan Guru	Jumlah	Presentase
01	Strata Satu (S-1)	47	69,1%
02	Magister (S-2)	21	30,9%
Jumlah		68	100%

Sumber data bagian Kepegawaian SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Diambil pada tanggal 20 Mei 2019

Dari 68 (enam puluh delapan) guru SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo tersebut, semuanya diberi tugas untuk mengampu mata pelajaran yang sesuai dengan kualifikasi akademik yang diambil dalam jenjang pendidikan tinggi program sarjana yang telah ditempuhnya.[72]

Guru-guru di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ini, disamping melaksanakan tugas pokok dalam menjalankan proses pendidikan dan pembelajaran, sebagian besar dari mereka juga mendapatkan tugas tambahan dari sekolah. Setiap guru mempunyai tugas dan kewajiban untuk melaksanakan pendidikan, pembelalajaran, pembimbingan, pelatihan, pelayanan, dan tugas tambahan yang diberikan sekolah.[73]

[72] Hasil wawancara dengan kepala sekolah, ibu Wigatingsih, tanggal 17 Mei 2019

[73] Wigatingsih mengatakan, tugas tambahan yang diberikan kepada guru di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagai Kepala sekolah, wakil kepala sekolah, kepala labotarium, kepala

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Keadaan Karyawan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Untuk mendukung jalannya pendidikan dan pembelajaran di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo yang diwujudkan dalam bentuk pelayanan pendidikan yang baik kepada warga sekolah, yang meliputi layanan bidang administrasi akademik dan kesiswaan, administrasi kepegawaian, administrasi keuangan, keamanan sekolah, kebersiahan dan keindahan sekolah serta pelayanan yang lain, SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo mempedayakan 47 (empat puluh tuuh) karyawan, terdiri dari 45 (empat puluh lima) yang dipekerjakana di sekolah, satu orang ditugaskan di Majelis Dikdasmen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Sidoarjo, dan satu orang lagi ditugaskan di Majelis Dikdasmen Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur. Keadaan karyawan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ini bisa dilihat dalam tabel 4.3 dibawah ini.[74]

perpustakaan, wali kelas, tim ketertiban siswa, Pembina ekstrakurikuler, dan tugas tambahan lainnya. Wawancara tanggal 17 mei 2019.

[74] Berdasarkan hasil dokumentasi dari kantor kepegawaian SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Di ambil tanggal 20 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.3
Sebaran Karyawan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Tahun Pelajaran 2018-2019

No	Kualifikasi Tugas	Jumlah	Presentasi
01	Tata Usaha	6	12,8%
02	Keuangan	3	6,4%
03	Sekretaris Pimpinan	1	2,1%
04	Sistem Informasi Manajemen	1	2,1%
05	Rumah Tangga Sekolah	7	14,9%
06	Laboran	5	10,6%
07	Pustakawan	2	4,2%
08	Kebersihan dan Taman Sekolah	9	19,2%
09	Keamanan	8	17,0%
10	Kesehatan	1	2,1%
11	Driver	2	4,2%
12	Staf Majelis Dikdasmen	2	4,2%
Jumalah		47	100%

Sumber data: Bagian Kepegawaian SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Diambil tanggal 20 Mei 2019

Adapun tingkat pendidikan yang ditempuh oleh karyawan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sewaktu masih menempuh jenjang pendidikan dapat dilihat dalam tabel 4.4 dibawah ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.4
Tingkat Pendidikan Karyawan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Tahun 2018-2019

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentasi
01	Sekolah Dasar (SD Sederajat)	3	6,4%
02	Sekolah Menengah Pertama (SMP Sederajat)	2	4,3%
03	Sekolah Menengah Atas (SMA Sederajat)	18	38,3%
04	Diploma (D1/D2/D3)	6	12,8%
05	Sarjana (S1)	18	38,3%
Jumlah		47	100%

Sumber data: Bagian Kepegawaian SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Diambil tanggal 21 Mei 2019

c. Keadaan Peserta Didik SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Dilihat dari asal sekolahnya, siswa SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo mayoritas lulusan dari SMP/MTs Negeri, disususl SMP Muhammadiyah dan SMP/MTs Swasta lain. Keadaan peserta didik SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo berdasarkan asal sekolahnya dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5
Data Peserta Didik Yang Diterima di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Tahun Pelajaran 2018-2019

No	Asal Sekolah	Jumlah	Presentasi
01	SMP/MTs Negeri	203	41,8%
02	SMP/MTs Muhammadiyah	143	29,5%
03	SMP/MTs Swasta lain	139	28.7%
Jumlah		485	100%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber data: Bagian Akademik dan Kesiswaan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Diambil tanggal 21 Mei 2019

Dilihat dari sebaran pilihan jurusan dan peminatan, yang paling banyak dipilih oleh peserta didik adalah jurusan IPA (Ilmu Pengetahuan Alam) / MIA (Matematika dan Ilmu Alam), pilihan kedua adalah jurusan IPS (Ilmu Pengetahuan Sosial) / IIS (Ilmu-ilmu Sosial), dan yang trakhir adalah jurusan Bahasa / IBB (Ilmu Bahasa dan Budaya). Adapun data pilihan jurusan peserta didik di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dapat dilihat di tabel 4.6 dibawah ini

Tabel 4.6
Data Sebaran Siswa SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Berdasarkan Jurusan Peminatan Tahun Pelajaran 2018-2019

No	Kelas	Program Studi / Peminatan			Jumlah
		IPA / MIA	IPS / IIS	BHS / IBB	
01	X	289	142	54	485
02	XI	229	138	35	402
03	XII	259	166	21	446
Jumlah		777	446	110	1.333
Presentase		58,3%	33,5%	8,2%	100%

Sumber data: Bagian Akademik dan Kesiswaan TU SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo
Diambil Tanggal 21 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Sarana dan Prasarana SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

a. Ruang belajar modern

Sebagai upaya meningkatkan pelayanan pendidikan dan pembelajaran, SMAMDA Sidoarjo menyediakan fasilitas ruang kelas yang cukup representative. Fasilitas ruang kelas yang tersedia sebanyak 42 ruang kelas dengan ukuran 9 m x 8 m, dimana masing-masing ruang kelas dilengkapi dengan fasilitas sebagai berikut:

1) Kamera CCTV, yang berfungsi sebagai perekam seluruh kegiatan atau kejadian di dalam kelas selama 24 jam, kamera CCTV ini tersambung ke DVR yang ada diruang pimpinan sekolah
2) LCD Proyektor & Screen yang berfungsi sebagai media pembelajaran bagi guru dan peserta didik
3) Meja dan kursi buat guru
4) Meja dan kursi buat peserta didik
5) *Whiteboard* berfungsi sebagai sarana pembelajaran bagi guru dan peserta didik
6) Dua se AC
7) Lampu yang berfungsi sebagai penerang ruangan
8) Loker khusus peserta didik yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan tas atau leptop
9) Goorden jendela agar ruangan terhindar dari cahaya matahari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10) *Acces Point* yang berfungsi untuk menguatkan sinyal *wifi* di area titik-titik tertentu depan ruang kelas

b. Labotarium

SMAMDA Sidoarjo memiliki beberapa labotarium untuk mendukung pembelajaran antara lain:

1) Labotarium Fisika
2) Labotarium Kimia
3) Labotarium Biologi
4) Labotarium Bahasa
5) Labotarium Komputer
6) Labotarium ISMUBA (Al-Islam Kemuhammadiyhan Bahasa Arab)

c. Perpustakaan

Perpustakaan SMAMDA terletak dilantai dasar yang mudah dijangkau oleh semua warga sekolah, baik peserta didik, guru, dan juga karyawan.

d. Auditorium

Auditorium SMAMDA merupakan prasarana sekolah yang berupa Gedung yang digunakan untuk acara sekolah maupun kegiatan di luar sekolah yang melibatkan lebih dari 300 peserta.

e. Masjid

Masjid An-Nur adalah masjid yang berada di tengah lingkungan SMAMDA dan UMSIDA. Masjid ini digunakan untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan sekolah seperti sholat dhuha, sholat dzuhur berjamaah, sholat ashar berjamaah, PHBI, dan juga digunakan untuk kegiatan persyarikatan (PDM&PCM) daerah Sidoarjo.

f. Sport Center

Gedung pusat olahraga merupakan Gedung olahraga yang dimiliki oleh SMAMDA Sidoarjo yang berfungsi untuk kegiatan olahraga peserta didik, guru, dan karyawan. Gedung ini juga merupakan salah satu unit usaha sekolah yang melayani penyewaan lapangan perjam untuk satu lapangan dan paket untuk seluruh lapangan.

g. Asrama siswa SMAMDA

Asrama siswa SMAMDA terdiri dari empat lantai yang mempunyai kapasitas asrama sebanyak 200 siswa, dengan dilengkapi fasilitas saranana dan prasarana pendukung seperti: penerangan listrik, wifi, CCTV, smuge detector, tempat tidur, almari pakaian, kipas angin, toilet, tempat cuci, serta tempat jemur pakaian.

h. Ruang perkantoran

Merupakan perkantoran atau tempat untuk mengelola administrasi sekolah yang terdiri dari ruang pimpinan, ruang guru, ruang TU, ruang keuangan, ruang BK, dan ruang UKS.

i. Kantin

Kantin di SMAMDA mempunyai sepuluh stand dengan bermacam-macam menu makanan yang higinis. Kantin tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilengkapi dengan fasilitas CCTV, wastafel di masing-masing kantin dan di halaman kantin serta inventaris kantin.

j. Website dan wifi zone

Sekolah memiliki wifi zone di setiap depan kelas atau perkantoran, karena titik-titik tersebut dipasang Acces Point, sehingga banyak peserta didik yang memanfaatkan wifi zone tersebut untuk browsing internet untuk mencari beberapa informasi yang dibutuhkan dalam pembelajaran seluruh bidang studi.

k. Bank

Sekolah bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri untuk membuka pelayanan di area perkantoran SMAMDA. Bank tersebut bertugas untuk melayani warga sekolah dalamn transaksi keungan, missal pembayaran SPP, gaji guru dan karyawan dan lain-lain.

l. Toilet

Toilet merupakan tempat buang air besar atau kecil peserta didik, guru dan karyawan. Toilet tersebut letaknya terbagi di antara kelas-kelas dan kantor, sehingga semua warga sekolah yang membutuhkan tidak merasa kesulitan. SMAMDA memiliki toilet sebanyak 58 toilet yang terdiri dari kamar mandi, kloset jongkok, kloset duduk, dan urinoir. Disetiap toilet tersedia air bersih. Disamping ada toilet, SMAMDA juga memiliki fasilitas untuk cuci tangan (westafel) yang berjumlah 23, yang terletak di halaman

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

depan kelas dan halaman kantor serta tempat wudhu yang air krannya selalu mengalir jika dibutuhkan dengan jumah 17 kran.

m. Finger Print

Finger print merupakan sarana pendukung untuk mengetahui ketepatan waktu kahadiran bagi warga SMAMDA Sidoarjo.

n. Area parkir

SMAMDA Sidoarjo memiliki fasilitas parkir yang cukup banyak dan luas yang dibagi sesuai dengan kreteria yang mau memarkir kendaraannya.[75]

8. Kurikulum SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Kurikulum pendidikan, yang diterapkan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah kurikulum 2013. Adapun dalam penerapannya, kurikulum 2013 mempunyai struktur tersendiri dalam penerapannya. Struktur kurikulum 2013 mengambarkan penerapan prinsip kurikulum mengenai posisi seorang peserta didik dalam menyelesaikan pembelajaran disuatu satuan atau jenjang pendidikan. Struktur kurikulum pendidikan menengah terdiri atas sejumlah mata pelajaran, beban belajar, dan kalender pendidikan. Mata pelajarannya terdiri atas:

a. Mata pelajaran wajib, yang mana seluruh peserta didik wajib untuk mengikutinya

[75] Berdasarkan hasil dokumentasi penelitian di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo pada tanggal 20 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Mata pelajaran pilihan, yang di ikuti oleh peserta didik sesuai dengan pilihannya

Adapun struktur kurikulum 2013 di SMA Muhammadiyah 2 sidoarjo terdiri atas:

a. Kelompok mata pelajaran umum, yaitu kelompok A dan Kelompok B

   Kelompok A adalah mata pelajaran yang memberikan orientasi kompetensi lebih kepada aspek kognitif dan afektif, sedangkan kelompok B adalah mata pelajaran yang lebih menekankan pada aspek afektif dan psikomotor.

b. Kelompok mata pelajaran peminatan, terdiri atas tiga kelompok, yaitu: peminatan matematika dan ilmu pengetahuan alam (MIPA), peminatan ilmu pengetahuan sosial (IPS), dan peminatan ilmu Bahasa dan budaya (IBB)

c. Mata pelajaran lintas minat, yaitu mata pelajaran yang dapat diambil oleh peserta didik diluar kelompok mata pelajaran peminatan yang dipilihnya, tetapi masih dalam kelompok peminatan lainnya. Misalnya peserta didik yang sudah memilih kelompok peminatan IBB dapat memilih mata pelajaran dari kelompok peminatan IPS dan atau kelompok peminatan MIPA

d. Mata pelajaran pendalaman, dimaksudkan untuk mempelajari salah satu mata pelajaran dalam kelompok peminatan untuk persiapan ke perguruan tinggi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Mata pelajaran pilihan lintas minat dan mata pelajaran pendalaman bersifat opsional, dapat dipilih dua-duanya atau salah satu

Kegiatan pembelajaran BP/BK diberikan di luar kelas dalam bentuk pemberian layanan individu maupun kelompok, termasuk keperluan studi lanjut da lam pemilihan program studi dan perguruan tinggi.[76]

B. Penyajian Data

1. Peran Komite Sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Pada kali ini, penyaji akan memaparkan tentang peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara yang dilakukan oleh penyaji peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagai berikut:

a. Komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan, setiap ada kegiatan atau program yang mau dilaksanakan oleh sekolah, komite sekolah selalu diberikan ruang untuk memberikan pertimbangan dan masukan dalam melaksanakan kegiatan tersebut.

b. Komite sekolah sebagai pendukung, komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo juga ikut berperan dalam membantu

[76] Berdasarkan hasil domukentasi yang diperoleh dari kantor waka kurikulum SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo pada tanggal 21 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dana, ide dan tenaga dalam mewujudkan sistem pelayanan pendidikan yang bermutu.

c. Komite sekolah sebagai pengawas, komite sekolah mempunyai peran sebagai pengawas dalam pelaksanaan kegiatan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana kemajuan dari program yang diselenggarakan.

d. Sebagai penghubung dengan pemerintah, dalam hal ini komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo membantu pihak sekolah ataupun masyarakat sekolah dalam menyampaikan anspirasinya kepada pemerintah setempat, entah itu terkait kebijakan yang berkaitan dengan sekolah atau yang lain.

Dalam penyajian data ini, penyaji melakukan wawancara kepada beberapa narasumber untuk mengetahui peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Dari beberapa narasumber tersebut, mereka mengatakan bahwasanya komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sudah melaksanakan tugasnya sesuai dengan tupoksi mereka. Sebagai mana yang dijelaskan oleh ibu kepala sekolah:

> "Sejauh ini, komite sekolah di SMAMDA sudah menjalankan tugasnya sesuai dengan tupoksinya mereka masing-masing. Mereka tidak henti-hentinya untuk saling berkordinasi dengan pihak lembaga guna melancarkan kegiatan mereka, begitu pula sebaliknya, dari pihak sekolah juga tidak pernah bosan untuk mengingatkan mereka untuk menjankan program kerjanya."[77]

[77] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatingsih, selaku kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Ira selaku waka humas di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo:

> "Kinerja komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sejauh ini sudah sangat maksimal, dan juga sangat membantu dalam kesuksesan program yang dibuat oleh sekolah ataupun program mereka sendiri."[78]

Berdasarkan kepmendiknas Nomor 044/U/2002 tanggal 2 April 2002 tentang acuan pembentukan komite sekolah, komite sekolah adalah wadah bagi masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas, pemerataan, dan efisiensi pengelolaan pendidikan, baik pada pendidikan pra sekolah, jalur pendidikan sekolah maupun jalur pendidikan luar sekolah.

Berdasarkan uraian di atas, peran komite sekolah adalah sebagai jembatan antara *stake holder*, wali murid, dan masyarakat dengan pihak satuan pendidikan sekolah sehingga perannya sangat vital sekali dalam memajukan dan meningkatkan kualitas pendidikan. Begitu pula di SMAMDA Sidoarjo, peran komite sekolah disana sangatlah vital sekali, guna memajukan dan meningkatkan kualitas pendidikan.

Berbicara tentang komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo, kita juga perlu tahu tentang bagaimana latar belakang dibentuknya komite sekola di SMAMDA Sidoarjo. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penyaji, ada bebarapa poin yang melatar belakangi dibentuknya komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo antara lain:

[78] Hasil wawancara dengang waka humas SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Tanggal 22 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Kepmendiknas Nomor 044/U/2002

b. Kegelisahan daripada pihak sekolah, karena tidak adanya wadah penghubung antara stake holder dan wali murid

Ibu kepala sekolah memaparkan tentang latar belakang dibentuknya komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo:

> "Latar belakang pembentukan komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo adalah karena memang sudah ada himbauan daripada pemerintah kepada sekolah guna membentuk komite sekolah, selain itu karena pihak sekolah juga khawatir karena tidak adanya wadah penghubung bagi *stakeholder* di sekolah dan wali murid. Berangkat dari itu semua, maka dibentuklah komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo."[79]

Dengan adanya komite sekolah, peran serta masyarakat dalam pendidikan di SMAMDA Sidoarjo mulai di tingkatkan. Dengan di tingkatkannya peran serta masyarakat berimplikasi lebih terhadap terjaminnya keberadaan dan keberlangsungan pendidikan di SMAMDA Sidoarjo. Selain itu, masyarakat juga semakin peduli dan mendukung program sekolah agar lebih baik dan bermanfaat kepada masyarakat, termasuk ikut serta dalam membantu dana dan pembagunan fisik sekolah.

Untuk kepengurusan komite sekolah, di SMAMDA Sidoarjo sudah terbentuk sejak tahun 2015, sesuai dengan Surat Keputusan yang dikelurkan oleh kepala sekolah Nomor 034/III.4.AU/A/KEP/2015. Seperti yang disampaikan oleh Ibu kepala sekolah:

[79] Hasil wawancara dengan ibu Wigatiningsih, selaku kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Struktur kepengurusan komite sekolah di SMAMDA sudah terbentuk sejak lama, yakni pada tahun 2015, yang mana dalam struktur kepengurusan tersebut terdiri dari seorang ketua, seorang wakil ketua, seorang sekretaris dan seorang bendahara. Diawahnya mereka ada anggota yang terdiri dari berbagai unsur, mulai dari murid, tokoh masyarakat dan perwakilan dari pihak sekolah."[80]

Hal senada juga di sampaikan oleh Bapak H. Ahmad Dzul Himam, selaku ketua komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo:

> "Allhamdulillah, struktur kepengurusan komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo sudah terbentuk, dengan saya sendiri selaku ketuanya."[81]

Berdasarkan dari pemaparan hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwasanya, di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sudah terbentuk komite sekolah dan juga kepengurusan dari komite sekolah.

Anggota komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo terdiri dari berbagai macam unsur, seperti yang disampaikan oleh Bapak H. Ahmad Dzul Himam selaku ketua komite di SMAMDA Sidoarjo:

> "Anggota komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo terdiri dari bermacam-macam unsur, mulai dari tokoh masyarakat, wali murid, wali murid yang jadi pengusaha, wali murid yang aktif di pemerintahan, dan wali murid yang ahli dibidangnya masing-masing."[82]

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwasanya, anggota komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo sudah mencakup semua unsur perwakilan dari wali murid dan tokoh masyarakat.

---

[80] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatingsih, Kepala Sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 Mei 2019
[81] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, Ketua Komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019
[82] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Undang-undang nomor 20 tahun 2003, tentang sistem pendidikan nasional, pasal 54 diamanatkan bahwasanya:

1) Peran serta masyarakat dalam dunia pendidikan meliputi peran serta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan
2) Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana, dan pengguna hasil pendidikan

Kelanjutan dari pasal 54 di atas, mengatur bahwa peran dewan pendidikan dan komite sekolah adalah:

1) Masyarakat berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan pendidikan yang meliputi perencanaan, pengawasan, dan evaluasi program pendidikan melalui dewan pendidikan
2) Dewan pendidikan sebagai lembaga mandiri dibentuk dan berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan dengan memberikan pertimbangan, arahan, dan dukungan tenaga, sarana, dan prasarana serta pengawasan pendidikan tingkat nasional, propinsi, dan kabupaten/kota yang tidak mempunyai hubungan hirarki
3) Komite sekolah sebagai lembaga mandiri dibentuk dan berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan dan memberikan pertimbangan, arahan, dan dukungan tenaga, sarana, dan prasarana serta pengawasan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui peraturan pemerintah nomor 39 tahun 1992 tentang peran serta masyarakat dalam pendidikan nasioanl dan keputusan Menteri pendidikan nasional nomor 044/U/2002 tentang Pembentukan dewan Pendidikan dan komite sekolah. Hakekat kedua produk hukum di atas adalah bahwasanya peran serta masyarakat berfungsi sebagai pemelihara, menumbuhkan, meningkatkan kemampuan yang ada pada masyarakat semaksimal mungkin dan seoptimal mungkin untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional.

Komite sekolah sebagai wadah bagi masyarakat dalam menyalurkan partisipasinya kepada sekolah dalam meningkatakn mutu layanan pendidikan dan hasil pendidikan di sekolah. Keberadaanya sudah semestinya bertumpu pada landasan tersebut. Oleh karena itu, pembentukannya harus memperhatikan pembagian peran sesuai dengan posisi dan otonomi yang ada.

Adapaun peran yang perlu dijalankan oleh komite sekolah adalah:

a. Pemberi pertimbangan (*advisor agency*) dalam penentuan dan pelaksanaan kebijakan pendidikan di sekolah
b. Pendukung (*supporting agency*) baik yang berwujud finansial, pemikiran, maupun tenaga dalam penyelenggaraan pendidikan di sekolah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Pengontrol (*controlling agency*) dalam rangka transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan dan pengeluaran pendidikan di sekolah

d. Mediator antara pemerintah (*eksekutif*) dengan masyarakat di sekolah

Berkaitan dengan peran komite sekolah yang disebutkan di atas, Ibu Wigatingsih selaku Kepala sekolah mengatakan:

> "Mengacu kepada peran komite sekolah secara umum, di SMAMDA Siodarjo sejauh ini sudah berjalan sebagaimana mestinya. Komite sekolah tidak lepas dari tanggung jawab mereka sebagai pemberi pertimbangan, sebagai pendukung dalam segala hal, sebagai controlling kagiatan dan sebagai penyembung atau mediator antara sekolah dan pemerintah."[83]

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Ira selaku waka humas SMAMDA Sidoarjo:

> "Ke empat aspek dari peran komite sekolah tersebut sampai sekarang alhamdulillah berjalan sebagaimana mestinya. Semua ini dilakukan demi kemajuan lembaga pendidikan SMAMDA Sidoarjo."[84]

Ketua komite sekolah SMAMDA Sidoarjo Bapak H. Ahmad Dzul Himam juga menjelaskan hal yang sama berkaitan dengan peran komite sekolah secara umum:

> "Program kerja yang kita jalankan, sejauh ini memang tidak lepas dari ke empat aspek tersebut, yakni sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan, sebagai pendukung terlaksananya program yang dilakukan oleh sekolah, sebagai pengontrol dalam

[83] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatingsih, Kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

[84] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berlangsungnya kegiatan tersebut, dan sebagai narahubung dengan pemerintah."[85]

Dari berbagai sumber yang telah disampaikan di atas, penyaji menyimpulkan bahwasanya di SMAMDA Sidoarjo, peran umum daripada komite sekolah sejauh ini sudah berjalan sebagai mana mestinya. Semua itu dilakukan demi memajukan dan mengembangkan pelayanan pendidikan di SMAMDA Sidoarjo kearah yang lebih baik.

Agar peran yang telah disampaikan di atas berjalan sebagimana mestinya, komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo telah menjalankan fungsinya sebagai berikut:

a. Mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan yang bermutu
b. Melakukan kerjasama dengan masyarakat (perorangan/organisai/dunia usha/dunia industri)
c. Menampung dan menganalisa aspirasi, ide, tuntutan, dan kebutuhan pendidikan yang di ajukan oleh masyarakat
d. Memberikan masukan, pertimbangan dan rekomendasi kepada sekolah mengenai:
    1) Kebijakan dan program pendidikan
    2) Rencana anggaran pendidikan dan belanja sekolah (RAPBS)
    3) Kriteria kinerja sekolah

[85] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Kriteria tenaga kependidikan

5) Kreteria fasilitas sarana pendidikan

6) Dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pendidikan

e. Mendorong orang tua dan masyarakat berpartisipasi dalam Pendidikan guna mendukung peningkatan mutu dan pemerataan pendidikan

f. Menggalang dana masyarakat dalam rangka pembiayaan penyelenggaraan pendidikan di sekolah

g. Melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap kebijakan sekolah, program sekolah, penyelenggaraan dan pengeluaran pendidikan di sekolah

Bukti dari terlaksananya berbagai peran dan fungsi komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo, H. Ahmad Dzul Himam selaku ketua komite sekolah mengatakan hal berikut:

> "Demi terlaksannya sistem pendidikan yang demokratis (dimana pendidikan adalah milik rakyat, dari dan untuk rakyat), ada beberapa hal yang telah kami lakukan. Pertama, menyampaikan hasil kajian pelaksanaan program sekolah kepada stakeholder secara periodic, baik yang berupa keberhasilan maupun kegagalan dalam pencapaian tujuan dan sasaran program sekolah. Kedua, menyampaikan laporan pertangung jawaban bantuan masyarakat baik berupa materi (dana, barang tidak bergerak maupun bergerak), maupun non materi (tenaga, fikiran) kepada masyarakat dan pemeritah setempat."[86]

Dengan adanya akuntabilitas yang dilakukan oleh komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo kepada *stakeholder* maka kemajuan, serta

[86] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelebihan sekolah baik dalam proses pembelajaran maupun dalam sarana dan prasarana pendidikan dapat diketahui dan dinikmati Bersama oleh semua pihak. Hal ini berakibat kepada mereka sebagai pengguna/pelanggan jasa pendidikan maupun patner akan merasa puas terhadap pelayanan di SMAMDA Sidoarjo

Demikian pula sebaliknya, apabila diketahui bahwa SMAMDA Sidoarjo mengalami kemunduruan, kegagalan serta kekurangan maka dengan serta merta komite sekolah beserta *stakeholder* akan berusah semaksimal mungkin untuk mencari solusi Bersama demi kesuksesan dan kemajuan SMAMDA Sidoarjo.

Dalam menjalankan peran dan fungsinya, komite sekolah tidak luput dari yang namanya hambatan. Begitu pula di SMAMDA Sidoarjo, masih ada beberapa kendala yang dihadapi oleh komite sekolah, seperti yang disampaikan oleh H. Ahmad Dzul Himam selaku ketua Komite Sekolah:

> "Dalam menjalankan roda kepengurusan organisasi komite sekolah, tidak semuanya berjalan lancar, masih ada beberapa kendala yang menghambat kinerja kita. Antara lain, kesibukan masing-masing pribadi pengurus komite sekolah yang latar belakangnya berbeda-beda, bentroknya kegiatan sekolah dengan aktivitas para komite sekolah sehingga kurang maksimal dalam mengontrol kegiatan. Sejauh ini Cuman itu yang menjadi penghambat kita."[87]

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Aunur Rofiq, beliau adalah wakil ketua komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo:

[87] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Masih ada sedikit kendala yang kita hadapi dalam menjalankan program kerja komite sekolah, semisal, kegiatan sekolah yang berbarengan dengan aktivitas pribadi beberapa pengurus komite sekolah. Tapi kami tetap masih berusaha untuk bisa memantau ataupun menjalankan program kerja kita, ya meskipun tidak full skuad."[88]

Dari beberapa pemaparan narasumber di atas, kesimpulan yang bisa di ambil adalah, dalam menjalankan program kerjanya, komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo masih ada sedikit hambatan yang kadang kala dijumpai ketika menjalankan perannya. Akan tetapi, mereka masih tetap berusaha meskipun tidak semuanya ikut serta dalam menjankan tupoksinya masing-masing.

2. Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Pemasaran dalam konteks lembaga pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika layanan pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu pelayanan pendidikan dan pembentukan karakter secara menyeluruh. Semua itu dilakukan karena pendidikan sifatnya lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil Pendidikannya

[88] Hasil wawancara dengan Bapak Wakil ketua komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tangal 23 Mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus dimasa mendatang[89]

Dalam hal pemasaran jasa pendidikan, sejauh SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo telah menerapkan strategi khusus dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan. Hasil observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilkukan oleh penyaji menunjukan bahwasanya *Stakeholder* yang ada sekolah semuanya dilibatkan guna membantu berjalannya kegiatan pemasaran lembaga pendidikan. Selain itu, kegiatan yang dilakukan dalam promosi sekolah adalah melalui siaran radio dan promosi melalui media sosial.

Dalam konteks pemasaran lembaga pendidikan, Ibu Wigatiningsih selaku kepala sekolah di SMAMDA Sidoarjo memaparkan seperti ini:

> "Pemasaran lembaga pendidikan, di SMAMDA Sidoarjo sudah berjalan cukup lama. Kegiatan ini merupakan program tahunan sekolah."[90]

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Ira selaku waka humas SMAMDA Sidoarjo

> "Di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ada pemasaran lembaga pendidikannya, biasanya kita fokus dalam melaksanakan pemasaran sekolah ketika mau memasuki masa penerimaan peserta didik baru."[91]

---

[89] Imam Machali. *The Handbook of Education Management* (Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2105).397

[90] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatingsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

[91] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan demikian jelas bahwa pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sejauh ini sudah berjalan, yang mana kegiatan ini dilakukan ketika mau memasuki masa penerimaan siswa baru.

Kegiatan pemasaran lembaga pendidikan, sejauh ini memang sangat diperlukan sekali, ada beberapa yang melatar belakangi perlunya diadakan pemasaran lembaga pendidikan, antara lain:

a. Sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam bidang pendidikan, di level apapun kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan pendidikan (peserta didik, orang tua, dan pihak yang lain) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis
b. Kita perlu meyakinkan masyarakat, bahwasanya lembaga pendidikan yang kita kelola sudah relevan dengan kebutuhan mereka
c. Kita perlu melakukan pemasaran lembaga pendidikan, agar jenis dan macam jasa pendidikan yang kita kelola dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat
d. Agar eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat

Dengan demikian, kegiatan pemasaran lembaga pendidikan bukan hanya sekedar kegiatan bisnis agar lembga pendidikan yang kita kelola mendapatkan peserta didik baru, melainkan juga sebagai bentuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tanggung jawab kita kepada masyarakat akan pelayanan pendidikan yang telah, sedang atau akan kita lakukan.[92]

Sejauh ini latar belakang di adakannya pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah untuk menarik siswa agar mau memilih masuk ke sekolah ini. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Ira selaku waka humas SMAMDA Sidoarjo:

> "Karena ini lembaga pendidikan, planning yang kita lakukan adalah untuk mencari siswa baru agar lebih meningkat dari tahun sebelumnya."[93]

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Kepala sekolah:

> "Selain untuk menarik minat calon peserta didik, pemasaran lembaga pendidikan dilakukan guna untuk mengenalkan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo kepada masyarakat luas."[94]

Disini dapat kita ketahui Bersama, bahwasanya faktor dan tujuan diadakannya pemasaran lembaga pendidikan di SMAMDA Sidoarjo adalah meningkatnya persaingan lembaga pendidikan, untuk menarik minat calon peserta didik untuk masuk ke SMAMDA Sidoarjo, agar jumlah siswa meningkat dari tahun sebelumnya, dan agar SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam melaksanakan pemasaran lembaga pendidikan, pastinya ada sasaran utama yang dituju untuk kesuksesan kegiatan ini. Dalam

---

[92] David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah, (Jurnal Pendidikan Penabut no 11/Tahun ke 7/2008).42

[93] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019

[94] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konteks ini yang menjadi sasaran utama adalan para calon siswa dan masyarakat secara umum. Begitu pula di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, Ibu Ira selaku waka humas mengatakan seperti ini:

> "Sasaran utama pemasaran lembaga pendidikan ini adalah siswa yang baru lulus dari jenjang sekolah tingkat pertama dan mau melanjutkan ke jenjang selanjutnya, khususnya yang lulusan dari sekolah Muhammadiyah."[95]

Untuk memenangkan kompetensi sehingga dapat bertahan dan diterima oleh masyarakat, diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena saat ini, paradigma masyarakat dalam memandang lembaga pendidikan mulai bergeser, yang awal mulanya lembaga pendidikan dilihat dan dikaji dari aspek sosial, sekarang masyarakat melihat lembaga pendidikan lebih kepada corporate. Artinya lembaga pendidikan saat ini dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen

Strategi tersebut diadopsi dari dunia bisnis, dimana istilah marketing terfokus pada sisi kepuasan pelanggan dengan memakai dasar pemikiran yang logis, jika pelanggan tidak puas berarti marketingnya gagal. Dengan kata lain, jika lembaga pendidikan tidak mampu memuaskan pelanggan sesuai dengan persaingan pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan eksis.[96]

---

[95] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019

[96] Sri Minarti, Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2011).370

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk strategi pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Kepala Sekolah:

> "Strategi yang kita lakukan dalam menjalankan program pemasaran ini adalah dengan cara melibatkan semua stakeholder yang ada di sekolah, semua dilibatkan untuk membantu mempromosikan sekolah."[97]

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Ira waka humas:

> "Strategi lain yang kita gunakan adalah dengan menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dengan ini akan tumbuh kepercayaan dari masyarakat terhadap sekolah, sehingga mereka mau memasukan anaknya untuk sekolah di SMAMDA Sidoarjo."[98]

Selain strategi yang disebutkan di atas, ada beberap bentuk promosi yang dilakukan sekolah dalam memasarkan lembaga pendidikan, seperti yang disampaikan Ibu Ira:

> "bentuk kegiatan pemasaran Lembaga Pendidikan di sekolah ini adalah melalui Siaran Radio Muslim, dimana disana nanti kepala sekolah melakukan siaran. Trus selain itu, kita memanfaatkan sosial media guna memasarkan Lembaga Pendidikan."[99]

Dari beberapa pernyataan di atas, dapat penulis simpulkan bahwa strategi yang digunakan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dalam menyelenggarakan pemasaran sekolah adalah sebagai berikut:

a. Melibatkan semua stakeholder yang ada disekolah untuk ikut membantu melakukan pemasaran sekolah

---

[97] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019
[98] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019
[99] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Kepala sekolah melakukan siaran radio melalui radio suara muslim, untuk mengenalkan sekolah

c. Promosi melalui sosial media

Selain itu, ada program unggulan yang ditawarkan oleh sekolah guna menarik minat siswa untuk memilih sekolah ini, program yang dimaksud adalah program *Boarding School*, program ini merupakan program unggulan yang dimiliki oleh SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Ira:

> "Boarding School adalah program unggulan yang kita tawarkan guna menarik minat calon peserta didik, sejauh ini baru di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dan SMA Insan Cendikiawan yang mempunyai program ini."[100]

Dengan program tersebut, ada keunggulan tersendiri yang dimiliki oleh SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo ketimbang sekolah yang lain.

Dalam pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Dalam pengukuran kepuasan pelanggan, Kotler mengemukakan beberapa cara diantaranya:

a. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), informasi dari keluhan dan saran ini akan dijadikan data dalam melakukan antisipasi dan pengembangan

[100] ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. *Costumer satisfication surveys* (surve kepuasan pelanggan), tingkat keluhan konsumen dijadikan data dalam mengukur tentang kepuasan

c. *Ghost shopping* (pembeli bayangan), dengan mengirimkan orang untuk melakukan pembelian di perusahaan orang lain maupun perusahaan sendiri untuk melihat jelas keunggulan dan kelemahan pelayanannya

d. *Lost customer analysis* (analisi pelanggan beralih), yaitu kontak yang dilakukan kepada pelanggan yang telah beralih pada perusahaan lain untuk dilakukan perbaikan kinerja dalam meningkatkan kepuasan

Sejauh ini hal yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan cara menyebarkan angket kepada wali murid. Seperti yang disampaikan oleh Ibu kepala sekolah:

> "Untuk mengukur kepuasan pelanggan, kita menyebarkan angket kepada wali murid, dengan angket ini nanti kita bisa melihat sejauh mana kepuasan mereka terhadap pelayanan kami."[101]

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu Ira:

> "Evaluasi yang kita lakukan dalam mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan menyebarkan angket kepada orang tua siswa, waktunya setiap akhir semester."[102]

[101] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

[102] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi sejauh ini, di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo manajemen pemasaran lembaga pendidikan nya sudah tertata dengan baik, mulai dari perencanaan, pengorganisasiannya, pelaksanaannya, pengawasannya, dan juga evaluasinya sudah berjalan sebagai mana mestinya

3. Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilkukan oleh penyaji, dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo juga tidak lepas dari peran serta masyarakat, yang mana mereka juga ikut serta membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Kepala sekolah:

> "Selain stakeholder yang ada disekolah, kita juga melibatkan masyarakat dalam membantu pemasaran sekolah. Caranya bagaimana? ketika ada siswa yang berprestasi, kita publikasikan, dari situ nanti masyarakat juga tahu tentang SMAMDA Sidoarjo. Selain itu, nanti siswa yang mendapatkan prestasi tersebut pasti akan bercerita kepada orang tuanya, nah disitu orang tuanya pasti akan bercerita kepada tetangganya atau teman PKH dll. Disitu secara tidak langsung, pemasaran sekolah sudah dijalankan oleh masyarakat."[103]

Waka humas Ibu Ira juga mengatakan hal yang sama:

> "iya juga melibatkan masyarakat dalam membantu pemasyaran jasa pendidikan SMAMDA Sidoarjo."[104]

[103] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

[104] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka humas SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 21 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti yang disampaikan di atas, dalam melaksanakan pemasaran lembaga pendidikan, SMAMDA Sidoarjo tidak hanya melibatkan *stakeholder* yang ada di sekolah, akan tetapi mereka juga mengikut sertakan masyarakat dalam membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan.

Selain peran serta masyarakat, ada juga peran daripada komite sekolah dalam membantu pelaksanaan pemasaran sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Hal ini disampaikan oleh Ibu Kepala sekolah:

> "komite sekolah juga terlibat dalam pemasaran sekolah, mereka juga ikut membantu, mengotrol dan memberikan masukan dalam pelaksanaan program ini."[105]

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Ira selaku waka humas:

> "Selain ada keterlibatan dari masyarakat, ada juga keterlibatan daripada komite sekolah dalam membantu pelaksanaan pemasaran ini."[106]

Ketua komite sekolah Bapak H. Ahmad Dzul Himam juga menyampaikan hal yang sama:

> "Selama ini, dalam pemasaran SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, komite sekolah juga ikut serta dalam membantu pemasaran sekolah."[107]

---

[105] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

[106] Hasil wawancara dengan Ibu Ira, waka huma SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tangal 21 Mei 2019

[107] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 SIodoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari pemaparan beberapa narasumber diatas, penyaji menyimpulkan bahwasnya, ada peran serta komite sekolah dalam membantu memasarkan SMA Muhammadiyah Sidoarjo

Dalam melaksanakan perannya dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan, komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo tidak lepas dari empat unsur peran komite sekolah secara umum, yakni sebagai pemberi pertimbangan, pendukung, pengontrol, dan mediator dengan pemerintah

a. Peran komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan dalam pemasaran Lembaga Pendidikan

Hasil temuan penyaji menunjukan bahwa peran komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan dalam membantu proses penyusunan perencanaan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Sebelum penyusunan perencanaan pemasaran lembaga pendidikan dimulai, biasanya komite sekolah memperoleh acuan atau rancangan rencana pemasaran lembaga pendidikan yang akan dilakasanakan. Komite sekolah kemudian mempelajari secara seksama rancangan perencanaan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan tersebut. Kemudian setelah mereka akan memberikan masukan jika rancangan perencanaan pemasaran lembaga pendidikan ada yang perlu diperbaiki. Proses pemberian masukan ini lazimnya biasanya disampaikan ketika

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rapat antara komite sekolah dengan pihak sekolah. Hubungan harmonis yang sudah terjalin antara komite sekolah dengan pihak sekolah juga membantu dalah proses pengajuan pendapat dalam rapat ini, sehingga tidak saling menjatuhkan antar satu sama lain. Hal ini disampaikan oleh Ibu Kepala sekolah:

> "sebelum kita mengadakan sebuah kegiatan, semisal pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Kita terlebih dahulu akan mengadakan pertemuan dengan komite sekolah, tujuannya adalah untuk memberikan mereka ruang untuk memberikan masukan atau pertimbangan terhadap kegiatan yang mau kita laksanakan."[108]

Hal yang sama juga disampaikan oleh ketua komite sekolah:

> "Setiap sekolah mau mengadakan sebuah kegiatan, pasti kami dari pihak komite akan diberitahu, selain itu kami juga dimintai pertimbangan tentang baik tidaknya kegiatan yang mau dilakukan oleh sekolah."[109]

Komite sekolah dalam meberikan pertimbangan terhadap rancangan perencanaan pemasaran lembaga pendidikan biasanya mengaju kepada masukan, anspirasi dan keluhan terutaman dari wali murid. Anspirasi-anspirasi tersebut kemudian dituangkan dalam rapat pertemuan dengan pihak sekolah. Hasil pertemuan dengan komite sekolah langsung dijadikan rumusan dan pertimbangan sekolah dalam menentukan rancangan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

---

[108] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

[109] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Peran komite sekolah sebagai pendukung pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, bentuk peran dukungan daripadana komite sekolah adalah lebih kepada pendanaan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Yang mana disini komite sekolah mengakomodir bantuan dana daripada wali murid yang disumbangkan kepada sekolah. Karena tidak dipungkiri, bahwasanya pelaksanaan pemasaran lembaga ini juga membutuhkan dana yang cukup begitu besar. Sehingga kalau hanya mengandalkan dana BOS, nanti anggarannya dikhawatirkan tidak mencukupi. Hal ini disampaikan oleh Ibu kepala sekolah:

> "Dalam pelaksanaan pemasaran Lembaga Pendidikan, disini dibutuhkan dana yang cukup besar, yang mana kalua hanya mengandalkan dana BOS, sekolah khawatir takut tidak cukup, karena program yang dijalankan sekolah tidak hanya ini saja, masih banyak program yang lain yang juga membutuhkan anggaran dana. Oleh karena itu komite sekolah mengakomodir wali murid guna ikut membantu pendanaan keberlangsungan program ini."[110]

Bapak Ahmad Dzul Himam selaku ketua komite sekolah mengatakan hal yang sama:

> "Dalam hal ini, bentuk dukungan yang kami lakukan adalah dukungan berupa bantuan dana, yang kami peroleh dari sumbangan wali murid."[111]

[110] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019
[111] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peran komite sekolah sebagai pemberi dukungan dana anggaran menjadi proritas utama, terutama apabila sekolah mengadakan kegiatan yang menelan cukup banyak biaya yang melebihi dari anggaran yang sudah direncanakan. Kegiatan dukungan dalam masalah pendanaan ini dilakukan secara berhati-hati dan sangat procedural. Hal ini dilakukan untuk kemajuan dan berlangsungnya kegiatan yang diadakan oleh sekolah

Berkaintan dengan peran komite sekolah dalam memobilisasi dana anggaran yang bersumber dari wali murid, komite sekolah telah menunjuk bendahara untuk menampung dana bantuan tersebut. Kemudian membuat buku catatan tentang pengeluaran dan pemasukan dana secara akuntabel dan transparan.

c. Peran komite sekolah sebagai pengontrol pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh komite sekolah pada dasarnya adalah untuk memastikan terlaksananya pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Hal ini disampaikan oleh ketua komite sekolah Bapak H. Ahmad Dzul Himam:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Kegiatan pengawasan yang kami lakukan adalah untuk memastikan program ini berjalan sebagaimana mestinya. Agar planning yang sudah direncanakan sejak awal tidak sia-sia."[112]

Selain itu, pengawasan yang dilakukan oleh komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo adalah pengawasan penggunaan dana dan laporan pertanggung jawaban kegiatan. Kenapa penggunaan dana pelu pengawasan yang ketat, agar tujuannya dapat tercapai secara efektif dan efisien. Kegiatan pengawasan merupakan hal yang sangat diperlukan dalam manajemen. Pengawasan yang ketat dan terkendali akan membuat sekolah lebih berhati-hati. Kegiatan sekolah yang selalu mendapatkan pengawasan lebih akan memiliki tingkat kemajuan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kegiatan yang tidak pernah diawasi.

d. Peran komite sekolah sebagai penghubung dengan pemerintah dalam melaksanakan pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Sejauh ini komite sekolah telah menunjukan perannya sebagai mediator dalam mengakses elemen-elemen masyarakat yang berkaitan dengan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Hal ini seperti yang disampaikan oleh ketua komite sekolah:

[112] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Sejauh ini kita sudah menjalankan peran kita sebagai mediator dengan pemerintah, khususnya dalam hal pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan"[113]

Hal senada juga disampaikan oleh Ibu kepala sekolah:

> "Dengan adanya komite sekolah, kita bisa menyampaikan anspirasi dan program yang dijalankan oleh sekolah kepada pemerintah. Peran mereka sangat membantu dalam terjalinnya hubungan yang baik antara sekolah dengan pemrintah."[114]

Dari pemaparan peran komite sekolah dalam pmasaran lembaga pendidikan di atas, dapat kami simpulkan bahwasanya, sejauh ini peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, khususnya dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan sangatlah vital sekali. Keberadaan mereka ikut membantu dalam berjalannya program yang dilakukan oleh sekolah, salah satunya program pemasaran lembaga pendidikan.

Dalam membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, komite sekolah disana juga mempunya strategi khusus yang dilakukan guna membantu pemasaran lembaga pendidikan. Strategi tersebut terdiri dari aspek manajemen dan sumber daya manusia. Hal ini disampaikan oleh Ketua Komite sekolah Bapak H. Ahmad Dzul Himam:

---

[113] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

[114] Hasil wawancara dengan Ibu Wigatiningsih, kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 17 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Strategi yang kita gunakan dalam membantu pemasaran Lembaga Pendidikan terdiri dari dua aspek. Yakni aspek manajemen dan sumber daya manusia"[115]

Maksud daripada kedua aspek tersebut adalah: *pertama*, aspek manajemen, komite sekolah mengatur sebaik mungkin bagaimana strategi yang cocok dalam membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Disini yang di ambil adalah melibatkan masyarakat dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan dan memberikan leluasan kepada masyarakat untuk senantiasa mempunyai rasa memiliki terhadap keberlangsungan pendidikan. Selain itu, komite sekolah juga ikut serta terjun langsung membantu pemasaran lembaga pendidikan ke sekolah-sekolah SMP/MTs di Sidoarjo. *Kedua*, aspek sumber daya manusia, disini komite sekolah memberikan pembekalan kepada anggota ataupun masyarakat yang dilibatkan dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Tujuan di adakannya pembekalan tersbut agar mereka yang ditugaskan tidak kebingungan atau keliru dalam menyampaikan pesan atau tujuan yang perlu disampaikan ketika melakukan pemasaran lembaga pendidikan.

Terlaksananya peran komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2

[115] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sidoarjo tidak lepas dari faktor pendukung yang ikut membantu kelancaran tugas mereka. Faktor pendukung tersebut adalah antusias daripada masyarakat yang ikut serta membantu memasarkan lembaga pendidikan SMAMDA Sidoarjo. Hal ini disampaikan oleh Bapak Ketua komite sekolah:

> "Berkat antusiasme masyarakat, kinerja kita dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan terasa ringan."[116]

Selain itu, kerjasama semua pihak juga merupakan faktor pendukung komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah Sidoarjo.

Dalam menjalankan sebuah kegiatan, pasti tidak lepas dari yang Namanya kendala, meskipun kendala tersebut tidak banyak. Begitupula yang dialami oleh komite sekolah di SMAMDA Sidoarjo, selama ikut serta dalam membantu kegiatan pemasaran, ada sedikit kendala yang dijumpai oleh mereka. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Ketua komite Sekolah:

> "Ada sedikit kendala yang menimpa kita dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan, yang mana kendala tersebut adalah belum maksimalnya peran keseluruhan daripada pengurus komite sekolah yang ikut terjun membantu kegiatan ini. Akan tetapi, karena merupakan bentuk tanggung jawab kita Bersama, jadi meskipun sebagian saja yang terlibat, kita tetap berusaha untuk bisa membantu pelaksanaan kegiatan ini."[117]

---

[116] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

[117] Hasil wawancara dengan Bapak H. Ahmad Dzul Himam, ketua komite sekolah SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tanggal 22 mei 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dinamika dalam sebuah organisasi, tidak semuanya berjalan sesuai dengan apa yang kita rencanakan, pasti ada sedikit yang melenceng dari rencana awal yang sudah di rencanakan. Akan tetapi semua itu bukanlah menjadi kendala bagi kita untuk tidak menjalankan peran dan tanggung jawab yang sudah di amanatkan kepada kita.

C. Analisis Data

1. Analisis Peran Komite Sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Pada hakekatnya, komite sekolah merupakan badan mandiri yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan dan efisiensi pengelolaan pendidikan, baik di jenjang pedidikan pra sekolah, jalur pendidikan sekolah, dan jalur pendidikan luar sekolah

Komite sekolah adalah forum resmi untuk mengakomodir dalam membahas hal-hal yang berkaintan dengan kepentingan lembaga pendidikan, dan juga berfungsi sebgai wadah bagi stakeholder dalam menjalankan tugasnya untuk membantu dan meningkatkan kinerja layanan pendidikan yang bermutu

Adapun tujuan dibentuknya komite sekolah di lembaga pendidikan adalah karena meningkatnya tanggung jawab dan peran serta masyarakat dalam pelaksanaan pendidikan. Peran serta masyarakat dalam menigkatkan mutu pendidikan sangat dibutuhkan sekali, bukan hanya sekedar memberikan bantuan yang berupa material, namun juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibutuhkan bantuanya dalam hal ide, dan gagasan inovatif untuk kemajuan sekolah

Sejauh ini peran komite sekolah adalah sebagai berikut:

a. Pemberi pertimbangan (*advisory agency*) dalam menentukan dan melaksanakan kebiajakan pendidikan di sekolah
b. Sebagai pendukung (*supporting agency*) baik yang berupa finansial, sumbangsih pemikiran, ataupun tenaga dalam melaksanakan pendidikan di sekolah
c. Sebagai pengontrol (*controlling agency*) dalam rangka transparansi dan akuntabilitas keluaran pendidikan di sekolah
d. Sebagai mediator antara pemerintah dengan masyarakat di sekolah

Di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sudah terbentuk yang Namanya komite sekolah. Tujuan pembentukan komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah karena adanya anjuran daripada pemerintah yang mana mengharuskan kepada sekolah untuk membentuk komite sekolah. Selain itu, ada kekhawatiran dari pihak sekolah karena tidak adanya wadah bagi masyarakat, yang sangat antusias dalam membantu kemajuan sekolah. Oleh karena akhiranya pihak sekolah dengan melibatkan tokoh masyarakat dan wali murid sepakat untuk membentuk wadah oragnisasi (komite sekolah) yang menjadi penyambung antara masyarakat diluar sekolah dengan stakeholder yang ada disekolah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sejauh ini sudah berjalan sebagaimana mestinya, mereka telah melaksanakan tupoksinya mereka masing-masing. Setiap ada kegiatan atau program yang mau dilaksanakan oleh sekolah, komite sekolah selalu diberikan ruang untuk memberikan pertimbangan dan masukan dalam melaksanakan kegiatan tersebut. Selain itu, komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo juga ikut berperan dalam membantu dana, ide dan tenaga dalam mewujudkan sistem pelayanan pendidikan yang bermutu di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Di sisi lain, komite sekolah juga menjadi pengawas dalam pelaksanaan kegiatan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana kemajuan dari program yang diselenggarakan. Dan yang trakhir komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo juga membantu pihak sekolah ataupun masyarakat sekolah dalam menyampaikan anspirasinya kepada pemerintah setempat, entah itu terkait kebijakan yang berkaitan dengan sekolah atau yang lain.

2. Analisis Manajemen Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Dulu lembaga pendidikan hanya dipandang sebagai *seller's market*, calon peserta didik mendaftar kesekolah tanpa ada persaingan yang ketat dengan sekolah yang lain. Akan tetapi, beberapa tahun trakhir ini, ada beberapa lembaga pendidikan yang kesulitan dalam mendapatkan peserta didik, hal itu dilatarbelakangi oleh masyarakat yang begitu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cerdas dalam memilih lembaga pendidikan yang bermutu dan sesuai dengan yang di inginkan. Apalagi saat ini lembaga pendidikan semakin banyak, mulai dari jenjang pendidikan usia dini hingga pendidikan tinggi, dan setiap lembaga pendidikan menawarkan keunggulannya masing-masing. Hal ini yang membuat tumbuhnya iklim kompetisi antar lembaga pendidikan.

Sekolah adalah lembaga pendidikan nirlaba yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Selain itu kompetisi antar sekolah saat ini sudah semakin ketat. Oleh karena itu, penyelenggara pendidikan dituntut untuk kreatif dalam mencari keunikan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh calon peserta didik. Munculnya sekolah bertaraf internasional serta lahirnya sekolah negeri ataupun swasta yang menawarkan keunggulan fasilitas dengan biaya yang terjangkau, dapat menambah markanya persaingan pendidikan. Kegiatan pemasaran lembaga pendidikan yang dulunya di anggap tabu karena berbau bisnis dan cenderung mencari keuntungan laba, sekarang sudah mulai dilakukan secara terbuka. Hal itu dilakukan karena jasa pendidikan memegang peranan penting untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sebagai salah satu lembaga pendidikan yang cukup jadi perhitungan di daerah Sidoarjo pada khususnya juga telah menerapkan kegiatan pemasaran lembaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan. Kegiatan ini, dilakukan ketika mau memasuki waktu penerimaan peserta didik baru.

Latar belakang diadakannya pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah karena sudah tumbuh iklim persaingan kompetisi antar lembaga pendidikan guna mendapatkan peserta didik baru. Selain itu, tujuan diadakannya pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah agar tahun ini jumlah siswa nya lebih banyak daripada tahun sebelumnya dan agar SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan ini, ada sasaran utama yang dituju sebagai konsumen. Dalam hal ini sasaran utamanya adalah siswa yang sudah lulus di jenjang pendidikan tingkat pertama, dan mau melanjutkan ke jenjang selanjutnya.

SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo menerapkan strategi khusus dalam melaksanakan pemasaran lembaga pendidikan. *Stakeholder* yang ada sekolah semuanya dilibatkan guna membantu berjalannya kegiatan pemasaran lembaga pendidikan. Selain itu, kegiatan yang dilakukan dalam promosi sekolah adalah melalui siaran radio dan promosi melalui media sosial.

Untuk menarik calon peserta didik, SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo menawarkan sebuah program unggulan yang dimiliki oleh sekolah, program yang dimaksud adalah program boarding school. Dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sejauh ini program tersebut baru ada di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dan SMA Insan Cendikiawan.

Dalam menyelenggarakan sebuah kegiatan atau program, sekolah pastinya mempunyai target atau tujuan untuk dicapai. Untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan penyelenggaran kegiatan tersebut, pihak sekolah pastinya melakukan yang Namanya evaluasi. Dalam konteks pemasaran, bentuk evaluasinya biasanya di ukur dengan kepuasan pelanggan. Sejauh ini di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, kegiatan yang dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan cara menyebar angket disetiap akhir semester. Dari angket tersebut nantinya dapat diketahui sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, setelah itu baru pihak sekolah melakukan evaluasi lanjutan untuk memperbaiki kinerja pelayanan pendidikan.

3. Analisis Peran Komite Sekolah Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

Selain melibatkan *stakeholder* yang ada disekolah dalam melaksanakan pemasaran lembaga pendidikan, SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo juga melibatkan peran serta masyarakat untuk membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Selain mereka, ada juga keterlibatan komite sekolah dalam membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Peran yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan oleh komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagai berikut:

a. Komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan, dalam hal ini peran komite sekolah lebih kepada memberikan masukan atau pertimbangan terhadap rancangan perencanaan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Disini pihak komite sekolah akan memberikan masukan atau pertimbangan jika ada yang perlu diperbaiki dalam rancangan perencanaan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan, kegiatan ini biasanya dilakukan ketika ada rapat petemuan antara pihak sekolah sekolah dan komite sekolah untuk membahas permasalahan tersebut. Sejauh ini kegiatan ini berjalan cukup baik, hal ini dikarenakan adanya harmonisasi antara pihak sekolah dengan komite sekolah
b. Komite sekolah sebagai pendukung, dalam hal ini peran komite sekolah lebih fokus untuk membantu pendanaan kegiatan pemasaran lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan kegitan ini membutuhkan dana yang cukup besar, sedangkan anggaran yang diberikan oleh pihak sekolah dirasa masih kurang, karena saking banyaknya kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah. Disini peran komite sekolah adalah mengakomodir bantuan dana yang diperoleh dari wali murid untuk menunjang penyelenggaraan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Komite sekolah sebagai pengontrol, dalam hal ini komite sekolah berperan dalam mengawasi keberlangsungan penyelenggaraan pemasaran lembaga pendidikan. Tujuannya adalah untuk memastikan kegiatan ini berjalan sebagaimana mestinya, sehingga tujuan yang di capai bisa terlaksana sebaik mungkin

d. Komite sekolah sebagai penghubung antara pemerintah dengan masyarakat sekolah, dalam hal ini peran komite sekolah adalah menyampaikan anspirasi sekolah terkait kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan pemasaran lembaga pendidikan.

Disisi lain, dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan, komite sekolah mempunyai strategi khusus, yang mana strategi ini mencakup dua aspek, aspek manajemen dan aspek sumber daya manusia. Untuk aspek manajemen, komite sekolah menyiapkan strategi perencanaan pemasaran pendidikan secara mendetail, dalam hal ini strategi yang dilakukan adalah melibatkan peran serta masyarakat untuk membantu pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Sedangkan untuk aspek sumber daya manusia, strategi yang dilakukan komite sekolah adalah meberikan pembekalan kepada anggota ataupun masyarakat yang ikut membantu pelaksanaan pemasaraan lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

Terlaksananya peran komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo tidak lepas dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dukungan masyarakat yang sangat antusias dalam membantu kegiatan pemasaran ini. Selain hal itu, ada juga kendala yang dijumpai oleh komite sekolah dalam membantu terlaksananya kegiatan ini, yaitu belum semuanya anggota pengurus komite sekolah ikut serta dalam membantu kegiatan pemasaran lembaga pendidikan, meskipun Cuma sebagian pengurus komite sekolah yang ikut membantu kegiatan ini, patut kita apresiasi, karena mereka masih mau menjalankan tupoksinya sebagai komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis dat yang sudah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo sudah berjalan sebagaimana mestinya, komite sekolah sudah menjalankan tugasnya sesuai dengan tupoksi yang diamanahkan kepada mereka. Dalam menjalankan perannya, komite sekolah tidak pernah berhenti untuk berkordinasi dengan pihak sekolah. Ketika melaksanakan peranya di sekolah, komite sekolah mengacu kepada kepmendiknas Nomor 044/U/2002 tanggal 2 april 2002 tentang acuan pembentukan komite sekolah, disana dijelaskan bahwasanya komite sekolah adalah wadah bagi masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas, pemerataan, dan efisiensi pengelolaan pendidikan. Komite sekolah adalah sebagai jembatan antara stakeholder, wali murid, dan masyarakat dengan pihak satuan pendidikan sekolah, oleh karena itu perannya sangat vital sekali dalam meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. Adapun peran komite sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo adalah sebagai pemberi pertimbangan, pendukung dan pengawas dalam setiap pelaksanaan kegiatan yang diselenggaran oleh sekolah. Selain itu,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komite sekolah juga berperan dalam menjembatani komunikasi antara masyarakat sekolah dengan pihak pemerintah setempat (eksekutif)

2. Strategi pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo telah terlaksana sebagaimana mestinya, yang mana tujuan di adakannya pemasaran tersebut adalah untuk meningkatkan jumlah peserta didik dan mengenalkan sekolah kepada masyarakat luas. Kegiatan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo dilaksanakan sepanjang tahun, dan ketika mau memasuki masa penerimaan peserta didik baru, kegiatan semakin di gencarkan. Strategi yang digunakan oleh sekolah dalam memasarkan lembaga pendidikan adalah sebagai berikut:
   a. Melibatkan semua *stakeholder* yang ada di sekolah, untuk ikut serta melakukan pemasaran sekolah
   b. Melakukan promosi melalui siaran radio
   c. Melakukan promosi lewat media sosial.
3. Dalam penyelenggaraan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo, ada keterlibatan daripada masyarakat dan juga komite sekolah yang ikut serta membantu dalam berjalannya kegiatan ini. Dalam hal ini, komite sekolah mempunyai peran sebagai berikut:
   a. Komite sekolah mempunyai peran dalam meberikan pertimbangan dan usulan dalam merumuskan rancangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perencanaan penyelengaraan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

b. Komite sekolah berperan dalam membantu pendanaan penyelenggaran pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

c. Komite sekolah berperan sebagai pengawas dalam memastikan terlaksanannya kegiatan pemasaran lembaga pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

d. Komite sekolah menjadi penyambung lidah antara pihak sekolah dalam menyampaikan anspirasinya kepada pemerintah prihal kebijakan yang berkaitan dengan pemasaran lembaga pendidikan

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah disampaikan di atas, dengan tampa mengurangi rasa hormat dan kerendahan hati penulis memberikan sedikit saran untuk perbaikan selanjutnya:

1. Sebagai wadah bagi masyarakat dalam menyampaikan anspirasi dan usulan kepada sekolah, komite sekolah diharapkan lebih memperhatikan kinerja pengurus komite sekolah agar lebig bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya. Karena sejauh ini belum semuanya pengurus berpartisipasi dalam melaksanakan tugasnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Strategi pemasaranya lebih ditingkatkan lagi, karena disekolah lain juga menyelenggarakan kegiatan pemasaran lembaga pendidikan
3. Dalam membantu penyelenggaraan pemasaran lembaga pendidikan, diharapkan peran serta komite sekolah lebih ditingkatkan lagi, guna membantu keberlangsungan pendidikan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Abrori, Maskub. 2015. *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda,* Syamil Vol. 3 No. 2.

Abdi, Abdi. 2014. *Contextual Teaching and Learning (CTL) dalam Pembelajaran PAI*, Dinamika Ilmu, Vol. 11.

Ali, Muhammad. 1987. *Penelitian Kependidikan: Prosedur dan strategi* (Bandung: Angkasa)

Arikunto, Suharismi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cita)

Alma, Buchori dan Hurriyati, Ratih.2009. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta.)

Alma, Buchori. 2003. *Pemasaran Stratejik jasa pendidikan*, (Bandung: Alfabeta)

Bahtiar Irianto, Yoyon. 2011. *Modul Pemasaran Pendidikan* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia)

Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua (Jakarta: Erlangga)

Cravens, David W, 1997. *Strategic Marketing*. (Chicago: The Mc Graw Hill Coy)

Depdiknas, 2004. *Acuan Operasional dan Indikator Kinerja Komite Sekolah* (Jakarta)

Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah, *Acuan Operasional dan Indikator Kinerja Komite Sekolah*, (Jakarta 2003)

Departemen Pendidikan Nasioanal Direktorat Jendral Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Kegiatan Peningkatan Kegiatan dan Usaha Manajemen Pendidikan, 2006 *Pemberdayaan Komite Sekolah Mosdul 1: Penguatan Kelembagaan Komite Sekolah*

Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jendral Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, 2001. *Partisipasi Masyarakat*

Davies, B., dan Ellison, L., *The New Strategic Direction and Development of The School: Key Framework for School Improvement Planning*, Second Edition, (London; Routletge Falmer, Taylor&Francis Group)

Gultom, Sariaman. *Suatu Analisis Peran Komite Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMA Negeri Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu*, Hasil Penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hayani, Nili. 2015. "*Peran Komite Sekolah Dalam Pembiayaan Pendidikan*", Jurnal Manajer Pendidikan, Volume 9, Nomor 2

http:// seputarpendidikan003.blogspot.com/2013/10/komite-sekolah.html

Hasbullah, Rahmat. SE, M.Pd, *Efektifitas Peran Komite Sekolah Dalam Pengeolaan Bantuan Operasional Sekolah (BOS) di Kabupaten Karawang*, Artikel

H.A.R Tilaar, 2003. *Kekuasaan & Pendidikan* (Magelang: Indonesi Tera)

http://mujtahid-komunitaspendidikan.blogspot.com/2010/05/*pemberdayaan-komite-sekolah*.html

Hasbullah. 2006. *Otonomi Pendidikan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo)

Hidayat, Ara & Machali, Imam. 2012. *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*), Yogyakarta, Kaukaba)

Kotler, Philips. 2002. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: STMG Desa Putra)

Lexy J Moleong. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya)

Muhaimin, 2012. *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, cet. Ke-4 (Jakarta: Kencana Preneda Media Grub)

Minanti, Sri. 2011. *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan secara Mandiri* (Yogyakarta: Ar Ruzz Media).

Madatuang, *Peran Komite Sekolah dalam implementasi Manajemen Berbasis Sekolah*, (Jurnal Komite Sekolah)

Misbah, M. 2009. *Peran dan Fungsi Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan* (Jurnal Pemikiran Alternatif, Kependidikan Insanial/Vol.14/No. 1/Jan-Apr)

Machali, Imam. 2015. *The Handbook of Education Management* (Yogyakarta: Magister Pendidikan Islam Universitas Sunan Kalijaga,)

Margono, S. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta)

Muhajir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasin)

Nasution, S. 1988. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito)

Paduan Umum Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah, *Lampiran II Kepuusan Menteri Pendidikan Nasional Nmor 044/U/2002 Tanggal 2 April 2002*

Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung: Alfabeta)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suwarno Widodo dkk, 2008. "*Peran Komite Sekolah SMP Di Kota Semarang*", Jurnal Media Penelitian Pendidikan, Volume 2 Nomor 2

Susnadispd.blogspot.com/2011/06/*tupoksi-komite-sekolah*.html

Salis, Edward. 2006. *Total Quality Management in Education (Manajemen Mutu Terpadu Dalam Pendidikan),* Terj. Ahmad Ali Riyadi & Fahrurozzi, (Yogyakarta, IRCiSod)

Sri Wardiah dkk. 2005. *Strategi Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*, (Jurnal Administrasi Pendidikan Pasca Sarjana Universitas Syiah Kuala, Volume 3, No.2, Mei)

Subagyo, Joko. 1999. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek,* (Jakarta: Rineka Cipta)

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuatitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta)

Tim Dosen Administrasi Pendidikan Uniersitas Pendidikan Indonesia, 2011. *Manajemen Pendidikan,* (Bandung: Alfabeta)

Wijaya, David. 2008. *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah,* (Jurnal Pendidikan Penabur No 11/)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id