

**KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN
PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 04 BLANGPIDIE
KAB. ACEH BARAT DAYA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

ISHABKA

NIM. 150206007

**Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi Manajemen pendidikan Islam**



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSALAM - BANDA ACEH
2019 M/ 1441 H**

**KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN
PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 04 BLANGPIDIE KAB. ACEH
BARAT DAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Beban Studi untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

ISHABKA

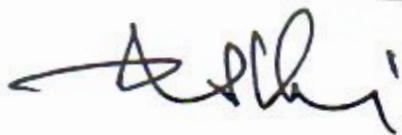
NIM. 150206007

Mahasiswi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

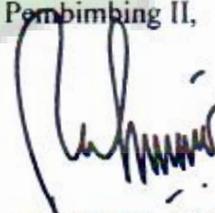
Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Mujiburrahman, M.Ag.
NIP: 197109082001121001



Dr. Sri Rahmi, MA.
NIP: 197704162007102001

**KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN
PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 04 BLANGPIDIE KAB. ACEH
BARAT DAYA**

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)
Dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

Pada Hari/Tanggal: Senin

13 Januari 2020

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Dr. Mujiburrahman, M.Ag

Sekretaris,

Nurussalami, S. pd.L. Pd.

Penguji I,

MumtazulFikri, MA

Penguji II,

Dr. Sri Rahmi, MA.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh



Dr. Muslim Razali, SH., MA

NIP. 195903091989031001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ishabka
NIM : 150206007
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: **KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 04 BLANGPIDIE KAB. ACEH BARAT DAYA** adalah benar karya asli saya, kecuali lampiran yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 15 November 2019

Yang menyatakan,


ISHABKA
NIM.150206007

ABSTRAK

Nama : Ishabka
NIM : 150206007
Fakultas/ Prodi : Tarbiyah/ Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di SDN 4 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya
Tebal skripsi : 90
Pembimbing I : Mujiburrahman, M.Ag.
Pembimbing II : Dr. Sri Rahmi, MA
Kata kunci : kepemimpinan kepala sekolah, pemasaran pendidikan

Kepemimpinan kepala sekolah merupakan kemampuan dan wewenang untuk mempengaruhi, menggerakkan dan mengarahkan tindakan serta mendorong timbulnya kemauan yang kuat dengan penuh semangat dan percaya diri para guru, staf dan siswa dalam melaksanakan tugas masing-masing demi kemajuan dan memberikan inspirasi sekolah dalam mencapai tujuan. Pengelolaan adalah suatu proses untuk menggerakkan suatu lembaga sekolah dalam menjalankan tugas-tugasnya. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Dengan kata lain bahwa etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Tujuan dari penelitian skripsi ini untuk mengetahui implementasi gaya kepemimpinan kepala sekolah di SDN 04 Blangpidie Aceh Barat Daya, untuk mengetahui strategi kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya, untuk mengetahui kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie Aceh Barat Daya. Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini yaitu kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah kepala sekolah, guru, komite sekolah. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, gaya kepemimpinan yang diterapkan oleh kepala SDN 04 Blangpidie adalah gaya kepemimpinan demokratis dan gaya kepemimpinan ohio yang mana gaya kepemimpinan ohio melahirkan dua faktor kepemimpinan yaitu konsiderasi dan inisiasi. Kedua, dalam menjalankan strategi pemasaran kepala sekolah menggunakan strategi-strategi, *Place* (lokasi atau lingkungan sekolah), Produk yang bermutu, Proses (pelayanan pembelajaran), *price* (harga yang kompetitif), Promosi, *People* (orang), Sarana prasarana. Ketiga, kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan masih adanya sarana prasarana yang belum mencukupi dan sumber dana yang kurang serta membutuhkan waktu yang lama untuk dapat mengelola pemasaran pendidikan.

KATA PENGANTAR



Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah swt, yang senantiasa telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada kepangkuan alam Nabi Muhammad saw beserta keluarga dan para sahabatnya sekalian karena beliaulah kita dapat merasakan betapa bermaknanya dan betapa sejuhnya alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini. Adapun judul skripsi ini, yaitu“ **Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di SDN 4 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya**”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi beban studi guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.

Suatu hal yang tidak biasa dipungkiri bahwa dalam penyusunan skripsi ini peneliti sudah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dari pihak akademik maupun pihak non-akademik. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Teristimewa untuk kedua orang tua ayah Darmawardhi SP. d, mamak Cut Nur Habibah, adek agustia warni, yang selalu memberi motivasi, semangat, perjuangan, pengorbanan dan kasih sayang dan selalu mendoakan di setiap sujudnya. dan teristimewa buat sahabat peneliti

Muhammad Salim yang telah membantu dan memberi semangat dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. Muslim Razali, selaku dekan fakultas tarbiyah dan keguruan UIN Ar-Raniry
3. Bapak Mumtazul Fikri, M.A selaku ketua prodi Manajemen Pendidikan Islam, para staf dan jajarannya, Penasehat Akademik (PA) Tihalimah, S.Pd. I., MA. Yang telah membantu peneliti untuk mengadakan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Mujiburrahman, M.Ag selaku pembimbing pertama yang telah memberikan dan meluangkan waktu serta pikiran untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Sri Rahmi, MA. Selaku pembimbing dua yang telah memberikan arahan, masukan dan meluangkan waktu serta fikiran untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepala SDN 04 Blangpidie, guru dan komite sekolah yang telah membantu penelitian serta memberikan data dalam penyelesaian skripsi.
7. Buat teman-teman yang selalu memberikan dukungan yaitu segenap unit satu dan angkatan 2015.

Semoga Allah membalas semua kebaikan mereka dengan balasan yang lebih baik. Peneliti menyadari bahwa terlalu banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyajian skripsi ini, untuk itu sangat diharapkan masukan berupa kritik

dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini dimasa yang akan datang dan demi berkembangnya ilmu pengetahuan kearah yang lebih baik lagi.

BandaAceh, 15 November 2019

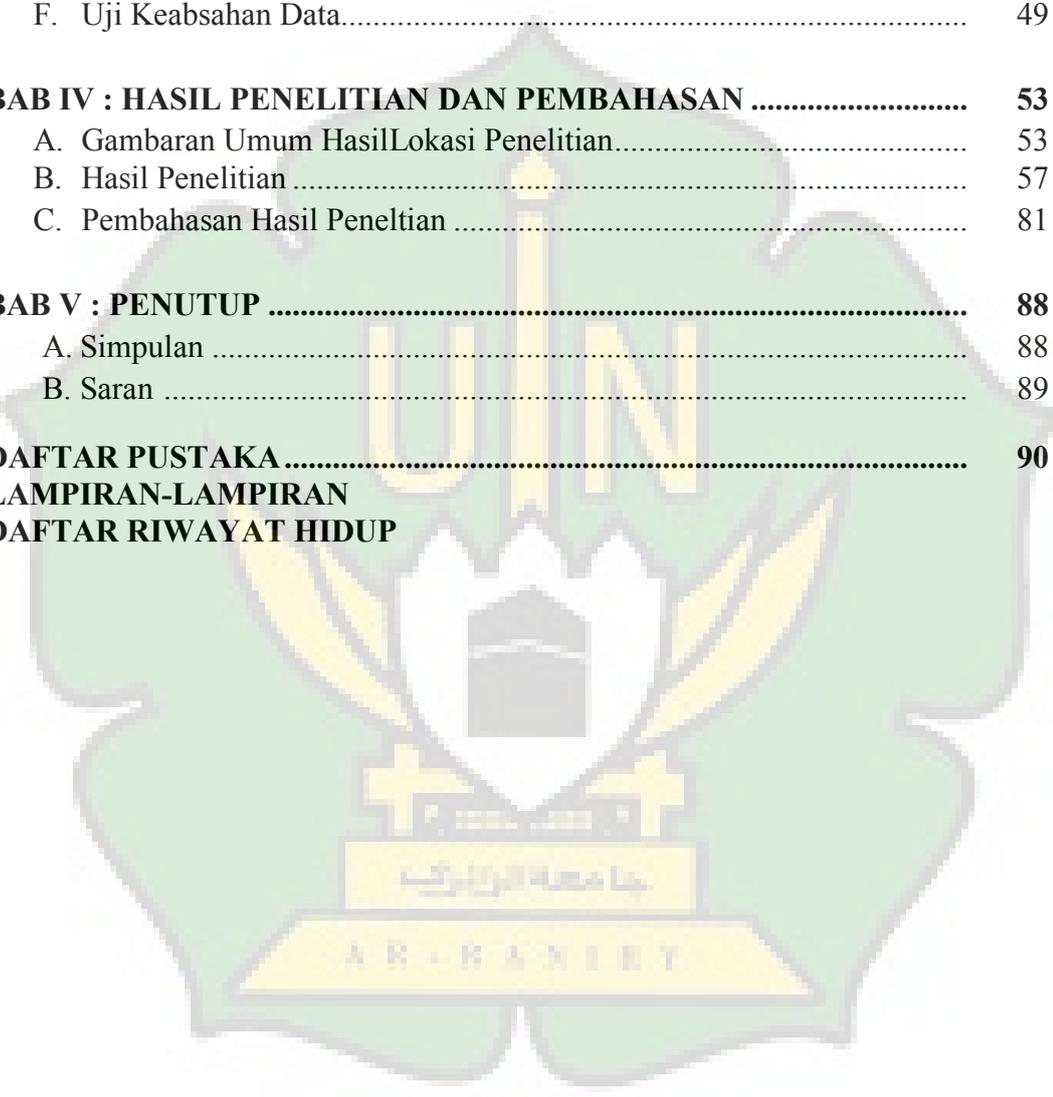
Ishabka
NIM. 150206007



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPEL JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN SIDANG	iii
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kajian Terdahulu	6
F. Definisi Oprasional.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II : LANDASAN TEORI.....	13
A. Kepemimpinan kepala sekolah	13
1. Pengertian kepemimpinan.....	13
2. Pengertian kepala sekolah.....	14
3. Gaya kepemimpinan.....	16
4. Persyaratan yang harus di miliki seorang pemimpin	20
5. Sifat seorang pemimpin yang baik	20
6. Teori kepemimpinan	21
B. Pemasaran pendidikan.....	24
1. Pengertian pemasaran pendidikan.....	24
2. Karakteristik jasa pendidikan.....	27
3. Pendekatan konsep marketing dalam jasa pendidikan.....	29
4. Elemen strategik marketing jasa pendidikan.....	31
5. Sasaran pemasaran	33
6. Implementasi pemasaran.....	34
C. Kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan.....	38

BAB III : METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Subjek Penelitian.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Analisis Data.....	48
F. Uji Keabsahan Data.....	49
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Gambaran Umum Hasil Lokasi Penelitian.....	53
B. Hasil Penelitian	57
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81
BAB V : PENUTUP	88
A. Simpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1: Daftar jumlah Guru dan Pegawai SDN 04 Blangpidie	55
Tabel 4.2:Daftar Keadaan Siswa-siswi SDN 04 Blangpidie	56
Tabel 4.3:Daftar Sarana Prasarana SDN 04 Blangpidie	56



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Surat Keterangan Pembimbing Skripsi

LAMPIRAN 2: Surat Izin Penelitian dari Dekan FTK UIN Ar-Raniry

LAMPIRAN 3: Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Pesantren

LAMPIRAN 4: Kisi-kisi Instrumen Penelitian

LAMPIRAN 5: Dokumentasi Penelitian

LAMPIRAN 6: Daftar Riwayat Hidup Peneliti



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan di Indonesia kini terus dikembangkan, terutama sejak reformasi bergulir tahun 1998. Hal ini ditandai dengan lahirnya Undang-Undang (UU) Nomor 22 tahun 1999, yang belakangan direvisi menjadi UU Nomor 32 tahun 2004, dan kini direvisi lagi dengan UU Nomor 23 tahun 2014. Salah satu agenda reformasinya adalah pendelegasian kewenangan pengelolaan pendidikan pada pemerintah daerah. Hanya saja, kewenangan pemerintah daerah terbatas pada aspek pembiayaan, sumber daya manusia dan sarana-prasarana. Sementara untuk aspek-aspek menyangkut kurikulum, pembelajaran, evaluasi dan pengukuran, sarana dan alat pembelajaran, metode dan waktu belajar, buku teks serta alokasi belanja dan penggunaan anggaran, semuanya menjadi kewenangan sekolah. Dalam hal ini, maka kepala sekolah dan para guru dituntut bertanggung jawab terhadap kualitas proses dan hasil belajar guna meningkatkan mutu pendidikan secara nasional.¹

Inilah era reformasi pendidikan yang sangat monumental dalam sejarah pendidikan di Indonesia, dimana otoritas yang sangat besar diberikan langsung pada sekolah atau madrasah. Sekolah bisa mengembangkan inovasinya masing-masing dalam mengembangkan perlakuan pada siswa dalam belajar, bahkan sekolah diberi kewenangan untuk menetapkan apakah akan *fullday school* atau

¹Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan Konsep Prinsip dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010), h, 273.

partday school dalam penggunaan waktu belajar. Selain itu, apakah sekolah akan menyusun sendiri buku teks yang diajarkan sesuai dengan kurikulum yang disepakati, atau membeli buku-buku karya guru lainnya. Dalam hal ini, hal terpenting sekaligus menjadi tekanannya adalah bahwa di *end product*-nya siswa berprestasi, siap diuji, sesuai dengan standar kompetensi yang ditetapkan oleh pemerintah atas usulan masyarakat. Karena itu, bila prestasi siswa menurun, maka masyarakat tidak bisa menyalahkan kantor dinas pendidikan kabupaten/kota. Sebaliknya, mereka bisa bertanya pada kepala sekolah/madrasah dan para gurunya, karena soal kurikulum dan pembelajaran seluruhnya menjadi kewenangan penuh sekolah.²

Maka dengan lahirnya UU otonomi bidang pendidikan, persaingan dalam dunia pendidikan tidak dapat terelakkan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya. Karena itu dalam setiap lembaga pendidikan harus ada peningkatan mutu dan kualitas pendidikan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tersebut dibutuhkan beberapa strategi pemasaran khususnya bauran pemasaran (*marketing mix*). Di samping sebuah strategi, peran pemimpin juga menjadi faktor yang sangat penting dalam pemasaran jasa pendidikan itu sendiri, karena pemimpin merupakan seorang manajer puncak yang diharapkan mampu membawa lembaga yang dipimpin menjadi sebuah lembaga yang terdepan dalam segala hal.

²U. Saefullah, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2012), Cet. 1, h. 139

Disini seorang pemimpin harus memiliki strategi-strategi dalam melakukan pemasaran. Adapun Unsur-unsur yang terdapat dalam strategi pemasaran ada tujuh yang biasa disingkat dengan 7P, yaitu terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran. Unsur 4P tersebut terdiri atas *produk* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), sedangkan unsure 3P adalah *people* (orang/SDM), *physical evidence* (buktifisik/ sarana prasarana), *process* (proses). Ketujuh unsur strategi pemasaran tersebut haruslah dirancang sedemikian rupa agar dapat melayani kepuasan pelanggan.

Fenomena yang melatar belakangi masalah yang terjadi disekolah SDN 04 Blangpidie kurangnya peserta didik yang bersekolah di SD tersebut, dan ketika melakukan observasi awal ke sekolah tersebut pertama kali ingin menjumpai kepala sekolahnya, tapi kepala sekolahnya tidak ada setelah itu langsung menjumpai guru yang ada di situ yang sudah menjabat cukup lama di sekolah tersebut. Ketika sudah menjumpai beliau mulai bertanya sedikit tentang sekolah itu, jadi ada beberapa pertanyaan yang diajukan dan beliau menjawab dengan sangat baik, jadi ketika mendapatkan jawaban dari seorang guru tadi memang permasalahan yang terjadi di sekolah itu memang kekurangan siswa yang sekolah di SD tersebut, ketika peneliti melihat dalam perkelas jumlah siswanya kelas satu 7 orang, kelas dua 8 orang, kelas tiga 6 orang, kelas empat 11 orang, kelas lima 14 orang, dan kelas enam 6 orang.³ Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan sarana dan prasarana di sekolah ini belum cukup memadai untuk menunjang

³Data di SDN 04 Blangpidie, pada Tanggal 25 Januari 2019

kinerja para guru dalam mendidik siswa dan siswinya, guru-guru yang mengajar di sekolah ini lengkap dalam segala bidang dan bahkan lebih, berdasarkan masanya sekolah ini sudah berdiri sejak lama hanya saja akhir-akhir ini minat belajar siswa menurun begitu drastis bahkan kepala sekolah dan para guru pun tidak mengetahui penyebab kurangnya minat belajar di sekolah ini sementara sekolah ini terletak di tempat yang strategis yaitu berada di kalangan masyarakat, sehingga permasalahan ini menjadi ketertarikan tersendiri bagi peneliti untuk mengkaji lebih lanjut apakah kurang yang namanya promosi tentang sekolah atau belum lancar dalam pengelolaan strategi pemasarannya, jadi peneliti akan lebih detil lagi ingin mengetahui apa permasalahan yang terjadi di sekolah ini.⁴

Berdasarkan observasi awal di SDN 04 Blangpidie Kab Aceh Barat Daya, penulis melihat bahwa kinerja kepala sekolah belum berjalan maksimal dalam mengelola pemasaran pendidikan, hal ini dibuktikan antara lain kepala sekolah belum terlalu menjalankan promosi sekolahnya sehingga bisa dikatakan sekolah tersebut kurang populer di masyarakat sekitar sehingga banyak masyarakat kurang memahami dan mengerti apa visi dan misi sekolah tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk menelitidan mengangkat judul: ***Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di SDN 4 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya.***

⁴ Wawancara dengan guru SDN 04 Blangpidie, pada Tanggal 25 Januari 2019

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi gaya kepemimpinan kepala sekolah di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya?
2. Bagaimana strategi pemasaran kepala sekolah dalam pengelolaan pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya?
3. Apa saja kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi gaya kepemimpinan kepala sekolah di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya
2. Untuk mengetahui strategi kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya
3. Untuk mengetahui kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu manajemen pendidikan islam khususnya dalam pemasaran pendidikan.

2. Manfaat praktis

- a. Memberikan sumbangan pikiran dan perbaikan dalam manajemen pemasaran pendidikan.

- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai input bagi kepala sekolah dalam mengatur pengelolaan pemasaran pendidikan guna untuk mempromosikan sekolahnya.

E. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan sebuah kajian yang mengkaji pokok-pokok bahasan yang berkaitan dengan masalah yang penulis kaji. Kajian terdahulu ini penulis buat untuk menguatkan bahwa pembahasan yang penulis teliti belum pernah ditulis atau tidak sama dengan penelitian orang lain. Namun setelah penulis melakukan studi kembali, penulis mendapatkan ada beberapa karya ilmiah, jurnal dan kripsi. Dari beberapa tulisan tersebut membahas topik yang ada hubungannya dengan tulisan ini, diantaranya seperti:

1. Peneliti, Mardhiah, dalam kripsi yang berjudul “Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa di SMAN 2 Aceh Barat Daya “. Tahun 2016. Faktor penyebab kurangnya disiplinnya siswa dipengaruhi oleh faktor kurangnya kesadaran akan sikap kedisiplinan yang tidak sanggup menahan godaan diluar pagar sekolah salah satunya warung, adapun peran kepala sekolah sebagai meneger adalah mampu bekerjasama dengan seluruh warga sekolah dalam menyusun perencanaan mengenai kedisiplinan siswa dengan membuat kebijakan peraturan tata tertib melalui program-program sekolah dan ide-ide yang baru sehingga siswa

termotivasi untuk meningkatkan kedisiplinan melalui pujian dan hukuman, yang diberikan serta menyediakan fasilitas kedisiplinan siswa.⁵

2. Peneliti, Tihawa, dalam skripsi yang berjudul “Peran Kepala sekolah dalam mendukung pelaksanaan program bimbingan dan konseling di SMPN 1 Mutiara Kabupaten Pidie”. Tahun 2015, peran yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam mendukung pelaksanaan program bimbingan dan konseling di SMPN 1 Muatiara Kabupaten Pidie adalah: menyediakan guru bimbingan dan konseling yang berlatar belakang pendidikan bimbingan dan konseling, menyediakan sarana prasarana, kepala sekolah SMPN 1 Mutiara Kabupaten Pidie mengirim guru bimbingan dan konseling mengikuti pelatihan atau seminar tentang bimbingan dan konseling, untuk mewujudkan pelaksanaan bimbingan dan konseling di SMPN 1 Mutiara Kabupaten Pidie yang lebih baik kepala sekolah melakukan hubungan kerjasama dengan pihak lain atau sekolah lain, kepala SMPN 1 Mutiara Kabupaten Pidie ikut serta atau membantu guru bimbingan dan konseling di SMPN 1 Mutiara Kabupaten Pidie dan setelah program bimbingan dan konseling dijalankan kepala sekolah mengevaluasi semua kegiatan bimbingan dan konseling di SMPN 1 Mutiara.⁶
3. Peneliti, Marcitah, dalam kripsi yang berjudul. ”Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Bimbingan Konseling di

⁵Mardhiah “*Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa di Sman 2 Aceh Barat Daya*“. 2016

⁶Tihawa. “*Peran Kepala Sekolah dalam Mendukung Pelaksanaan Program Bimbingan dan Konseling di Smpn 1 Mutiara Kab.Pidie*”. Tahun 2015.

SMAN 8 Banda Aceh”. Tahun 2016, peran dan strategi kepala sekolah dalam meningkatkan motivasi kerja guru BK di SMAN 8 Banda Aceh cukup baik, peran kepala sekolah yaitu selalu memberi masukan-masukan dalam motivasi kerja yang baik, masalah pengajaran, masalah layanan, penyusunan program, serta menerapkan kondisi ruangan kerja dan iklim yang kondusif, dengan cara kerja sama tim, bila ada kelemahan antara sesama maka saling memberi arahan walaupun terkadang kepala sekolahnya yang salah harus diingatkan, selalu bekerja sesuai koridor visi misi sekolah, selalu musyawarah mufakat dalam setiap mengambil keputusan. Adapun strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam meningkatkan motivasi kerja guru BK adalah:⁷

- a. Melakukan bimbingan kelompok melalui RAKER
- b. Memanggil guru BK keruang kepala sekolah secara tatap muka
- c. Kerjasama antara guru bimbingan konseling dan guru pelajaran.

4. Dalam jurnal akademik pendidikan sosial, tahun 2015, vol 1, judulnya “strategi manajemen pemasaran garam beryodium pada koperasi serba usaha anging mammiri kota bauba“. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan strategi manajemen pemasaran dan evaluasi koperasi serba usaha Angging Mammiri telah melaksanakan strategi manajemen sumber daya manusia berupa pelatihan-pelatihan, strategi bauran pemasaran yaitu produk, harga, penyaluran, promosi, sedangkan evaluasi yang dilakukan koperasi serba usaha Angging Mammiri yaitu juga

⁷Marsyitah. ”Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Bimbingan Konseling di Sman 8 Banda Aceh”. Tahun 2016.

melaksanakan evaluasi terhadap sumber daya manusia, evaluasi terhadap produk dan terhadap segmentasi pasar. Strategi manajemen pemasaran dan evaluasi dilakukan dengan baik serta sesuai dengan ketetapan-ketetapan yang berlaku dikoperasi serba usaha Angging Mammiri.⁸

5. Dalam jurnal manajemen dan bisnis indonesia, tahun 2015, vol 1, judulnya “strategi pemasaran berbasis syariah bagi ritel tradisional agar mampu bersaing dengan ritel modern”. Hasil identifikasi kemampuan bersaing ritel tradisional adalah ritel tradisional belum mampu bersaing dengan ritel modern. Variabel-variabel yang dipertimbangkan untuk melihat kemampuan bersaing ritel tradisional terhadap ritel modern adalah keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan wujud fisik ritel tradisional.⁹
6. Perbedaannya dengan penelitian yang akan peneliti teliti yaitu. Kepemimpinan kepala sekolah dalam Pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04BlangpidieKabupaten Aceh Barat Daya, dalam penelitian ini peneliti akan meneliti mengapa bisa kekurangan siswa yang bersekolah di SDN sedangkan peneliti melihat disitu kinerja guru yang ada di sekolah itu baik dan sekolahnya berada dikalangan masyarakat dan bagaimana peran kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan dibidang promosi sekolah yang berada di SDN 4 Blangpidie, apakah disini kepala

⁸Akademik Pendidikan Sosial, Tahun 2015, Vol 1, Judulnya “Strategi Manajemen Pemasaran Garam Beryodium Pada Koperasi Serba Usaha Angging Mammiri Kota Bauba “

⁹Manajemen Dan Bisnis Indonesia, Tahun 2015, Vol 1, Judulnya “Strategi Pemasaran Berbasisi Syariah Bagi Ritel Tradisional Agar Mampu Bersaing Dengan Ritel Modern”.

sekolah mengelola atau menjalankan strategi pemasarannya dengan baik, maka peneliti ingin meneliti itu lebih dalam lagi.

F. Definisi Operasional

Untuk mencegah terjadinya kesalah pahaman pembaca terhadap istilah-istilah yang terdapat dalam judul, maka dalam hal ini penulis perlu memberikan penjelasan tentang istilah-istilah tersebut yaitu:

a. Kepemimpinan Kepala Sekolah

Kepemimpinan adalah proses memengaruhi atau memberi contoh oleh pemimpin kepada pengikutnya dalam upaya mencapai tujuan organisasi.¹⁰

Menurut Wahjosumijo yaitu kepala sekolah terdiri dari dua kata, yaitu kepala dan sekolah. Kata kepala dapat diartikan ketua atau pemimpin dalam suatu organisasi atau sebuah lembaga. Sedangkan sekolah adalah sebuah lembaga dimana menjadi tempat menerima dan memberi pelajaran. Dengan demikian secara sederhana kepala sekolah dapat didefinisikan sebagai seorang tenaga fungsional guru yang diberikan tugas untuk memimpin suatu sekolah dimana diselenggarakan proses belajar mengajar, atau tempat dimana terjadi interaksi antara guru yang memberikan pelajaran dan murid yang menerima pelajaran.¹¹

Kepemimpinan kepala sekolah disini adalah seorang pemimpin yang memiliki hak dan wewenang dalam mengatur suatu lembaga sekolah dari segala bidang.

¹⁰Rosda Karya, *Pengantar Kepemimpinan Pendidikan*, (Surabaya, Usaha Nasional,2006) h. 10

¹¹Akhmad Sudrajat, *Kopetensi Guru dan Peran Kepala Sekolah*, (Persada, Http A Sudrajat-Www, 2002) h. 30

b. Pengelolaan

Pengelolaan berasal dari kata kelola dan merupakan terjemahan dari kata manajemen, pengelolaan adalah suatu proses untuk menggerakkan, mengorganisasikan dan mengerahkan usaha manusia untuk mencapai tujuannya. Pengelolaan adalah suatu proses untuk menggerakkan suatu lembaga sekolah dalam menjalankan tugas-tugasnya.

c. Pemasaran Pendidikan

Pemasaran pendidikan, beberapa ahli memberikan pengertian yang mengemukakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Dengan kata lain bahwa etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan di kemudian hari.¹²

Pemasaran pendidikan disini adalah suatu proses yang dilakukan pihak sekolah dengan menawarkan mutu dan keunggulan suatu sekolah dalam mengajak calon siswa untuk menimba ilmu di sekolah tersebut.

¹²Buchari, Alma, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2008) h. 41

G. Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan, peneliti akan menjelaskan secara ringkas bab demi bab secara berurutan. Urutan BAB penulisan yang akan disajikan adalah sebagai berikut :

Bab satu merupakan pendahuluan yang mencakup pembahasan tentang: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Kajian Terdahulu, Definisi Operasional, serta Sistematika Penulisan.

Bab dua berisi tentang teori penelitian yang mencakup: Tinjauan Pustaka, Kerangka Pemikiran.

Bab tiga merupakan Metodologi Penelitian yang menguraikan tentang: Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, Uji Keabsahan Data.

Bab empat berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian, pembahasan hasil penelitian dan hasil penelitian.

Bab lima merupakan bab penutup mengenai kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kepemimpinan Kepala Sekolah

1. Pengertian Kepemimpinan

Istilah pemimpin dan kepemimpinan memiliki kata dasar yang sama, tetapi mempunyai makna berbeda. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pemimpin adalah orang yang memberikan bimbingan, menuntut, mengarahkan, dan berjalan didepan. Pemimpin berperilaku untuk membantu orang lain dalam suatu organisasi dengan kemampuan maksimal untuk mencapai tujuan.¹³

Menurut Robbins yang dikutip oleh Sudarwan Danim dan Suparno, kepemimpinan adalah kemampuan mempengaruhi suatu kelompok kearah pencapaian tujuan.¹⁴ Kepemimpinan adalah gaya seseorang dalam memimpin untuk mempengaruhi anggota atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan adanya gaya pengaruh yang ada dalam seseorang pemimpin maka pengikut dari anggota dari kepemimpinan tersebut dapat mengikuti perintah yang diutarakan oleh seseorang pemimpin.

Seorang pemimpin sangat diperlukan dalam suatu organisasi ataupun sebuah lembaga, dikarenakan peran dari seorang pemimpin dapat membangun organisasi menjadi lebih baik dan menjadi semakin berkembang. Setidaknya, ada empat alasan mengapa seorang pemimpin diperlukan, yaitu:

1. Karena banyak orang memerlukan figur pemimpin

¹³Andang, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Yogjakarta:Angkasa Mandiri, 2013), h. 38

¹⁴Sudarwan Danim, Suparno *Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Kekepala Sekolah*, (Jakarta: Bineka Cipta, 2009), h. 3

2. Dalam beberapa situasi, seseorang pemimpin perlu tampil mewakili kelompoknya
3. Sebagai tempat pengambilan resiko bila terjadi tekanan terhadap kelompoknya
4. Sebagai tempat untuk meletakkan kekuasaan.¹⁵

Seorang pemimpin sangat diperlukan di dalam suatu lembaga maupun non lembaga, karena perannya yang sangat dibutuhkan. Sebuah lembaga tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya figur seorang pemimpin untuk mengayomi diberbagai situasi sebagai fitur yang akan menampung berbagai ide dan maupun permasalahan dari anggota kelompok. Seorang pemimpin harus bisa menjadi fasilitator terhadap anggota kelompoknya jika anggota jalan keluar supaya masalah bisa terselesaikan dengan baik.

2. Pengertian Kepala Sekolah

Kepala sekolah berasal dari dua kata yaitu “kepala” dan “sekolah” kata kepala dapat diartikan ketua atau pimpinan dalam suatu organisasi atau sebuah lembaga. Sedang sekolah adalah sebuah lembaga dimana tempat menerima dan memberi pelajaran. Jadi secara umum sekolah atau lembaga dimana tempat menerima dan memberi pelajaran.¹⁶ Kepala sekolah bertanggungjawab dan mempertanggungjawabkan. Kepala sekolah bertindak dan bertanggungjawab atas segala tindakan yang dilakukan oleh bawahan. Perbuatan yang dilakukan oleh

¹⁵Andang, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, h. 38

¹⁶Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*. (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2002) h. 150

para guru, siswa, staf, dan orang tua siswa tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab kepala sekolah.¹⁷

Kepala sekolah merupakan seorang pemimpin dilingkungan sekolahnya yang mempunyai banyak tugas, baik tugas administrasi maupun tugas untuk mengatur program sekolahnya,¹⁸ kepala sekolah bertanggung jawab untuk menjalankan roda organisasi sekolahnya. Fungsi kepala sekolah selain sebagai manajer, juga sebagai pemikiran dan pengembangan. Tugasnya dalam kerangka ini adalah memikirkan kemajuan sekolah. Kepala sekolah dituntut untuk profesional dan menguasai secara baik pekerjaannya melebihi rata-rata personel lain disekolah, serta memiliki komitmen moral yang tinggi pekerjaannya sesuai dengan kode etik profesinya. Sebagai pemimpin kepala sekolah merupakan subjek yang harus melakukan transformasi kemampuannya melalui bimbingan, tuntunan, pemberdayaan, atau ajuran kepada seluruh komunitas sekolah untuk mencapai tujuan lembaga secara efektif dan efisiensi.¹⁹

Sebagai manajer, kepala sekolah mampu bekerja dengan dan melalui wakil-wakilnya itu, atau apa-apa yang terpopuler disebut sebagai “*a good manager is doing the things by other people.*” Manajer yang baik bekerja dengan dan melalui orang lain, tidak melulu dibelunggu oleh urusan teknis, apalagi mengerjakan sendiri nyaris semua tugas sekolah, dan kepala sekolah harus dapat membimbing, mengatur, mempengaruhi, menggerakkan, mengkoordinasikan pelaksanaan tugas-tugas kependidikan dilembaga persekolahan agar berjalan

¹⁷Makalah-Tentang-Kepala-Sekolah, Blogspot.Com,(Senin, 29 Oktober 2018)

¹⁸. Ramli , *Kepemimpinan Transformasional Berbasis Pendidikan*, (Medan, Usu Press, 2008) h. 25

¹⁹Sudarwan Danim, Suparno *Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Ke kepala Sekolah*, h. Kata Pengantar &13

teratur, penuh kerjasama. Kepala sekolah harus mampu menjadi manajer yang efisien dan pemimpin yang efektif. Dia harus mencerminkan tampilan kepala sekolahan sejati, yaitu memiliki kemampuan manajemen dan dapat menampilkan sikap dan sifat sebagai kepala sekolah.

3. Gaya Kepemimpinan

Gaya kepemimpinan Para ahli dalam berbagai bidang telah melakukan penelitian terhadap gaya dalam melakukan kepemimpinan. Dalam melakukan kepemimpinan biasanya seorang pimpinan menggunakan gaya tertentu menjadi ciri khas dalam kepemimpinannya. Pada pokoknya ada tiga gaya kepemimpinan, yakni ²⁰

a. Kepemimpinan Otoriter

Kepemimpinan otoriter ialah kepemimpinan berdasarkan kekuasaan mutlak. Seorang pemimpin otoriter kepemimpinan tingkah laku pengikut-pengikutnya dengan mengarahkan kepada tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Segala keputusan berada disuatu tangan, yakni pemimpin otoriter itu, yang dianggap oleh orang lain dan menganggap dirinya lebih mengetahui dari pada orang-orang lain. Setiap keputusannya dianggap sah, dan pengikut-pengikutnya menerima pertanyaan, kepemimpinan otoriter ini dianggap manusia super.²¹

Gaya kepemimpinan otoriter ini biasanya digunakan kekuasaannya dibentuk kerajaan dimana dengan kekuasaan yang tidak bisa digugat oleh masyarakat sehingga seorang rajakan menjalankan kepemimpinannya berdasarkan

²⁰Onong Uchjana Effedy, *Human Relations dan Public Relations* (Bandung :Mandar Maju, 1993), h. 201

²¹Andang, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* h. 201

kemauan yang dia jalankan. Adapun selain kerajaan gaya kepemimpinan otoriter ini juga dianut oleh pimpinan tentara-tentara, baik tentara yang ada dalam negeri maupun tentara yang ada diluar negeri. Dimana kepemimpinan seseorang tentara tidak bisa disalahkan oleh bawahannya, segala perintah yang diperintahkan oleh pimpinan tentara anak buahnya wajib menjalankannya.

b. Kepemimpinan Demokratis

Kepemimpinan demokratis ialah kepemimpinan berdasarkan demokrasi, yang dipimpin disini, bukan dipilihnya pemimpin itu secara demokratis oleh pengikut-pengikutnya, melainkan cara ia melaksanakan kepemimpinannya secara demokratis.²² Kepemimpinan demokratis ini dimana seseorang pemimpin yang dipilih langsung oleh bawahannya secara langsung. Kepemimpinan dengan gaya ini biasanya pemimpin mengerti tentang keperluan dan kepentingan rakyatnya apa yang diperlukan oleh rakyat ataupun bawahannya.

Kepemimpinan demokratis tipe pemimpin yang berbagai kegiatan yang akan dilakukan dan menetapkan keputusan ditentukan bersama antara pemimpin dengan bawahan (memberi kesempatan partisipasi pada bawahan).²³

c. Kepemimpinan yang Bebas

Adapun kepemimpinan dengan gaya bebas merupakan gaya kepemimpinan yang tidak ada hubungannya dengan gaya otoriter ataupun gaya demokratis. Gaya kepemimpinan seseorang pemimpin sesungguhnya masih banyak lagi akan tetapi pada saat sekarang ini gaya kepemimpinan yang digunakan hanya beberapa saja.

²²Onong Uchjana Effedy, *Human Relations dan Public Relations*..... h. 201

²³Soekarno, Iskandar Putong, *Kepemimpinan*, (Jakarta, Aksara, 2013) h. 20

Adapun gaya kepemimpinan yang baik adalah gaya kepemimpinan dengan menggunakan gaya demokratis, dimana dengan gaya ini seseorang pemimpin dapat menyesuaikan masalah yang ada dalam organisasi ataupun lembaga dengan menyelesaikannya dengan anggota dan bawahannya, ataupun pemimpin tidak mementingkan pendapatnya sendiri memutuskan suatu tujuan. Ada juga tipe dan gaya kepemimpinan menurut Kartini Kartono menjelaskan bahwa tipe kepemimpinan terbagi atas:²⁴

a. Tipe Kharismatik

Tipe ini mempunyai daya tarik dan pembawaan yang luar biasa, sehingga mereka mempunyai pengikut yang jumlahnya besar. Kesetiaan dan kepatuhan pengikutnya timbul dari kepercayaan terhadap pemimpin itu. Pemimpin dianggap mempunyai kemampuan yang diperoleh dari kekuatan yang maha kuasa.

b. Tipe Paternalistik

1. Menganggap bawahannya belum dewasa
2. Bersikap terlalu melindungi
3. Jarang memberi kesempatan bawahan untuk mengambil keputusan
4. Selalu bersikap maha tahu dan maha benar.

c. Tipe Otoriter

Pemimpin tipe otoriter mempunyai sifat sebagai berikut:

1. Pemimpin organisasi sebagai miliknya
2. Pemimpin bertindak sebagai dictator
3. Cara menggerakkan bawahan dengan paksaan dan ancaman

²⁴Kartono, Kartini, *Pemimpin dan Kepemimpinan*, (Jakarta, Pt Raja Grafindo Persada, 1998) h. 115

d. Tipe Militeristik

Dalam tipe ini pemimpin mempunyai sifat sifat:

1. Menuntut kedisiplinan yang keras dan kaku
2. Lebih banyak menggunakan system perintah
3. Menghendaki keputusan mutlak dari bawahan
4. Formalitas yang berlebih-lebihan
5. Tidak menerima saran dan kritik dari bawahan
6. Sifat komunikasi hanya sepihak

e. Tipe Demokrasi

Tipe demokrasi mengutamakan masalah kerjasama sehingga terdapat koordinasi pekerjaan dari semua bawahan. Kepemimpinan demokrasi menghadapi potensi sikap individu mendengarkan saran dan kritik yang sifatnya membangun. Jadi pemimpin menitik beratkan pada aktifitas setiap anggota kelompok, sehingga semua unsur organisasi dilibatkan dalam aktifitas, yang dimulai penentuan tujuan, pembuatan rencana keputusan, disiplin.²⁵

Gaya pemimpin adalah pola perilaku pada saat seseorang mencoba mempengaruhi orang lain dan mereka menerimanya. Kepemimpinan dalam sebuah organisasi yang dipimpinnya bisa berperilaku sesuai dengan yang diinginkan oleh pemimpin untuk mencapai tujuan organisasi. Maka dari itu seorang pemimpin haruslah bisa memahami perilaku individu-individu di dalam organisasi yang dipimpinnya untuk bisa menemukan gaya kepemimpinannya yang tepat bagi organisasinya.

²⁵Ramli Gultom, *Kepemimpinan Transformasional Berbasisi Mutu Pendidikan*,.....h. 55

4. Persyaratan yang Harus Dimiliki Seorang Pemimpin

Menjadi seorang pemimpin bukanlah hal yang mudah. Seorang pemimpin harus memiliki beberapa keistimewaan dari kawan-kawan kelompoknya. Ada tiga bagian penting persyaratan kepemimpinan yang harus dimiliki seseorang pemimpin, yakni:

- a. Kekuasaan yaitu: Kekuatan otoritas dan legalitas yang memberikan wewenang kepada pemimpin guna mempengaruhi dan menggerakkan bawahan untuk membuat sesuatu.
- b. Kewibawaan yaitu: Kelebihan, keunggulan, keutamaan, sehingga orang itu setia kepada pemimpin dan berusaha melakukan perbuatan-perbuatan tertentu.
- c. Kemampuan yaitu: Segala daya, kesanggupan, kekuatan dan kecakapan/keterampilan teknis yang dianggap melebihi dari kemampuan anggota biasa.²⁶

Tiga syarat di atas sangat penting dimiliki oleh seorang pemimpin, dalam menjalankan misinya sebab ketiga syarat tersebut sangat mempengaruhi bawahannya sehingga seorang pemimpin mampu mengatur bawahannya dengan baik.

5. Sifat Seorang Kepemimpinan yang Baik

Kemudian dalam islam seorang pemimpin yang baik adalah pemimpin yang memiliki sekurang-kurangnya 4 (empat) sifat dalam menjalankan kepemimpinannya, yakni:

²⁶. Ramli Gultom, *Kepemimpinan Transformasional Berbasisi Mutu Pendidikan.....*h. 25

- a. Siddiq (jujur) sehingga ia dapat dipercaya
- b. Tabligh (penyampai) atau kemampuan berkomunikasi dan bernegosiasi
- c. Amanah (bertanggung jawab) dalam menjalankan tugasnya
- d. Fathanah(cerdas) dalam membuat perencanaan, visi, misi, strategi dan mengimplementasikannya.²⁷

Keempat sifat tersebut merupakan sifat yang dimiliki rasullah dan menjadi teladan untuk umat bukan hanya pemimpin, saja sebab seorang pemimpin mestinya bersifat jujur sehingga tidak mengecewakan bawahannya, begitu juga dengan sifat tabligh sifat ini sangat penting dalam kesinambungan antara pemimpin dan bawahan. Sehingga proses kerja dan komunikasi bisa berjalan dengan baik begitu pula dengan sifat amanah dan fatanah pastinya punya pengaruh penting terhadap seorang pemimpin.

6. Teori Kepemimpinan

Seorang pemimpin harus mengerti tentang teori kepemimpinan agar nantinya mempunyai referensi dalam menjalankan sebuah organisasi. Beberapa teori tentang kepemimpinan antara lain :

1. Teori Kepemimpinan Sifat

Kepemimpinan berangkat dari pemusatan perhatian pemimpin itu sendiri. Teori sifat berkembang pertama kali di Yunani Kuno dan Romawi yang beranggapan bahwa pemimpin itu dilahirkan, bukan diciptakan yang kemudian teori ini dikenal "*The Greatma Theory*". Dalam perkembangannya, teori ini mendapat pengaruh dari aliran perilaku pemikir psikologi yang berpandangan

²⁷Kartono, *Pemimpin dan Kepemimpinan*.....h. 125

bahwa sifat-sifat kepemimpinan tidak seluruhnya dilahirkan akan tetapi juga dapat dicapai melalui pendidikan dan pengalaman. Sifat-sifat itu antara lain: sifat fisik, mental dan kepribadian. Empat sifat umum yang berpengaruh terhadap keberhasilan kepemimpinan organisasi, antara lain:

a. Kecerdasan

Pemimpin yang mempunyai kecerdasan yang tinggi diatas kecerdasan rata-rata dari pengikutnya akan mempunyai kesempatan berhasil yang lebih tinggi pula. Karena pemimpin pada umumnya memiliki tingkat kecerdasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengikutnya.

b. Kedewasaan dan Keluasan Hubungan Social

Umumnya di dalam melakukan interaksi sosial dengan lingkungan internal maupun eksternal, seorang pemimpin yang berhasil mempunyai emosi yang matang dan stabil. Hal ini membuat pemimpin tidak mudah panic dan goyah dalam mempertahankan pendirian yang diyakini kebenarannya.²⁸

c. Motivasi Diri dan Dorongan Berprestasi

Seorang pemimpin yang berhasil umumnya memiliki motivasi diri yang tinggi serta dorongan untuk berprestasi. Dorongan yang kuat ini kemudian tercermin pada kinerja yang optimal, efektif dan efisien.

d. Sikap Hubungan Kemanusiaan

Adanya pengakuan terhadap harga diri dan kehormatan sehingga para pengikutnya mampu berpihak kepadanya.

²⁸Irfandi Rahman, *Teori Kepemimpinan dalam Manajemen*.[Http://Www. Tugasku. Com/2019/05](http://www.tugasku.com/2019/05)

2. Teori Kepemimpinan Perilaku dan Situasi

Perilaku seorang pemimpin yang mendasarkan teori ini memiliki kecenderungan kearah 2 hal, yaitu:

Pertama yang disebut dengan konsiderasi yaitu kecendrungan seorang pemimpin yang menggambarkan hubungan akrab dengan bawahan. Contoh gejala yang ada dalam hal ini seperti : membela bawahan, memberi masukan kepada bawahan dan bersedia berkonsultasi dengan bawahan.

Kedua disebut struktur inisiasi yaitu kecendrungan seorang pemimpin yang memberikan batasan kepada bawahan. Contoh yang dapat dilihat, bawahan mendapat instruksi dalam pelaksanaan tugas kapan, bagaimana pekerjaan dilakukan dan hasil yang akan dicapai.²⁹

3. Teori Kewibawaan Pemimpin

Kewibawaan merupakan faktor penting dalam kehidupan kepemimpinan, sebab dengan faktor itu seorang pemimpin akan dapat mempengaruhi perilaku orang lain baik secara perorangan maupun kelompok sehingga orang tersebut bersedia untuk melakukan apa yang dikehendaki oleh pemimpin.

4. Teori Kepemimpinan Situasi

Seorang pemimpin harus merupakan seorang pendiagnosa yang baik dan harus bersifat fleksibel, sesuai dengan perkembangan dan tingkat kedewasaan bawahan.

²⁹Irfandi, *Teori Kepemimpinan dalam Manajemen*. [Http://Www. Tugasku. Com/2019/05](http://Www.Tugasku.Com/2019/05)

5. Teori Kelompok

Agar tujuan kelompok (organisasi) dapat tercapai, harus ada pertukaran yang positif antara pemimpin dengan pengikutnya.³⁰

Dalam mengatur bawahannya seorang pemimpin haruslah mengerti beberapa teori, yakni sifat perilaku dan situasi seperti yang tertulis di atas sehingga dengan mudah mengatur dan mengarahkan bawahannya dibidang pekerjaan khususnya.

B. Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Pemasaran Pendidikan

Pemahaman tentang marketing jasa pendidikan sebenarnya tidak lepas dari konsep bisnis dan konsep perusahaan (*corporate*). Namun, konsep marketing dalam dunia pendidikan sudah sejak lama digaungkan di dunia sejak lama, lebih tepatnya pada tahun 1970 di Amerika Serikat.³¹ Di Indonesia penerapan marketing pendidikan masih minim dan bahkan pemahaman tentang marketing dalam pendidikan masih terlalu “tabu”, sedangkan kata *customer needs* merupakan terminologi (*term*) paling benar terhadap makna dari marketing, yaitu kegiatan marketing adalah memuaskan pelanggan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hal ini sama yang diungkapkan oleh Charles W. Lamb, terkait terminologi marketing.³²

³⁰Irfandi, *Teori Kepemimpinan dalam Manajemen*. [Http://www. Tugasku. Com/2019/05](http://www.tugasku.com/2019/05)

³¹Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. Kata Pengantar

³²Charles W. Lamb, Et.Al, *Marketing*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 6

Dinesh K Gupta³³ telah mengemukakan bahwa pemasaran memiliki empat perspektif, diantara lain :

- a. *Marketing as a set of techniques*. Pemasaran adalah sebuah seperangkat teknik, dimana dapat digunakan dan diterapkan diberbagai aspek perencanaan pasar, analisis kebutuhan, dan preferensi masyarakat, aspek pelayanan, aspek evaluasi (respon masyarakat sebagai pengguna atau penikmat).
- b. *Marketing as a philosophy*. Pemasaran adalah sebuah filosofi, sikap, perspektif atau orientasi yang menekankan pada kepuasan pelanggan (konsumen), kepuasan pelanggan adalah prioritas utama dan penting sekali.
- c. *Marketing as an approach*. Pemasaran sebagai suatu pendekatan, yang berupaya untuk melakukan perubahan dalam kelembagaan misalnya dengan cara memasarkan produk pendidikan.
- d. *Customer-driven Marketing*. Pemasaran sebagai suatu cara untuk membangun kemitraan dengan masyarakat.

Berkaitan dengan jasa, dipandang sebagai sesuatu yang rumit. Kata “jasa” (*service*) sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personalservice*) sampai jasa sebagai sebuah produk.³⁴ Lovelock lebih jelas mendeskripsikan jasa sebagai proses produk, dimana suatu proses melibatkan

³³Dinesh K. Gupta, Marketing Of Library And Information Services: Building A New Dis- Cipline For Library And Information Science Education In Asia,(MalaysianJournal OfLibrary&InformationScience, Vol.8,No.2, Dec.2003:95-108), h. 97-98.

³⁴Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani Manajemen Pemasaran Jasa,.....h. 5

input dan mentransformasikannya sebagai output. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau tidak.³⁵

Terkait dengan jasa pendidikan, Kotler maupun ahli pemasaran lainnya, setuju dan sepakat bahwa lembaga pendidikan merupakan salah satu termasuk non-profit *organization*³⁶ yaitu kegiatan melayani konsumen yang berupa murid, siswa, atau mahasiswa dan juga masyarakat umum yang dikenal dengan stakeholder, lembaga pendidikan yang pada hakikatnya bertujuan memberi layanan, akan memberikan layanan tersebut kepada pihak yang ingin dilayani, pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut. Layanan ini dapat dilihat dalam berbagai bidang, mulai dari layanan yang berbentuk fisik, sampai pada layanan yang berbentuk fasilitas dan proses yang bermutu.³⁷

Pemasaran dalam dunia pendidikan kegiatannya lebih ditekankan pada hubungan sekolah dengan kliennya. pemasaran dalam dunia pendidikan sebagai aktivitas sekolah untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan tujuannya, nilai dan produk sekolah kepada siswa, orang tua, staf dan masyarakat luas. Melalui kegiatan promosi ini diharapkan para siswa, orang tua siswa dan masyarakat luas lebih mengetahui hakekat dan keunggulan sekolah sehingga mereka lebih

³⁵Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, h. 3

³⁶Philip Kotler, *Principles Of Marketing, Second European Edition Published* (New Jersey, Usa: Prentice Hall.Inc, 1999), h. 18

³⁷ Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*,h.46

mendukung terhadap pengembangan program sekolah secara keseluruhan. Bagaimanapun baiknya usaha sekolah dalam mengembangkan usaha sekolahnya kalau tanpa disertai dengan komunikasi yang baik terhadap pihak-pihak yang disebutkan di atas, maka pengembangan yang terjadi hanya diketahui oleh warga sekolah saja tanpa diketahui oleh pihak luar sekolah.

2. Karakteristik Jasa Pendidikan

Karakteristik jasa pendidikan yang menjadi pembeda tersendiri dari jasa dibandingkan dengan produk adalah jasa bersifat tidak berwujud dan tidak memiliki dampak perpindahan hal milik. Dalam merencanakan program pemasaran, maka hal yang perlu menjadi analisa adalah sifat dari karakteristik jasa pendidikan itu sendiri³⁸

1. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa pendidikan bersifat kasat mata, sehingga pelanggan jasa pendidikan tidak dapat melihat, tidak dapat diraba, didengar, dicium atau merasakan hasil keluaran pendidikan sebelum mengkonsumsinya. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami oleh konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan). Oleh karena nilai derajat ketidakberwujudannya sangat tinggi, maka jasa pendidikan tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari keluaran yang telah dihasilkan dari proses atau penyelenggaraan pendidikan.

³⁸Philip Kotler, *Principles Of Marketing, Second European Edition Published.....* h. 332

3. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan).Jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu sekolah atau lembaga pendidikan. Jika siswa/mahasiswa mengkonsumsi jasa pendidikan, mereka berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan yaitu lembaga pendidikan itu sendiri. Jasa pendidikan lebih mengutamakan berinteraksi secara langsung dengan skala operasi terbatas.³⁹
4. *Simultan production and consumption* Keterkaitan dengan tidak dapat dipisahkan, jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak pada waktu bersamaan.⁴⁰
5. *Variability* (beraneka ragam), Jasa pendidikan bersifat varian karena merupakan output tidak standar (*non standar ized output*) tidak standar yaitu memiliki banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis yang bergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa pendidikan dihasilkan.
6. *Perishability* (tidak tahan lama), Jasa pendidikan merupakan komoditas yang tidak tahan lama. Sifat tidak tahan lama berarti jasa pendidikan tidak dapat dimasukkan ke gudang atau tidak dapat disimpan sebagai persediaan. Dalam dunia pendidikan, sifat tidak tahan lama dapat dijelaskan dengan kondisi kosongnya kelas atau tidak adanya siswa atau mahasiswa di kelas sehingga menyebabkan hilangnya pendapatan, atau pelajaran hari ini akan lenyap ketika siswa

³⁹Philip Kotler, *Principles Of Marketing, Second European Edition Published.....* h. 649.

⁴⁰Philip Kotler, *Applying Marketing Theory To Collage Admissions, Collage Entrance Ex- Amination Board.* (New York: Prentice Hall. Inc, 1984), h. 302

atau mahasiswa sudah keluar dari lembaga pendidikan jika tidak mengimplementasikan ilmunya.

7. *Ownership* (kepemilikan), siswa atau mahasiswa membayar pendidikan dimuka, dimana pada awalnya mereka tidak mendapat kepemilikan investasi pendidikan apapun. Akan tetapi, setelah membayar, mereka menerima fasilitas pendidikan yang disediakan oleh sekolah, misalnya kartu perpustakaan, KTM/KTS, Laboraturium, seragam, almamater, kalender, bukupedoman perkuliahan, dan lain-lain.⁴¹

Setiap instansi pastinya memiliki karakteristik tersendiri begitu juga dengan lembaga pendidikan tak lepas dari pada karakternya. Baik yang tampak maupun terselubung dan yang terpenting adalah sifat dari pada karakteristik itu sendiri seperti yang peneliti cantumkan di atas.

3. Pendekatan Konsep Marketing dalam Jasa Pendidikan

Pendekatan konsep marketing dalam jasa pendidikan pendekatan yang dimaksud adalah untuk memperoleh kesepahaman antara teori marketing yang identik dengan korporasi atau bisnis kemudian masuk kedalam dunia pendidikan. Ada beberapa tahap perkembangan konsep marketing yang digunakan sebagai pendekatan dalam jasa pendidikan, diantaranya:⁴²

⁴¹Philips Kotler, *Applying Marketing Theory To Collage Admissions, Collage Entrace Ex- Amination Board*, h. 225.

⁴²Philips Kotler, *Principles Of Marketing, Second European Edition Published.....h. 17-19*

1. Pendekatan Konsep Produk (*The Product Concept*)

Etika posisi lembaga pendidikan semakin kuat dan pondasi kepercayaan dari masyarakat semakin tinggi (*trust*), maka pendekatan ini lebih cocok digunakan. Pendekatan ini disebut juga dengan pendekatan “selera produsen”, dikarenakan lembaga pendidikan selaku produsen pendidikan menghasilkan produk yang sangat baik, bermutu, menurut ukuran atau selera produsen sendiri, bukan menurut kehendak konsumen (*stakeholder*). Pendekatan ini mengesampingkan permintaan konsumen, sehingga yang terjadi adalah kepercayaan satu arah dalam mutu pendidikan. Pendekatan ini akan berhasil manakala lembaga pendidikan sudah kuat dan kokoh di mata masyarakat terkait dengan mutu dan kualitasnya.⁴³

2. Pendekatan Konsep “Penjualan” (*The Selling Concept*)

Pendekatan ini berasumsi bahwa lembaga pendidikan jika ingin meningkatkan mutu pendidikan, memperbanyak konsumen agar tertarik, dan supaya dikenal masyarakat luas adalah dengan jalan promosi secara besar-besaran dengan maksud bahwa lembaga pendidikan tersebut layak jual dan masyarakat bisa dipengaruhi, dimotivasi, dan dirangsang untuk membeli jasa pendidikan. Lembaga pendidikan yang dijual dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

⁴³Philip Kotler, *Principles Of Marketing, Second European Edition Published.....h.*
17-19

3. Pendekatan Konsep “Pemasaran” (*The Marketing Concept*)

Pendekatan ini merupakan antonim dari pendekatan menjual, yaitu pendekatan yang menitik beratkan pada apa yang diinginkan oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan. Pendekatan ini tidak berarti bagaimana menjual jasa agar laris manis di pasaran yang tidak peduli sesudah itu, namun pendekatan marketing ini lebih namun berorientasi jangka panjang.⁴⁴

Untuk melakukan pendekatan seorang marketing tidak bisa melakukan begitu saja tentunya harus melewati beberapa tahap yang apabila tahap tersebut bisa dilewati maka pendekatan semakin mudah dilakukan.

4. Elemen Strategik Marketing Jasa dalam Pendidikan dan Menyelenggarakan Pendidikan

Manajer pendidikan harus mempunyai beberapa plan yang nantinya akan menjadi program keunggulan sekolah. Perencanaan yang dibuat oleh seorang manajer harus mampu menjawab tantangan pendidikan yang terjadi di masa yang akan datang. Penglihatan manajer terhadap isu-isu pendidikan, menjadi penting demi keberlangsungan lembaga pendidikannya. Jika manajer pendidikan tidak mempunyai perencanaan yang matang, maka lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan tidak lagi dipercaya oleh masyarakat. Tentu hal ini akan berakibat fatal terhadap kualitas dan kredibilitas lembaga pendidikan tersebut.

⁴⁴Philip Kotler, *Principles Of Marketing, Second European Edition Published.....h.*
35-37

1. Analisis Pasar Pendidikan (*Market Analysis*)

Setiap institusi pendidikan, apakah itu dalam jenjang pendidikan dasar (SD/MI), pendidikan menengah (SMA/MA/SMK), atau pendidikan tinggi (Universitas, Institut, Sekolah Tinggi, Politeknik, Akademik) mengalami perubahan lingkungan yang cepat dan persaingan yang semakin ketat.⁴⁵ Berbagai permasalahan pendidikan yang dialami oleh institusi pendidikan dengan adanya berbagai perubahan lingkungan (*environment change*) dan persaingan pasar yang semakin kompetitif. Persaingan pasar tersebut berupa kekuatan produk jasa yang melekat pada masyarakat (*brand merk*), demografi, sosial-ekonomi, kebudayaan, teknologi, kompetitor pendidikan dan sebagainya. Permasalahan tersebut akan menjadi hambatan manakala manajer pendidikan tidak bisa memecahkannya. Pasar pendidikan adalah objek sasaran dalam menyelenggarakan pendidikan yang berupa lingkungan, SDM, dan iklim budaya. Sementara lingkungan pemasaran pendidikan adalah tempat dimana institusi pendidikan harus memulai usahanya dalam menyelenggarakan pendidikan.⁴⁶

Sebagaimana yang disebutkan oleh Kotler, bahwa pemasaran memiliki hubungan timbal balik dengan lingkungannya. Maka dalam pemasaran jasa pendidikan juga mempunyai hubungan timbal balik dengan lingkungan pendidikan, oleh karena pendidikan termasuk dalam terminologi jasa, maka otomatis keterkaitan dengan pelanggan sangat erat dibandingkan dengan sebuah

⁴⁵Muhardi, Analisis Pasar Perspektif Mahasiswa Baru Ditinjau dari Visi, Misi, Bauran Pemasaran, dan Citra Institusi Pendidikan Tinggi; Jurnal Statistika, Vol.9 No.2, 89–98 edisi Nopember 2009, h. 89

⁴⁶Philip Kotler and Karen F.A. Fox, *Strategic Marketing For Educational Institutions* Second European Edition Published (New Jersey, Usa: Prentice Hall. Inc, 1995), h. 57&172

produk. Jasa lebih menitik beratkan pada kepuasan layanan terhadap pelanggannya, dengan memperhatikan kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Jasa pendidikan akan memperoleh kekuatan pangsa pasar bila memiliki hubungan baik dengan lingkungan pasar. Oleh karena itu, analisis pasar dalam marketing jasa pendidikan mutlak diperlukan.

2. Segmentasi Pemasaran

Salah satu kunci institusi pendidikan adalah terletak pada proses segmentasi, yaitu jawaban dari pertanyaan tersebut. Jika institusi pendidikan memaksakan diri untuk melayani semua lapisan pelanggan tanpa strategi segmentasi.

Kriteria layanan jasa pendidikan beberapa kriteria dalam menilai sebuah lembaga pendidikan apakah berkualitas atau tidak, harus didasari pengetahuan beberapa komponen dibawah ini:

- a. Layanan sekolah
- b. Guru dan staf sekolah
- c. Sarana dan prasarana
- d. Akuntabilitas⁴⁷
- e. Perbaikan mutu yang berkelanjutan

5. Sasaran Pemasaran Lembaga Pendidikan

Sasaran pemasaran lembaga pendidikan adalah calon peserta didik dan orang tua peserta didik, serta masyarakat luas pada umumnya. Masyarakat luas termasuk di dalamnya pengguna lulusan. Segmen pasar di sektor pendidikan

⁴⁷Mogatrody dan Morgan, *Total Quality Management And The Shcool Philadhelpia*, (Open University Press 1993) h. 76

meliputi pasar internal dan pasar eksternal. Pasar internal meliputi pengelola sekolah dan jajaran di atasnya, staf sekolah (guru dan tenaga kependidikan lainnya), pengawas, siswa yang sedang bersekolah orang tua siswa yang sedang bersekolah. Pasar eksternal meliputi calon siswa, calon orang tua siswa, alumni, calon staf, institusi pendidikan lainnya, masyarakat di sekitar sekolah, lembaga komersial dan industri, yayasan pendidikan, kantor standart 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.

Penggalakan pasar internal dan eksternal perlu ditingkatkan. Awal kegiatan dimulai dari terwujudnya kualitas input, proses dan output lembaga pendidikan. Komponen input meliputi calon siswa, sarana, prasarana, tenaga guru, pegawai yang memenuhi standart kualitas tertentu, bukan ala kadarnya atau asal ada. Untuk mewujudkanitu tentunya harus ada seleksi yang cukup memadai sehingga diperoleh input yang memenuhi standar kriteria minimal, bukan di bawah standart minimal. Komponen proses meliputi proses penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran.

6. Implementasi Pemasaran

Implementasi pemasaran Kegiatan yang perlu dilakukan yaitu pendekatan dan teknis pemasaran, implementasi rencana pemasaran, evaluasi proses pemasaran.⁴⁸

⁴⁸<https://Ifitita Arika. Wordpress. Com/2019/05/21/Pemasaran-Lembaga-Pendidikan>

a. Pendekatan dan teknik pemasaran berbagai pendekatan dan teknik pemasaran dapat dilakukan melalui kata-kata, tulisan, dan tindakan. Berikut ini pendekatan dan teknik pemasaran yang dijabarkan yaitu: melalui orang, prospektus, brosur, pamflet, bahan tertulis lainnya, media periklanan, kegiatan sore hari atau even lainnya, video promosi, promosi kelompok, dan teknik komunikasi lainnya.⁴⁹

1) Pemasaran melalui orang komunikasi lisan perlu dilakukan oleh setiap individu. Komunikasi ini perlu dikelola secara baik. Terkait dengan program humas, komunikasi lisan yang perlu dikelola dengan baik yaitu siswa, orang tua, para pejabat profesional, dan masyarakat. Siswa dan orang tua siswa merupakan pasar internal suatu lembaga pendidikan. Untuk itu pihak lembaga pendidikan perlu melakukan komunikasi yang baik terhadap siswa dan orang tua siswa. Para pejabat profesional, guru-guru senior, kepala sekolah dari sekolah lain juga perlu ada komunikasi yang baik, sering kali orang tua bila menghadapi masalah tentang anaknya mereka terkonsultasi dengan pejabat profesional ini. Selanjutnya masyarakat juga diajak berkomunikasi masyarakat dapat menjadi kekuatan penentu image sekolah di masyarakat secara luas.

2) Buku sebaran (*prospektus*), brosur dan pamphlet teknik pemasaran lembaga pendidikan dapat dilakukan melalui penyebaran informasi dengan buku-buku sebaran/prospektus brosur dan pamflet. Prospektus didesain menjadi dokumen promosi yang atraktif. Brosur didesain untuk menyajikan dokumen singkat yang digunakan untuk mewadahi prospektif orang tua dalam mengadakan

⁴⁹<https://IfititaArika.wordpress.com/2019/05/21/Pemasaran-Lembaga-Pendidikan>

kontak dengan sekolah. Pamflet disajikan dalam lembaran tunggal untuk menyajikan informasi. Semua bentuk dokumen tersebut dideskripsikan secara detail sehingga memudahkan pembaca untuk memahaminya.

3) Bahan tulisan lainnya selain *prospektus*, brosur dan pamflet, bentuk tulisan yang lain bisa digunakan untuk memasarkan lembaga pendidikan. Tulisan yang dimaksud berupa identitas lembaga (logo disertai tulisan singkat identitas lembaga), surat menyurat secara umum, informasi aplikasi pekerjaan, surat kabar, pilihan kurikulum sekolah dan *booklet*, rapor sekolah atau catatan prestasi siswa, surat dan informasi tentang kunjungan sekolah, laporan khusus untuk orang tua siswa.⁵⁰

4) Media lokal dan nasional bisa digunakan untuk mempromosikan sekolah. Berbagai media elektronik juga sangat efektif untuk dimanfaatkan sebagai media promosi sekolah. Sekolah juga dapat mendirikan sendiri media promosi ini misalnya stasiun radio atau televisi.

5) Periklanan sekolah dapat mengiklankan programnya di koran, majalah, radio, televisi baik lokal maupun nasional. Materi dalam iklan antara lain lowongan tenaga guru atau staf sekolah, kejadian-kejadian di sekolah, rekrutmen siswa. Yang perlu diperhatikan dalam membuat iklan, yaitu:⁵¹

- a. Iklan disajikan secara atraktif dan dapat dilihat/didengar dengan baik.
- b. Iklan dapat mengangkat nama baik dan lokasi sekolah secara jelas.

⁵⁰<https://iftitaarika.wordpress.com/2019/05/21/pemasaran-lembaga-pendidikan>

⁵¹<https://iftitaarika.wordpress.com/2019/05/21/pemasaran-lembaga-pendidikan>

- c. Apabila suatu event disampaikan, tanggal, waktu dan informasi masukan yang lain hendaknya disajikan secara tepat.
- d. Klien yang potensial akan menanyakan tentang bagaimana cara merespon atau mengontak sekolah secara detail. Untuk itu sekolah hendaknya menyiapkan informasi yang dibutuhkan klien ini.

6) Kegiatan "terbuka" sore hari atau event lainnya Kegiatan sekolah untuk menerima kehadiran orang tua siswa atau masyarakat pada sore hari atau waktu-waktu lain yang ditentukan dapat menambah wawasan masyarakat tentang sekolah. Masyarakat bisa mengamati dan menanyakan program-program sekolah sehingga masyarakat memiliki persepsi yang bagus tentang sekolah. Kegiatannya dapat disajikan dalam bentuk:⁵²

- a. *Open days/evening* (hari-hari yang bisa dimanfaatkan masyarakat untuk mengobservasi kegiatan dan produk sekolah)
- b. Budaya sekolah dan kegiatan olah raga kegiatan ini bisa melibatkan pemuda di sekitar sekolah, calon-calon siswa atau masyarakat yang lain. Kegiatan drama juga bisa dilakukan. Media massa bisa diminta untuk meliputi kegiatan ini.
- c. Partisipasi dalam kompetisi Kegiatan lomba olah raga, kuis, proyek desain dapat meningkatkan kesempatan publikasi dan promosi sekolah.
- d. Pelibatan orang tua dalam kegiatan sekolah Orang tua yang melihat kegiatan sekolah, berinteraksi dengan staf dapat memperkuat kepercayaannya dalam membantu program sekolah.

⁵²<https://IfititaArika.wordpress.com/2019/05/21/Pemasaran-Lembaga-Pendidikan>

7) Video Promosi Promosi lewat video bisa digunakan untuk kalangan dalam sekolah yang dapat digunakan siswa baru agar lebih memahami tata cara melakukan belajar yang baik dan informasi lain yang diperlukan siswa. Selain itu dalam video dapat disajikan kepada masyarakat luas untuk lebih mengenal kualitas proses dan hasil pendidikan lembaga yang bersangkutan.

8) Promosi Kelompok Beberapa sekolah dapat mempromosikan program sekolah secara kolaborasi. Melalui program ini sekolah dapat mempromosikan keunggulan dan kontinuitas program.⁵³

3. Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan

Kepemimpinan adalah suatu proses mempengaruhi orang-orang lain atau kelompok agar mereka berbuat untuk mencapai tujuan yang telah di tentukan.⁵⁴ Jadi sebagai seorang pemimpin kepala sekolah harus bisa mempengaruhi dan menggerakkan seluruh bawahannya agar dapat seoptimal mungkin sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. gaya kepemimpinan merupakan cara tau teknik seseorang dalam menjalankan suatu kepemimpinan.

Kepala sekolah adalah pemimpin pendidikan yang mempunyai peranan yang sangat besar dalam mengembangkan mutu pendidikan di sekolahnya harus memperoleh pengakuan sebagai pemimpin. Untuk itu ia harus memiliki kecakapan. Kepala sekolah harus dapat meyakinkan kelompok, bahwa cara, hasil, dan waktu yang telah ditetapkan adalah tepat dan benar. Dalam hasil ini bukan

⁵³<https://iftitaarika.wordpress.com/2019/05/21/pemasaran-lembaga-pendidikan>

⁵⁴Ramli Gultom, *Kepemimpinan Transformasional Berbasis Mutu Pendidikan*, h. 23& 27

berarti bahwa kepala sekolah sendiri yang menetapkan cara, hasil, dan waktu tersebut. Ketentuan itu tidak hanya dapat diambil dari pihak atasan, tetapi juga dapat diambil dari bawahan.

Kepala sekolah merupakan salah satu komponen pendidikan yang berpengaruh dalam meningkatkan kinerja guru. Keberhasilan pendidikan sekolah sangat ditentukan oleh keberhasilan kepala sekolah dalam mengelola tenaga kependidikan yang tersedia di sekolah.

Pemasaran adalah sebagai pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi lembaga pendidikan berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu *stakeholder* atau pun masyarakat sosial pada umumnya dan pemasaran disekolah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberi kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus menerus dan kesinambungan dengan demikian bahwa pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan oleh sekolah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat.⁵⁵

Bertitik tolak dari seorang pemimpin atau kepala sekolah, selaku pemimpin ia harus mampu mengelola sekolahnya dengan baik. Sebab pemimpin atau kepala sekolah merupakan daya penggerak dari sumber-sumber dan alat yang tersedia. Dalam usaha pencapaian pemasaran pendidikan yang bergerak dalam sektor pelayanan dan kepuasan konsumen untuk memperoleh laba maka diperlukan teknik yang baik. Untuk itu, pemimpin tentu mempunyai sifat-sifat

⁵⁵Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di Min Muhammadiyah Banjar Basin Kebonarum Klaten, Jurnal Pemasaran Pendidikan, (Rabu, 31 Oktober 2018)

atau ciri-ciri yang menentukan keberhasilan sebagai *top figur* yang mampu menggerakkan dan mengajak serta mendorong para bawahannya untuk bekerja sama untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Komponen proses pemasaran lembaga pendidikan pemasaran lembaga pendidikan perlu dilakukan secara sistematis. Kegagalan yang sering terjadi dalam proses pemasaran lembaga pendidikan adalah kurang adanya perencanaan dan bahkan banyak lembaga pendidikan yang langsung implementasi tanpa adanya perencanaan yang mendahuluinya. Pemasaran lembaga pendidikan yang tepat dilakukan melalui proses perencanaan untuk menganalisis kebutuhan lembaga pendidikan dan analisis pasar, implementasi pemasaran, dan evaluasi serta tindak lanjut pemasaran. Dalam hal ini ada 2 strategi pemasaran yaitu: ⁵⁶

1. Analisis lingkungan internal

Dalam memasarkan sekolah diperlukan riset untuk mempermudah mencapai tujuan. Terlebih dahulu yang harus dilakukan adalah menganalisis terhadap kekuatan internal sekolah yaitu seperti tempat yang strategis atau lokasi dan lingkungan sekolah, produk yang bermutu, pelayanan pembelajaran, harga yang kompetitif, biaya masuk sekolah, promosi yang gencar, kegiatan promosi, alat promosi, sarana dan prasarana, humas, kepala sekolah, staf dan guru.

2. Analisis lingkungan eksternal

Disamping menganalisis kedalam, juga perlu melakukan analisis keluar analisis ini untuk mengidentifikasi cara-cara dalam perubahan-perubahan lingkungan secara tidak langsung yang mempengaruhi organisasi. Di samping itu,

⁵⁶Lili Amalia, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Smp Harapan Baru Bekasi*, 2017, h. 12 & 13

organisasi perlu mengidentifikasi lingkungan yang terdiri dari kebutuhan dan keinginan konsumen, biaya konsumen, kenyamanan, komunikasi.⁵⁷

Implementasi peran pemimpin kepala sekolah dalam pemasaran pendidikan. Dalam pemasaran, peran seorang pemimpin ialah merumuskan strategi pemasaran jasa pendidikan yang berimplikasi pada tujuan sekolah yang diantaranya ialah, memiliki konsumen yang dituju siswa, mengidentifikasi keinginan konsumen, serta menentukan bauran jasa pendidikan. Strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan pasar sasaran jasa pendidikan. Setiap tahapan yang dilakukan dalam menetapkan strategi pemasaran harus tertuju kepada pencapaian kepuasan pelanggan. Selain itu, peran dari seorang pemimpin ialah membangun kepercayaan dan kepuasan terhadap para konsumen dengan melihat hal tersebut kita akan melihat bahwasanya seorang pemimpin atau kepala sekolah harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan internal dan eksternal organisasi. Dengan membangun kepercayaan yang baik maka pemasaran jasa yang telah dirumuskan akan terlaksana dengan baik.⁵⁸

Kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan, hambatan dan kekurangan pengelolaan pemasaran sekolah yang diimplementasikan oleh sekolah dalam peningkatan minat peserta didik yaitu manajemen belum tepat, komite kurang terlibat aktif, yayasan belum terlibat, penyebaran brosur kurang efektif, jangkauan pemasaran kurang luas, belum memiliki dokumen strategi pemasaran sekolah, dan belum mampu memastikan

⁵⁷Lili Amalia, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*.....2017, h. 12 & 13

⁵⁸Peran Kepemimpinan dalam Pemasaran Pendidikan, [Http:Bajoel Kesoepen. Blogspot. Com](http://BajoelKesoepen.blogspot.com), (Rabu 30 April 2019)

dan mengkomunikasikan bahwa jasa yang ditawarkan relevan dengan kebutuhan masyarakat.⁵⁹

Hambatan dan kekurangan strategi pemasaran dalam peningkatan pelanggan setiap strategi perlu dievaluasi guna mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki, dipertahankan, ataupun ditingkatkan. Strategi pemasaran sekolah dalam peningkatan minat peserta didik. Hambatan dan kekurangan yang ada perlu ditinjau ulang sebagai bahan untuk merevisi strategi di waktu yang akan datang. Hambatan dan kekurangan strategi dapat menyebabkan tujuan yang ditetapkan tidak tercapai. Demikian pula dengan strategi pemasaran yang diimplementasikan oleh sekolah belum mencapai tujuan yang diharapkan. Hal ini dikarenakan ada beberapa hambatan dan kekurangan:

1. Jumlah SDM yang terlibat terbatas dan memiliki tugas pokok dan fungsi yang lain,
2. Tidak ada diferensiasi,
3. Manajemen waktu yang tidak tepat (kegiatan pemasaran terlambat dimulai, beberapa sekolah yang dikunjungi sedang sibuk)
4. Penyebaran brosur tidak efektif
5. Jangkauan pemasaran kurang jauh,
6. Tidak mengunjungi sekolah yang dikunjungi tahun lalu
7. Keterbatasan dana promosi
8. Yayasan belum terlibat/dilibatkan dalam kegiatan pemasaran

⁵⁹Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 5, No. 1, April 2019

9. Belum memiliki dokumen strategi pemasaran sekolah dan belum mampu memastikan dan mengkomunikasikan bahwa sekolah hadir untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.⁶⁰

Senada dengan hasil penelitian Asrori (2016), hambatan strategi pemasaran yang serupa juga dialami oleh SMA Islam Nurul Amanah yaitu hambatan yang berasal dari faktor internal (belum maksimal dalam melakukan sosialisasi dan persepsi masyarakat terkait hafalan AlQur'an yang menjadi beban bagi anak) dan eksternal sekolah (persaingan antar lembaga pendidikan). Hambatan-hambatan yang ada dapat diatasi dengan melakukan berbagai upaya perbaikan misalnya menjalin hubungan dan melibatkan berbagai pihak terkait dalam mengembangkan strategi pemasaran sekolah. Pelanggan, komplemen, dan pihak terkait lainnya perlu diedukasi sehingga implementasi strategi dapat berjalan sesuai dengan perencanaan dan mencapai tujuan yang diharapkan.⁶¹

Kepala sekolah sebagai pemimpin sekaligus manager dapat bekerjasama dengan wakil kepala sekolah dan pihak-pihak terkait untuk memasarkan sekolah. Hal ini telah dilakukan oleh kepala dan wakil kepala Madrasah Ibtidaiyah Nurul Islam Pongangan Gresik yang berupaya menggandeng tokoh masyarakat dalam memasarkan sekolah. Selain itu, sekolah dapat menganalisis permasalahan pemasaran melalui musyawarah bersama dalam pemecahan masalah dan selalu menjalin hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang mendukung tercapainya tujuan sekolah. Terkait dengan perkembangan teknologi, kegiatan pemasaran

⁶⁰Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 5, No. 1, Mei 2019

⁶¹Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 5, No. 1, Mei 2019

yang dilakukan perlu mencocokkan sumber informasi dengan kebutuhan siswa. Melalui pemanfaatan teknologi yang maksimal, dan komunikasi yang transparan dan terkoordinasi antar pihak dalam kegiatan pemasaran sekolah, tujuan dapat dicapai dengan lebih efisien dan efektif.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan peneliti gunakan adalah untuk mengetahui kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie Aceh Barat Daya yang sesuai dengan rumusan masalah, maka peneliti akan menggunakan jenis penelitian kualitatif.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati⁶².

Dalam jenis penelitian kualitatif data yang dihasilkan ialah berupa kata-kata, kalimat dan gambar yang dapat menjelaskan bagaimana kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie Aceh Barat Daya.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian hendak dilakukan atau suatu tempat dimana peneliti menemukan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan.

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah di SDN 04 Blangpidie Aceh Barat Daya yang beralamat di Jalan Lijimlhok Desa Gulumpang Payong Kec.

⁶²Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung,: Remaja Rosdakarya, 2002) h. 9

Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya, Prov. Aceh. Peneliti melakukan penelitian di sekolah ini karena sekolah ini mengalami kekurangan siswa, sedangkan tahun-tahun sebelumnya tidak pernah terjadi kekurangan siswa, Oleh sebab itu perlu diketahui bagaimana sistem yang dilakukan kepala sekolah yang sekarang ini saat melakukan pengelolaan pemasaran.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, tempat atau benda yang diamati bersangkutan dengan yang persoalan yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang lebih terarah.

Subjek pada penelitian ini adalah yang pertama kepala sekolah alasan peneliti memilih kepala sekolah adalah beliau pemimpin yang berpengaruh dalam pemasaran pendidikan di sekolah dan kepala sekolah disini orang yang bertanggungjawab dalam segala hal yang menyangkut dengan sekolah. Yang kedua adalah guru (satu orang), alasan peneliti memilih guru adalah karena beliau guru yang ikut kerjasama dalam pengelolaan pemasaran pendidikan dan guru ini beliau sudah lama mengabdikan di sekolah tersebut dan dalam kegiatan apapun beliau selalu ikut terlibat, dan yang ketiga komite sekolah (ketua komite satu orang), alasan peneliti memilih komite sekolah ini adalah komite yang peneliti pilih ini adalah ketuanya dan beliau juga ikut terlibat dalam pemasaran sekolah.

D. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai alat bantu untuk mempermudah pengumpulan data secara sistematis. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

observasi, wawancara dan dokumentasi. Secara rinci dapat dilihat dalam penjelasan berikut:

a. Observasi

Observasi dalam penelitian ini menggunakan observasi langsung, yaitu mengamati dan mencatat terhadap gejala, kejadian di tempat terjadi atau berlangsungnya kejadian peristiwa, menurut pengamatan penelitian saat berada bersama objek yang diamati. Dalam hal ini yang diobservasi adalah kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya.

b. Wawancara

Metode *interview* atau wawancara dipergunakan sebagai cara untuk memperoleh data dengan jalan mengadakan wawancara dengan sumber atau responden.⁶³ Adapun jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara dan pewawancarannya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.⁶⁴ Wawancara yang peneliti lakukan dengan kepala sekolah, guru, dan komite sekolah untuk menggali agar mendapatkan informasi mengenai kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh kepala sekolah yang menyangkut penelitian peneliti. Pada saat proses wawancara peneliti dilengkapi alat perekam dengan menggunakan *handphone* sebagai alat yang penting dalam proses penelitian.

⁶³Hariwijaya & Bisri M. Djaolani, *Pedoman Menyusun Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Siklus, 2004), h. 45

⁶⁴Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009), h. 186

c. Dokumentasi

Peneliti mengumpulkan informasi-informasi tertulis seperti catatan harian, dokumen resmi sekolah, baik itu berupa layanan sekolah yang diterapkan kepada siswa, foto, ataupun berupa kegiatan yang berhubungan dengan pelaksanaan proses pengelolaan pemasaran. Peneliti juga mengambil gambar dari setiap kegiatan yang dilakukan oleh kepala sekolah, pengumpulan data ini dilakukan terus menerus oleh peneliti hingga penelitian ini berakhir pada saat peneliti telah memperoleh semua data secara lengkap mengenai penelitian ini sehingga terjadi kejenuhan data.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁶⁵

Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas. Komponen dalam analisis data⁶⁶

⁶⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2008), Cet. Iv, h. 244

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif.....*, (Bandung : Alfabeta, 2008), Cet. Iv, h. 246-252.

1) Reduksi Data

Data yang diperoleh dari laporan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Fokus penelitian yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie.

2) Penyajian Data

Penyajian data penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dalam penyajian data peneliti memberikan makna terhadap data yang didapat dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, guru, dan komite sekolah juga dari hasil observasi yang didapat peneliti.

3) Verifikasi atau Penyimpulan Data

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, pemeriksaan keabsahan data peneliti berdasarkan atas dasar kriteria-kriteria tertentu, untuk menjamin kepercayaan data yang peneliti

peroleh melalui penelitian. Kriteria keabsahan data yang dilakukan Sugiyono, kriteria tersebut ada empat macam yaitu: (1) *credibility*, (2) *trasferability*, (3) *dependability*, dan (4) *confirmability*. Akan tetapi akan menggunakan kriteria keabsahan data yaitu:

Kredibilitas

Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain peneliti lakukan dengan cara yaitu:⁶⁷

1. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan merupakan situasi di mana peneliti kembali kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan antara peneliti dan narasumber akan semakin terbentuk, semakin akrab, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi. Dalam perpanjangan pengamatan peneliti menguji data yang telah diperoleh dengan cara mengecek kembali kelapangan benar atau tidak.⁶⁸

Fokus peneliti yang akan dilakukan adalah bagaimana kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4Blangpidie.

2. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Meningkatkan ketekunan maka peneliti memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diamati.

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017), Cet. 25, h. 270

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, (Bandung : Alfabeta, 2017), Cet. 25, h.271

Sebagai bekal peneliti meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku, hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait dengan temuan di lapangan.⁶⁹ Fokus penelitian yang akan dilakukan adalah bagaimana kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4Blangpidie.

3. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Peneliti menggunakan data yang diperoleh dari wawancara, lalu dicek dengan observasi dan dokumentasi.

4. Diskusi Teman Sejawat

Peneliti melakukan diskusi dengan teman sejawat tentang data yang telah peneliti peroleh dilapangan untuk memastikan kredibilitas data. Fokus penelitian yang akan dilakukan adalah bagaimana kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie.

5. Analisi Kasus Negative

Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah ditemukan. Jika peneliti menemukan data yang bertentangan maka peneliti harus melihat lebih lanjut lagi tentang data tersebut hingga tidak ada lagi data yang bertentangan. Dengan demikian temuan penelitian menjadi lebih kredibel.

⁶⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, (Bandung : Alfabeta, 2017), Cet. 25, h. 272

6. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi yang dimaksud disini yaitu adanya pendukung untuk membutuhkan data yang diperoleh peneliti. Misalnya, data dari wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara. Data tentang interaksi manusia atau gambar suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto.⁷⁰

7. Mengadakan *Membercheck*

Membercheck adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.⁷¹ Fokus penelitian yang akan dilakukan adalah bagaimana kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie.

⁷⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, (Bandung : Alfabeta, 2017), Cet. 25, h. .275.

⁷¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, (Bandung : Alfabeta, 2017), Cet. 25, h. 276

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SDN 04 Blangpidie pada tanggal 7 september 2019. Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi dengan kepala sekolah, guru dan komite untuk mendapatkan keterangan tentang kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie.

SDN 04 Blangpidie merupakan salah satu sekolah dasar yang beradidikabupaten aceh barat daya, Bangunan sekolah ini dikelilingi perumahan warga, dan SDN 04 Blangpidie beralamatJalan Lijimlhok Desa Gulumpang Payong Kec. Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya, Prov. Aceh.⁷²

1. Identitas SD Negeri 04 Blangpidie

Adapun profil SDN 4 Blangpidie secara rinci yaitu:⁷³

- a. Nama sekolah : Sekolah Dasar Negeri 04 Blangpidie
- b. Nama kepala Sekolah : Suharmiati, S.Pd.
- c. Nomor statistik sekolah : 100161704004
- d. Tipe sekolah : A/A1/A2/B/B1/B2/C/C1/C2
- e. Status sekolah : Negeri
- f. Alamat : Jalan liejimlhok
- g. Kecamatan : Blangpidie
- h. Kabupaten/kota : Aceh Barat Daya
- i. Provinsi : Aceh
- j. Kode pos : 2376

⁷²Data Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019

⁷³Data Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019

- k. Telepon :065901643
 l. Tahun berdiri sekolah :1986
 m. Sumber Listrik : PLN
 n. Luas lahan : 1, 392m²
 o. Akreditasi : A
 p. Email :sdn_gelumpangpayong@yahoo.com

2. VISI dan MISI SDN 4 BLANGPIDIE

a. Visi sekolah

”Menciptakan Sekolah Unggul dalam berprestasi disiplin lingkungan sehat dan asri serta terhubungnya manusia yang berakhlakul kharimah”

b. Misi Sekolah:

1. Menciptakan proses pembelajaran secara aktif, kreatif, partisipasi, dan menyenangkan.
2. Membina hubungan harmonis dengan masyarakat, pendidikan dan anak didik
3. Membangun jiwa spritual intelektual dan emosional yang berimbang
4. Menghasilkan lulusan yang berkualitas dan lulusan di sekolah sekolah-sekolah berprestasi.
5. Menerapkan sikap di siplin dan bertanggung jawab
6. Mengembangkan nilai-nilai budi pekerti luhur dan bertaqwa terhadap tuhan yang maha esa
7. Meningkatkan profesional guru / personalial.

c. Tujuan:

1. Meningkatkan perilaku budi pekerti luhur.
2. Meningkatkan imtaq dan iptek
3. Meningkatkan keterampilan siswa dengan bakat serta minat.
4. Meningkatkan kepribadian dan seutuhnya.
5. Mempersiapkan siswa untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi (Wajar 9 tahun).

6. Meningkatkan profesionalisme personal.⁷⁴

3. Keadaan Objektif Sekolah, Guru, Siswa, dan SaranaPrasarana di SDN 4 Blangpidie

a. Keadaan Objektif Sekolah⁷⁵

1. Luas lahan/tanah :1.392 m²
2. Luas tanah terbangun :356 m²
3. Luas tanah siap bangun :390 m²

b. keadaan Guru

SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya mempunyai tenaga pengajar dan pegawai, untuk lebih jelasnya dapat dilihat daftar perincian dan pegawai pada tabel berikut ini.⁷⁶

Tabel 4.1 jumlah guru dan pegawai SDN 4 Blangpidie

NO	Status Guru	Jumlah
1	Guru tetap/ PNS	9 orang
2	Pegawai tetap/ PNS	2 orang
3	Guru tidak tetap/Non PNS	3 orang
	Jumlah	14 orang

Sumber Data: dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya tahun 2019

c. Keadaan Siswa

Jumlah siswa dan siswi SDN 4 Blangpidie dapat dilihat pada tabel dibawah ini:⁷⁷

⁷⁴Data Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019

⁷⁵Data Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019

⁷⁶Data Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019

⁷⁷Data Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019

Tabel 4.2 keadaan siswa-siswi SDN 4 Blangpidie

No	Nama Kelas	Jumlah Siswa	Wali Kelas
1	Kelas satu (1)	18 orang	Junaiyah S.Pd
2	Kelas dua (2)	6 orang	Nilawati S.Pd.Sd
3	Kelas tiga (3)	7 orang	Hj.Hasnah A.Ma
4	Kelas empat (4)	6 orang	Hj.Halimah S.Pd
5	Kelas lima (5)	10 orang	Cut nora mella sari S.Pd
6	Kelas enam (6)	12 orang	Kuslastri A.Md

Sumber Data: dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya tahun 2019

d. Keadaan Sarana dan Prasarana

Ada beberapa sarana prasarana yang dimiliki, untuk lebih jelasnya mengenai sarana dan prasarana SDN 04 Blangpidie dapat dilihat dalam table di bawah ini⁷⁸

Tabel 4.3 SaranaPrasarana SDN 4 Blangpidie

No	Jenis Ruang	Jumlah
1	Ruang kelas	6
2	Ruang guru	1
3	Ruang kepala sekolah dan ruang TU	1
5	Ruang perpustakaan	1
6	Gudang	1
7	Kamar mandi	6
8	Lapangan bulu tangkis	1
	Jumlah	18

Sumber Data: dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya tahun 2019

⁷⁸*Sumber Data: Dokumentasi SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya 2019*

B. Hasil Penelitian

Kepala sekolah sebagai seorang pemimpin lembaga pendidikan memiliki posisi yang sangat penting dalam mencapai keberhasilan kegiatan pembelajaran. Kepala sekolah juga berperan penting dalam pengelolaan pemasaran pendidikan. Hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk memperoleh data peneliti melakukan wawancara kepada kepala sekolah, satu orang guru, dan satu orang komite.

a. Penyajian data

Data diperoleh dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan kepala sekolah, satu orang guru dan satu orang komite sekolah sesuai dengan instrumen-instrumen wawancara yang telah dipersiapkan. Observasi dilakukan dengan cara melihat lokasi sekolah. Dokumentasi yang dilakukan dengan cara pengambilan foto-foto di sekolah.

b. Pengelohan data

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara, observasi, dokumentasi dan wawancara dengan kepala sekolah, satu orang guru dan satu orang komite diperoleh beberapa data tentang kepemimpinan kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie, dijelaskan dalam pembahasan berikut ini:

1. Implementasi Gaya kepemimpinan kepalaSDN 04 Blangpidie

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa subjek diantaranya kepala sekolah, satu orang guru, dan satu orang komite. Wawancara yang diajukan kepada beberapa subjek adalah terkait dengan gaya kepemimpinan kepala sekolah di SDN 04 Blangpidie. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala SDN 04 Blangpidie Mengenai “Apakah ketika ibu menyampaikan suatu pendapat, para guru menyetujui pendapat yang ibu utarakan”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Para guru menyetujui pendapat yang saya utarakan, baik itu pendapat yang disampaikan secara formal maupun nonformal dengan alasan pendapat yang saya sampaikan sesuai dengan tujuan dan program yang akan dilaksanakan”.⁷⁹

Kemudian pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru SDN 04 Blangpidie “Ketika kepala sekolah memberikan suatu pendapat, apakah para guru menyetujui pendapat yang diutarakan kepala sekolah” Guru mengatakan bahwa:

“Kalau pendapat itu sesuai dengan tujuan sekolah dan pendapat itu sesuai dengan program yang ingin dilaksanakan kami para guru semua menyetujuinya dengan senang hati dan kebanyakan pendapat yang diutarakan kepala sekolah semua bersangkutan dengan program yang akan dilaksanakan maka kami para guru sangat menyetujui pendapat beliau”.⁸⁰

Selanjutnya pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada komite sekolah mengenai “Apakah orang tua murid menerima berbagai pendapat yang kepala sekolah usulkan” Komite mengatakan bahwa: “Berbagai pendapat yang diusulkan

⁷⁹Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

⁸⁰Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

kepala sekolah, orang tua murid semua menerima jika pendapat itu sesuai dengan tujuan sekolah dan program sekolah”.⁸¹

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan, bahwa pendapat yang disampaikan oleh kepala sekolah semua menerima, baik itu oleh guru atau orang tua murid jika pendapat itu sesuai dengan tujuan sekolah dan program sekolah.

Pertanyaan selanjutnya. “Apakah menurut Ibu, Kepala Sekolah orang yang bertanggungjawab”. Guru Sekolah mengatakan bahwa:

“Berdasarkan keseharian yang kami amati kepala sekolah sangat bertanggungjawab terhadap tugas dan perannya sebagai kepala sekolah baik itu dalam mengelola sekolah maupun kegiatan lainnya dan beliau sangat mengutamakan kerjasama dan partisipasi dalam melaksanakan program-program dan agenda sekolah”.⁸²

Kemudian pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada Komite Sekolah tentang “Apakah menurut Bapak, Kepala Sekolah orang yang bertanggungjawab”.

Komite Sekolah mengatakan bahwa:

“Benar Kepala Sekolah bertanggungjawab dan beliau sangat berperan aktif dalam menjalankan tugasnya terutama dalam mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan yang bermutu dan beliau juga melakukan kerjasama dengan masyarakat dalam kegiatan Sekolah baik itu perorangan maupun organisasi”.⁸³

Dari hasil wawancara dengan Guru dan Komite Sekolah diperoleh jawaban bahwa kepala sekolah orang yang bertanggungjawab dalam tugas dan

⁸¹Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

⁸²Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

⁸³Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

perannya dan kepala sekolah selalu mengutamakan kerjasama dengan bawahannya dalam kegiatan sekolah.

Pertanyaan berikutnya “Bagaimana jika guru atau staf melakukan kesalahan apakah ibu melindunginya, misalnya guru memukul siswa apakah ibu tutupi kesalahan guru tersebut?”. Mengenai hal ini kepala sekolah mengatakan bahwa: “Tidak, akan tetapi saya memanggil guru bersangkutan ke kantor dan melakukan klarifikasi permasalahan tersebut dengan memberikan saran dan masukan yang positif agar tidak terjadi kesalahan yang sama”.⁸⁴

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah jawabannya bahwa kepala sekolah memanggil guru yang bersangkutan ke kantor dan melakukan klarifikasi permasalahan, dengan cara memberikan saran dan masukan kepada guru tersebut.

Pertanyaan berikutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai “Apakah dalam forum rapat jika ada guru yang memberi pendapat atau memberi masukan ibu terima” Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Iya, saya menerima pendapat para guru-guru jika pendapat tersebut sesuai dengan forum yang kita bicarakan, namun jika pendapat dan masukan yang diutarakan oleh para guru tidak sesuai dengan harapan maka kami akan berdiskusi kembali guna mencari solusi yang lebih tepat”.⁸⁵

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru “Apakah dalam forum rapat jika ada guru memberi pendapat atau memberi masukan kepala sekolah

⁸⁴ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

⁸⁵ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

menerima masukan tersebut” Beliau mengatakan bahwa: “Menerima, jika pendapat atau masukan sesuai dengan forum yang kita bahas atau bicarakan namun jika pendapat atau masukan para guru tidak sesuai dengan harapan maka kami berdiskusi dan mencari solusi”.⁸⁶

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah dan guru diperoleh jawaban bahwa kepala sekolah menerima pendapat atau masukan para guru jika pendapat atau masukan disampaikan oleh para guru sesuai dengan forum yang dibicarakan, namun jika pendapat atau masukan para guru tidak sesuai dengan harapan maka mereka berdiskusi kembali.

Pertanyaan berikutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah tentang “Apakah ibu ada merasa bahwa sekolah ini benar-benar milik ibu bukan punya orang lain”. Beliau mengatakan bahwa:

“Sekolah ini bukan milik saya akan tetapi saya memiliki tanggungjawab yang besar terhadap sekolah ini karna saya disini berperan sebagai pemimpin atau pimpinan sekolah ini, otomatis segala urusan yang mengenai sekolah yang berperan aktif pertama yaitu saya, jadi disini saya harus bisa mengatur segala urusan yang mengenai sekolah dan bertanggung jawab penuh, dan sekolah ini bukan milik saya pribadi akan tetapi saya menjaga atau mengaturnya seperti milik saya sendiri”.⁸⁷

Hasil dari wawancara dengan kepala sekolah diperoleh jawaban bahwa sekolah itu bukan milik kepala sekolah sendiri akan tetapi milik mereka bersama, dan kepala sekolah sekolah memiliki tanggungjawab yang penuh terhadap sekolah tersebut dan yang berperan aktif pertama sekali yaitu kepala sekolah.

⁸⁶Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

⁸⁷ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

Pertanyaan berikutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai. “Apakah ibu pernah memaksa para guru dalam melakukan tugas sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Saya tidak pernah memaksa para guru untuk melakukan tugas sekolah, saya selalu memberikan waktu untuk menyelesaikan tugas tersebut, apabila jika tugas tersebut tidak siap tepat waktu saya akan memberi arahan atau bimbingan kepada guru mengenai tugas tersebut”.⁸⁸

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru tentang, “Apakah kepala sekolah sering memaksa guru atas tugas yang diberikan”. Guru mengatakan bahwa:

“kepala sekolah tidak pernah memaksa kami dalam melakukan atau menyelesaikan tugas sekolah, tapi kepala sekolah memberikan waktu untuk menyelesaikan tugas tersebut, apabila kami para guru tidak siap tepat waktu maka kepala sekolah memberi arahan atau bimbingan kepada kami para guru mengenai tugas tersebut”.⁸⁹

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah dan guru maka diperoleh jawaban bahwa kepala sekolah tidak memaksa para guru untuk melakukan atau menyelesaikan tugas sekolah dan kepala sekolah memberi waktu untuk menyelesaikan tugas tersebut, apabila para guru tidak menyelesaikan tugas tepat waktu maka kepala sekolah memberi arahan atau bimbingan kepada para guru mengenai tugas tersebut.

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai. “Bagaimana jika guru dan staf yang lain melakukan kesalahan apakah ibu menghukumnya”. Beliau mengatakan bahwa: “Saya tidak menghukumnya, akan

⁸⁸Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

⁸⁹Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

tetapi saya panggil guru yang bersangkutan ke kantor untuk mengklarifikasi masalah yang terjadi dan saya memberi nasehat dan masukan kepada guru tersebut”.⁹⁰

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai.”Apakah jika guru atau staf yang lain melakukan kesalahan apakah kepala sekolah menghukumnya”. Guru mengatakan bahwa:

“Tidak kepala sekolah tidak menghukum kami,tapi dengan cara memanggil guru yang bersangkutan ke kantor untuk mengklarifikasi masalah apa dan kepala sekolah menasehati kami dan memberi masukan”.⁹¹

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah dan guru maka diperoleh jawaban bahwa kepala sekolah tidak menghukum guru yang melakukan kesalahan akan tetapi memanggil guru tersebut ke kantor untuk mengklarifikasi masalah dan menasehati dan memberikan masukan terhadap guru tersebut.

Pertanyaan berikutnya, “Bagaimana jika guru dan staf memberikan saran dan kritik apakah ibu menerima”. Mengenai hal ini kepala sekolah mengatakan bahwa:“Saya menerima saran atau kritik dari para guru jika saran atau kritik mereka baik dan bermanfaat”.⁹²

⁹⁰ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

⁹¹ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

⁹² Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru “Apakah kepala sekolah sering menerima saran dan kritik dari guru atau staf yang lain”. Guru mengatakan bahwa:

“Kepala sekolah menerima kritik dan saran dari para guru atau staf jika saran atau kritik itu baik dan bermanfaat, akan tetapi jika saran dan kritik tidak baik atau tidak bermanfaat kepala sekolah tidak menerima akan tetapi mengarahkan kembali”.⁹³

Kemudian pertanyaan ini juga peneliti ajukan kepada komite sekolah “Apakah kepala sekolah menerima kritik atau saran dari bapak atau orang tua murid”. Beliau mengatakan bahwa: “kepala sekolah selalu menerima kritik dari kami asalkan kritik itu baik dan berguna bagi sekolah”.⁹⁴

Pertanyaan berikutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai visi dan misi sekolah “Bagaimana ibu menciptakan kerjasama dengan guru dalam menyusun visi dan misi sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Dalam hal menciptakan kerjasama disini saya menerapkan hubungan kepersaudaraan, saya merangkul kawan-kawan karena berhasilnya suatu sekolah itu bukan hanya pada kepala sekolah akan tetapi adanya dukungan dari dewan guru, atau staf lainnya”.⁹⁵

⁹³Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

⁹⁴ Wawancara dengan KomiteSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

⁹⁵Wawancara dan Observasi dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai kerjasama dalam menyusun visi dan misi sekolah, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam hal menyusun visi dan misi kepala sekolah kerjasama dengan guru-guru kemudian menjalankan visi dan misi tersebut sebagaimana mestinya, serta melakukan musyawarah bagaimana menjalankan visi dan misi yang telah ditetapkan”.⁹⁶

Kemudian pertanyaan ini juga peneliti ajukan kepada komite sekolah mengenai kerjasama dalam menyusun visi dan misi sekolah, komite mengatakan bahwa:

“kepala sekolah bekerjasama dengan guru atau staf yang lain dan saya sendiri kemudian visi dan misi tersebut sebagaimana mestinya, serta melakukan musyawarah bagaimana menjalankan visi dan misi yang telah ditetapkan”.⁹⁷

Pertanyaan berikutnya, “Bagaimana ibu mengambil keputusan dalam sebuah rapat dengan guru atau staf yang lain”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Jika dalam sebuah rapat pasti ada peserta, dan para peserta akan mengajukan pendapatnya masing-masing, dan untuk mengambil

⁹⁶ Wawancara dan Observasi dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

⁹⁷ Wawancara dan Observasi dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

kesimpulan kita dapat mencari suara terbanyak atau pendapat yang paling baik dari pendapat para peserta rapat tersebut”.⁹⁸

Kemudian pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru, “Apakah dalam sebuah rapat kepala sekolah melibatkan guru dan staf dalam mengambil keputusan”. Guru mengatakan bahwa: “Segala keputusan yang diambil oleh kepala sekolah memang merupakan keputusan yang telah disepakati bersama dengan mempertimbangkan saran-saran dari guru”.⁹⁹

Dari hasil wawancara serta observasi dengan kepala sekolah dan guru, diperoleh jawaban bahwa kepala sekolah dalam mengambil keputusan sesuai dengan keputusan bersama dengan para guru dan komite sekolah.

Pertanyaan berikutnya “Apakah ibu meminta masukan dari guru atau staf yang lain dalam membuat keputusan”. Mengenai hal ini kepala sekolah mengatakan bahwa: “Ya, saya meminta masukan dalam rapat jika masukan tersebut tidak melenceng dari pembahasan dalam rapat”.¹⁰⁰

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan untuk guru, “Apakah kepala sekolah meminta masukan dari guru atau staf saat membuat keputusan”. Guru mengatakan bahwa: “Ya, kepala sekolah memberikan kesempatan kepada peserta rapat untuk menyampaikan perasaan dan perhatiannya”.¹⁰¹

⁹⁸ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

⁹⁹ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹⁰⁰ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹⁰¹ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

Hal ini dikuatkan dengan pendapat komite sekolah mengenai.” Apakah kepala sekolah meminta masukan dari bapak dalam membuat keputusan”. Beliau mengatakan bahwa:“Ya,kepala sekolah memberi kesempatan kepada saya untuk menyampaikan saran, ide guna meningkatkan mutu pendidikan di SDN 04 Blangpidie, tetapi tidak setiap hal”.¹⁰²

Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah, guru, dan komite sekolah didapatkan jawaban bahwa kepala sekolah memberi kesempatan kepada guru dan komite sekolah untuk menyampaikan saran dan pendapatnya. Hal ini sesuai dengan ciri-ciri dari faktor konsideransi dalam model kepemimpinan ohio yang menjelaskan bahwa faktor konsiderasi adalah pemimpin mampu menyediakan untuk menyimak (keluh kesah, ungkapan perasaan tentang berbagai aspek organisasi) anggota kelompok.

2. Strategi Pemasaran Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pendidikan di SDN 04 Blangpidie

Strategi pemasaran kepala sekolah dalam pengelolaan pendidikan mengandung pengertian suatu cara atau metode yang dilakukan kepala sekolah dalam rangka memasarkan lembaga pendidikan agar dikenal oleh masyarakat guna meningkatkan mutu sekolah dan menarik minat peserta didik untuk bersekolah, dan kepala sekolah harus bisa mengelola strategi pemasaran disekolah tersebut.

¹⁰² Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala SDN 04 Blangpidie Mengenai strategi pemasaran sekolah, butir pertanyaannya adalah “Apakah sekolah berada dalam kompleks masyarakat”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Ya, sekolah kami berada dalam kompleks masyarakat, karna anak-anak yang bersekolah disekolah ini kebanyakan dari penduduk disekitar sini”.¹⁰³

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada guru mengenai, “Apakah sekolah berada dalam kompleks masyarakat”. Guru mengatakan bahwa: “Ya, sekolah kami berada dalam kompleks masyarakat dan kebanyakan murid kami yang sekolah disini yaitu penduduk sekitar”.¹⁰⁴

Hal ini juga ditanyakan dengan pertanyaan yang sama dan jawaban yang sama kepada komite sekolah jelaskan, “Apakah sekolah berada dalam kompleks masyarakat”. Beliau mengatakan bahwa: “Ya, sekolah berada dikomplek masyarakat kebanyakan murid yang bersekolah disitu penduduk sekitar disini”.¹⁰⁵

Pertanyaan berikutnya mengenai, “Apakah sekolah tempat mudah dijangkau”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Mudah, karna sekarang udah berlaku zonasi, zonasi itu adalah bagi calon siswa yang ingin sekolah atau melanjutkan sekolah, calon siswa tadi harus sekolah kedaerahnya dan sudah diperbatas kouta peserta didiknya dalam satu kelas”.¹⁰⁶

¹⁰³Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹⁰⁴ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹⁰⁵ Wawancara dengan KomiteSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

¹⁰⁶ Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru, “Apakah sekolah tempat mudah dijangkau”. Guru mengatakan bahwa: “Mudah, banyak siswa yang bersekolah disitu penduduk sekitar sini, dan ada juga yang diluar daerah sini cuma tidak terlalu banyak”.¹⁰⁷

Hal ini juga ditanyakan dengan jawaban yang sama yang diberikan oleh guru sekolah, mengatakan bahwa: “Sekolah mudah dijangkau oleh siswa karna kebanyakan yang bersekolah disitu penduduk disekitar”.¹⁰⁸

Pertanyaan berikutnya mengenai citra sekolah menurut masyarakat, “Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah selama saya menjabat menjadi kepala sekolah disini citra masyarakat terhadap sekolah ini baik dan bagus, dibandingkan tahun-tahun belakang yang dimata masyarakat sekolah ini kurang baik, tapi selama saya menjabat atau bertugas disekolah ini citra masyarakat atau orang tua murid insyaallah baik dan bagus dan kami tahun ini ada meraih beberapa pertandingan dibidang olimpiade”.¹⁰⁹

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada guru mengenai “Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat”. Beliau mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah untuk tahun ini citra sekolah kami dilihat oleh wali murid atau masyarakat pandangannya baik dan bagus, tapi tahun sebelumnya kami ada mendengar bahwasanya sekolah kami ini kurang bagus dan baik, tapi setelah pergantian kepala sekolah baru alhamdulillah citra sekolah kami bagi masyrakat atau wali murid sudah kami dengar bagus dan baik

¹⁰⁷ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹⁰⁸ Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

¹⁰⁹ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

apalagi kami pada tahun ini juga ada meraih beberapa pertandingan dibidang olimpiade”¹¹⁰

Hal ini peneliti ajukan juga kepada komite sekolah mengenai, “Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat”. Komite mengatakan bahwa:“Baik dan bagus, karna sekolah kami semenjak pergantian kepala sekolah baru ini ada beberapa yang mendapatkan juara pertandingan di bidang olimpiade tahun ajaran 2018/2019”.¹¹¹

Pertanyaan berikutnya peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus dari sekolah tersebut, butiran pertanyaannya,”Bagaimana peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus di sekolah ini.” Kepala sekolah mengatakan bahwa:“Alhamdulillah, anak-anak tahun ini banyak mendapatkan undangan dari sekolah-sekolah unggul dan peluangnya sangat mudah untuk masuk kesekolah mana saja”.¹¹²

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru , “Bagaimana peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus di sekolah ini.” Guru mengatakan bahwa:“Alhamdulillah,banyak murid-murid kami yang melanjutkan pendidikannya kesekolah ternama atau sekolah unggul dan peluang masuk kesekolah manapun sangat mudah”.¹¹³

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai pelayanan yang berikan sekolah kepada murid atau wali murid, adapun butiran pertanyaannya “Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali

¹¹⁰Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹¹¹Wawancara dengan KomiteSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

¹¹² Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹¹³ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

murid”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“Pelayanan yang kami berikan kepada wali murid alhamdulillah baik dari segi pelayanan apapun dan begitu juga dengan wali murid dengan pihak sekolah juga baik”.¹¹⁴

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru, “Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid”. Guru memberikan jawaban yang sama beliau mengatakan bahwa:“Pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid baik, dalam segi apapun dan begitu juga dengan wali murid terhadap pihak sekolah juga baik”.¹¹⁵

Hal yang sama juga peneliti ajukan kepada komite sekolah, “Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid”. Komite mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid sangat baik yaitu dengan menunjukkan ramah tamah dan wali murid juga puas dengan sistem belajar yang diberikan kepada anak-anaknya, pelayanan dalam segi apapun tetap baik”.¹¹⁶

Pertanyaan berikutnya mengenai layanan pembelajaran yang diterima oleh murid, “Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“layanan yang diterima oleh siswa dalam kelas tergantung pada guru yang mengajar permata pelajaran tapi ketika diluar jam pembelajaran pelayanan yang kami berikan kepada siswa baik dan bagus”.¹¹⁷

¹¹⁴ Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹¹⁵Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹¹⁶Wawancara dengan KomiteSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

¹¹⁷Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada guru mengenai, “Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid”. Guru mengatakan bahwa:

“layanan yang diterima oleh murid dalam kelas tergantung guru yang mengajar di kelas dan ketika murid tidak mendapatkan layanan yang kurang memuaskan atau kurang baik maka kami selaku guru akan memberikan layanan yang baik apa itu dari segi mengajar misalnya ketika siswa tidak bisa atau tidak mengerti dengan apa yang kami berikan atau kami jelaskan, maka kami akan mengganti metode yang bisa murid terima atau diserap anak-anak dan sehingga mereka mendapatkan layanan yang baik”.¹¹⁸

Hal yang sama peneliti tanyakan kepada komite sekolah mengenai, “Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid”. Komite sekolah mengatakan bahwa: “layanan yang diberikan oleh pihak sekolah kepada murid ada yang baik ada yang tidak kalau boleh saya katakan standar”.¹¹⁹

Pertanyaan berikutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai pembiayaan sekolah, “Bagaimana kelebihan dari pembiayaan di sekolah ini”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “pembiayaan sekolah kami tidak ada kelebihannya karna dana sekolah ini sangat sedikit karna siswanya sedikit begitu dengan dana bosnya pun sedikit”.¹²⁰

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai biaya yang dimintak oleh pihak sekolah kepada siswa, “Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk ke sekolah ini”. Kepala sekolah

¹¹⁸Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹¹⁹Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

¹²⁰Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

mengatakan bahwa:“Kami pihak sekolah tidak memungut biaya kepada siswa, terkecuali itu kebutuhan siswa pribadi”¹²¹.

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai,“Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk kesekolah ini”. Beliau mengatakan bahwa:“Tidak diminta kepada siswa apapun tidak diminta terkecuali keperluan siswa masing-masing”¹²².

Hal yang sama peneliti tanyakan kepada komite sekolah mengenai, “Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk kesekolah ini”. Komite sekolah mengatakan bahwa:“Tidak ada biaya yang diminta oleh pihak sekolah kepada siswa terkecuali keperluan pribadi mereka sendiri”¹²³.

Pertanyaan selanjutnya peneliti tanyakan mengenai proses promosi sekolah ini yang peneliti tanyakan kepada kepala sekolah,“Bagaimana proses promosi sekolah ini”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Ada dengan cara menghubungi komite, kechiknya kemudian dengan cara membagikan brosur-brosur, dan ketika awal tahun kami mengundang wali murid, untuk sedikit menyampaikan atau mempromosikan sekolah kami dengan cara kami menunjukkan pogram-pogram sekolah kami, esktrakurikuler, prestasi murid dan menampak ruangan-ruangan yang ada di sekolah”¹²⁴.

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada kepada guru mengenai proses promosi sekolah,“Bagaimana proses promosi sekolah ini”. Beliau mengatakan bahwa:

¹²¹ Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹²²Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹²³Wawancara dengan KomiteSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 9 September 2019

¹²⁴Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

“Ada, dengan cara mempromosikan ekstrakurikuler sekolah dan program sekolah kepada wali murid dan masyarakat hal itu dilakukan biasanya pada awal penerimaan murid baru atau ketika sekolah mengadakan acara otomatis orang tua murid atau masyarakat ikut berbagung atau ikut hadir”.¹²⁵

Pertanyaan selanjutnya mengenai media yang digunakan untuk promosi sekolah yang peneliti tanyakan kepada kepala sekolah, “media apa saja yang digunakan untuk promosi”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Media yang kami gunakan untuk promosi sekolah yaitu infokus, komunikasi antara kepala sekolah dengan masyarakat”.¹²⁶

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai media digunakan sekolah untuk mempromosikan sekolah, “media apa saja yang digunakan untuk promosi”. Beliau mengatakan bahwa: “Media yang sekolah gunakan untuk promosi sekolah adalah infokus, komunikasi kepala sekolah dengan masyarakat”.¹²⁷

Selanjutnya pertanyaan yang peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai “Sarana prasarana apa saja yang dimiliki sekolah ini”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Sarana prasarana yang dimiliki sekolah kurang lengkap yang ada untuk sekarang lapangan bulu tangkis, perpustakaan, ruang kepala sekolah dan TU, kamar mandi, gudang, ruang guru dan ruang kelas”.¹²⁸

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru “Sarana prasarana apa saja yang dimiliki sekolah ini”. Beliau mengatakan bahwa: “Sarana dan prasarana

¹²⁵ Wawancara Dengan Guru Sdn 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹²⁶ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹²⁷ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidi, Pada Tanggal 7 September 2019

¹²⁸ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

sekolah kami kurang lengkap cuman ada beberapa ruangan seperti perpustakaan, ruang kelas, ruang guru, kamar mandi, gudang, ruang kepala sekolah dan TU, dan lapangan”.¹²⁹

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai bagian humas sekolah”, Apakah sekolah memiliki bagian humas”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Sekolah kami tidak memiliki bagian humas kalau bagi kami ya bagian humas itu adalah komite sekolah dialah yang melibatkan atau mengajak masyarakat untuk bergabung kesekolah”.¹³⁰

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru tentang bagian humas,” Apakah sekolah memiliki bagian humas”. Beliau mengatakan bahwa: “kami tidak memiliki bagian humas yang kami andalkan penganti bagian humas yaitu komite sekolah dia yang mengajak masyarakat ikut bergabung kesekolah dalam rangka apa saja”.¹³¹

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai,”Apakah guru dan staf terlibat dalam pemasaran sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Guru dan staf juga ikut terlibat dalam pemasaran sekolah karna mereka adalah orang yang akan mengarahkan kedepannya”.¹³²

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai, “Apakah guru dan staf terlibat dalam pemasaran sekolah”. Beliau mengatakan

¹²⁹ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹³⁰ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹³¹ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹³² Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

bahwa:“Guru dan staf juga ikut terlibat dalam pemasaran sekolah karna disini kami harus memiliki kerjasama antara satu dengan yang lain dan pasti kedepannya para guru yang mengarahkan”.¹³³

Pertanyaan selanjutnya mengenai kebutuhan siswa yang ditanyakan kepada kepala sekolah, “Apakah kebutuhan atau keinginan siswa dapat dipenuhi oleh sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“kebutuhan atau keinginan yang dapat dipenuhi oleh sekolah dalam proses belajar mengajar contohnya seperti buku cetak, kertas-kertas yang diperlukan oleh siswa”.¹³⁴

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai, “Apakah kebutuhan atau keinginan siswa dapat dipenuhi oleh sekolah”. Beliau mengatakan bahwa:

“Sebagian dipenuhi sebagian tidak kalau tidak dipenuhi sekolah nantik kami pihak guru menjumpai orang tuanya, tapi insyaallah kalau kita tidak mencukupi orang tua murid mau ikut membantu, jadi kerjasama antara guru dan murid ada”.¹³⁵

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai,”Apa saja kebutuhan siswa yang dapat dipenuhi sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“Seperti buku-buku cetak, kertas polio, dan kalau ikut

¹³³Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹³⁴ Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹³⁵Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

kegiatan-kegiatan yang bersangkutan dengan sekolah maka alat-alat atau bahan-bahan yang diperlukan sekolah yang penuh”.¹³⁶

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai, “Apa saja kebutuhan siswa yang dapat dipenuhi sekolah”. Guru mengatakan bahwa:

“kalau siswa ikut kegiatan yang bersangkutan dengan sekolah misalnya menari jadi kebutuhannya alat keperluannya sekolah yang sediakan dan jika itu dalam proses belajar maka pihak sekolah menyediakan buku cetak, kertas polio”.¹³⁷

Pertanyaan berikutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai, “Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa”. Kepala sekolah mengatakan bahwa: “Tidak ada biaya yang dikeluarkan oleh siswa terkecuali untuk pribadi siswa masing-masing”.¹³⁸

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru, “Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa”. Guru mengatakan bahwa: “Keperluan sekolah dia misalnya gak ada pensil, sitpo, penghapus tetap mereka yang keluarin biaya sendiri, pokoknya mereka cuma mengeluarkan biaya untuk keperluan sendiri atau pribadi”.¹³⁹

Hal ini juga peneliti ajukan kepada komite sekolah, “Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa”. Komite sekolah mengatakan bahwa: “Siswa

¹³⁶ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹³⁷ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 7 September 2019

¹³⁸ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Pada Tanggal 10 September 2019

¹³⁹ Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie, Tanggal 7 September 2019

mengeluarkan biaya untuk keperluan mereka sendiri misalnya alat-alat tulis mereka”.¹⁴⁰

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai kondisi kelas,”Apakah siswa nyaman belajar dengan kondisi kelas yang disediakan”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“alhamdulillah nyaman dengan keadaan kelas yang sekolah sediakan membuat anak-anak jadi semangat dalam belajar”.¹⁴¹

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai,”Apakah siswa nyaman belajar dengan kondisi kelas yang disediakan”. Beliau mengatakan bahwa:“Insyaallah nyaman, karna kelas yang ada disekolah kami bersih dan bagus membuat murid dan guru nyaman”.¹⁴²

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai, “Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Alhamdulillah komunikasi antar seluruh anggota sekolah terjalin dengan baik, karna kami disini mengutamakan kerjasama makanya komunikasi kami selalu baik karna jika ada salah paham kami seluruh anggota sekolah akan menyelesaikan dengan bermusyawarah”.¹⁴³

¹⁴⁰Wawancara dengan KomiteSDN 04 Blangpidie, Tanggal 9 September 2019

¹⁴¹ Wawancara dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Tanggal 10 September 2019

¹⁴² Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie , Tanggal 7 September 2019

¹⁴³ Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Tanggal 10 September 2019

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru mengenai,“Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah”.Beliau mengatakan bahwa:“Insyallah, kami disini selalu menjalin komunikasi yang baik dan harmonis jika ada selisih salah paham sedikit kami sudah biasa palingan itu cuma sebentar”.¹⁴⁴

Hal ini juga peneliti ajukan kepada komite sekolah mengenai,“Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah”. Beliau mengatakan bahwa:“Saling terjalin komunikasi yang baik antara guru dan masyarakat dan kepala sekolah mengutamakan kekeluargaan dalam merangkul sekolah makanya terjalinlah komunikasi yang baik”.¹⁴⁵

Pertanyaan berikutnya mengenai struktur organisasi sekolah yang peneliti tanyakan kepada kepala sekolah, “Apakah sekolah ini memiliki struktur organisasi sekolah”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“Ada, struktur organisasi sekolah berada dalam ruangan saya ini”.¹⁴⁶

Pertanyaan yang sama juga peneliti ajukan kepada guru ,” Apakah sekolah ini memiliki struktur organisasi sekolah”. Guru memberikan jawaban yang sama beliau mengatakan bahwa:“Memiliki, struktur organisasi sekolah berada diruangan kepala sekolah”.¹⁴⁷

¹⁴⁴Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie , Tanggal 7 September 2019

¹⁴⁵ Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie, Tanggal 9 September 2029

¹⁴⁶ Wawancara dan dan Observasi dengan Kepala SDN 04 Blangpidie, Tanggal 10 September 2019

¹⁴⁷ Wawancara dan dan Observasi dengan Guru SDN 04 Blangpidie , Tanggal 7 September 2019

Pertanyaan selanjutnya peneliti ajukan kepada kepala sekolah mengenai agreditasi sekolah,”Bagaimana akreditasi yang dimiliki oleh sekolah apakah bagus atau tidak”. Kepala sekolah mengatakan bahwa:“akreditasi sekolah kami alhamdulillah bagus dan bisa dilihat disertifikat akreditasi”¹⁴⁸.

Pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada guru,” Bagaimana akreditasi yang dimiliki oleh sekolah apakah bagus atau tidak”. Beliau mengatakan bahwa:“akreditasisekolah kami bagus bisa dilihat dipenghargaan sertifikat yang dipajang dalam ruangan kepala sekolah”¹⁴⁹.

3. Kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie

Pada dasarnya setiap kegiatan atau pekerjaan memiliki suatu hal yang dapat menjadi kendala walaupun hanya sedikit. Tetapi setiap kendala yang dihadapi pasti akan ada jalan keluar untuk menyelesaikannya begitu pula dengan halnya dalam pengelolaan pemasaran pendidikan tersebut.

a. Kendala

Untuk mengetahui kendala dalam pengelolaan pemasaran pendidikan peneliti mewawancarai kepala sekolah selaku pemimpin sekolah tersebut, maka kepala sekolah mengatakan bahwa:

¹⁴⁸Wawancara dan dan Observasi dengan KepalaSDN 04 Blangpidie, Tanggal 10 September 2019

¹⁴⁹Wawancara dan dan Observasi dengan Guru SDN 04 Blangpidie , Tanggal 7 September 2019

“Yang menjadi kendala adalah sarana prasarana belum mencukupi khususnya untuk alat-alat untuk mendukung pemasaran sekolah, ruangan belum cukup, dana yang masih kurang karena kita tidak memungut biaya dari siswa kemudian waktu yang dibutuhkan untuk pengelolaan pemasaran pendidikan tidak cukup karna saya banyak dinas keluar, dalam pengelolaan pemasaran pendidikan membutuhkan waktu yang lama untuk benar-benar berjalan sesuai dengan harapan”.¹⁵⁰

Peneliti juga mengajukan pertanyaan serupa kepada guru dan mengatakan bahwa: “Sarana yang kita miliki masih ada yang kurang, kemudian dana juga tidak banyak dan dalam pengelolaan pemasaran pendidikan membutuhkan waktu yang lama untuk benar-benar berjalan sesuai harapan”.¹⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah dan salah seorang guru di SDN 04 Blangpidie mengenai kendala dalam pengelolaan pemasaran pendidikan dapat diketahui ada beberapa kendala yang terjadi diantaranya di segi sapras, dana dan waktu.

C. Pembahasan dan hasil penelitian

1. Implementasi Gaya kepemimpinan kepala SDN 04 Blangpidie

Gaya kepemimpinan akan menghasilkan kinerja yang maksimal jika faktor lingkungan dari bawahannya mendukung. Tetapi perilaku pemimpin menjadi tidak efektif jika lingkungannya berlebihan atau tidak sesuai dengan karakter bawahannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepala SDN 4 Blangpidie pada dasarnya memakai kepemimpinan demokratis dan kadang-kadang memiliki gaya atau model kepemimpinan Ohio.

¹⁵⁰Wawancara dan dan Observasi dengan Kepala SDN 04 Blangpidie Pada Tanggal 10 September 2019

¹⁵¹Wawancaradan dan Observasi dengan Guru SDN 04 Blangpidie Pada Tanggal 7 September 2019

Kepemimpinan yang baik dewasa ini ialah pemimpin demokratis. Semua guru di sekolah bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Semua keputusan yang diambil melalui musyawarah dan mufakat serta harus ditaati. Pemimpin menghormati dan menghargai pendapat tiap-tiap guru dan memberikan kesempatan kepada guru-guru untuk mengembangkan inisiatif dan daya kreatif.¹⁵²

Model kepemimpinan Ohio melahirkan dua faktor tentang gaya kepemimpinan yaitu struktur inisiasi dan konsiderasi. Struktur inisiasi mengacu pada perilaku pemimpin dalam menggambarkan hubungan dirinya dengan kelompoknya dalam upaya membentuk pola organisasi, saluran komunikasi dan kelompoknya dalam upaya membentuk pola organisasi, saluran komunikasi dan prosedur yang ditetapkan dengan baik. Adapun konsiderasi mengacu pada perilaku yang menunjukkan rasa persahabatan, kepercayaan tibal balik, rasa hormat dan kehangatan dalam berbagai relasi antara pemimpin dengan anggota organisasi (bawahan).¹⁵³

Berdasarkan hasil wawancara diatasfaktor inisiasi dapat dilihat dari cara kepala sekolah menasehati guru dalam meminta izin berhalangan ke sekolah dengan cara kepala sekolah mengarahkan guru untuk meminta izin serta membuat surat. Sedangkan faktor konsideransi dapat dilihat dari cara kepala sekolah berbicara dengan lemah lembut dan sopan yang menunjukkan guru-guru untuk menyampaikan saran dan ide-ide dari para guru.

¹⁵²Soekarto Indrafachrudi, *Bagaimana pemimpin Sekolah yang Efektif*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2006), h.17

¹⁵³Sri Rahmi, *Kepemimpinan Transformasional dan Budaya ORGANISASI Ilusi Dibidang Pendidikan* (Jakarta; Mitra Wacana Media, 2014), h. 27

Adapun gaya kepemimpinan yang demokratis dapat dilihat dari hasil wawancara diatas yaitu kepala sekolah yang bekerjasama dengan bawahan untuk mencapai tujuan bersama, dalam mengambil keputusan kepala sekolah mengadakan musyawarah dan mufakat, kepala sekolah menghargai pendapat dan mempertimbangkan setiap pendapat dari para guru demi meningkatkan mutu pendidikan di SDN 4 Blangpidie.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi gaya kepemimpinan di SDN 4 Blangpidie sudah baik menggunakan gaya kepemimpinan demokratis dan menerapkan model kepemimpinan Ohio.

2. Strategi Pemasaran Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pendidikan di SDN 04 Blangpidie

Strategi pemasaran pendidikan merupakan pasar sasaran jasa pendidikan, setiap tahap yang dilakukan dalam menetapkan strategi pemasaran harus tertuju kepada pencapaian kepuasan pelanggan. Bertitik tolak dari seorang pemimpin atau kepala sekolah, selaku pemimpin ia harus mampu mengelola sekolahnya dengan baik. Sebab pemimpin atau kepala sekolah merupakan daya penggerak dari sumber-sumber dan alat yang tersedia, dalam usaha pencapaian pemasaran pendidikan yang bergerak dalam sektor pelayanan dan kepuasan konsumen untuk memperoleh laba maka diperlukan teknik yang baik. Untuk itu, pemimpin tentu mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri yang menentukan keberhasilan sebagai *top figur* yang mampu menggerakkan dan mengajak serta

mendorong para bawahannya untuk bekerja sama untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Dalam pemasaran peran seorang pemimpin ialah merumuskan strategi pemasaran jasa pendidikan yang berimplikasi pada tujuan sekolah yang diantaranya ialah, memiliki konsumen yang dituju siswa, mengidentifikasi keinginan konsumen, serta menentukan bauran jasa pendidikan. Selain itu, peran dari seorang pemimpin ialah membangun kepercayaan dan kepuasan terhadap para konsumen dengan melihat hal tersebut kita akan melihat bahwasanya seorang pemimpin atau kepala sekolah harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan internal dan eksternal organisasi. Dengan membangun kepercayaan yang baik maka pemasaran jasa yang telah dirumuskan akan terlaksana dengan baik.

Di sini seorang pemimpin harus memiliki strategi-strategi dalam melakukan pemasaran. Adapun Unsur-unsur yang terdapat dalam strategi pemasaran ada tujuh terdiri atas *produk* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang/SDM), *physical evidence* (bukti fisik/ sarana prasarana), *process* (proses). Ketujuh unsur strategi pemasaran tersebut haruslah dirancang sedemikian rupa agar dapat melayani kepuasan pelanggan. Lili Amalia mengemukakan ada 2 strategi pemasaran yaitu:¹⁵⁴

a. Analisis lingkungan internal

Dalam memasarkan sekolah diperlukan riset untuk mempermudah mencapai tujuan. Terlebih dahulu yang harus dilakukan adalah menganalisis

¹⁵⁴Lili Amalia, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*2017, h. 12 & 13

terhadap kekuatan internal sekolah yaitu seperti tempat yang strategis atau lokasi dan lingkungan sekolah, produk yang bermutu, pelayanan pembelajaran, harga yang kompetitif, biaya masuk sekolah, promosi yang gencar, kegiatan promosi, alat promosi, sarana dan prasarana, humas, kepala sekolah, staf dan guru.

b. Analisis lingkungan eksternal

Di samping menganalisis kedalam, juga perlu melakukan analisis keluar analisis ini untuk mengidentifikasi cara-cara dalam perubahan-perubahan lingkungan secara tidak langsung yang mempengaruhi organisasi. Di samping itu, organisasi perlu mengidentifikasi lingkungan yang terdiri dari kebutuhan dan keinginan konsumen, biaya konsumen, kenyamanan, komunikasi.

Dari hasil penelitian di SDN 04 Blangpidie dalam menjalankan strategi pemasaran kepala sekolah dalam pengelolaan pendidikan menggunakan strategi-strategi:

1. *Place* (lokasi atau lingkungan sekolah)

SDN 04 Blangpidie lingkungan sekolahnya memiliki lokasi yang startegis yaitu berada ditengah-tengah masyarakat sehingga bisa dengan mudah dijangkau oleh siswa-siwi yang belajar disekolah itu, keberadaan sekolah ini tidak terlalu dekat dengan jalan besar sehingga tidak mengganggu proses belajar mengajar, dan mayoritas siswa-siwi yang bersekolah disitu adalah anak-anak warga setempat.

2. Produk yang bermutu

SDN 04 Blangpidie dalam hal produk memiliki siswa-siswi yang unggul terbukti dengan adanya undangan-undangan dari sekolahlain untuk melanjutkan

pendidikan di beberapa sekolah ternama di Blangpidie, selain itu alumni dari sekolah itu bisa diterima dengan mudah di sekolah manapun.

3. Proses (pelayanan pembelajaran)

Adapun proses pelayanan di SDN 04 Blangpidie terjalin dengan baik, antara guru dan guru, guru dan wali murid serta guru dan murid sehingga tidak ada hambatan apapun dalam proses pelayanan sekolah ini, dan pelayanan pembelajaran yang diberikan kepada murid ini dilakukan secara kontinue dan perlahan agar murid mudah menerima pelajaran yang diberikan guru.

4. *Price* (harga yang kompetitif)

Dalam hal pembiayaan SDN 04 Blangpidie tidak memungut biaya apapun dari setiap murid yang ingin masuk ke sekolah tersebut, akan tetapi setiap murid menyiapkan keperluan pribadinya seperti seragam sekolah, alat-alat tulis maupun keperluan pribadi lainnya.

5. Promosi

Promosi yang dilakukan SDN 04 Blangpidie adalah dengan cara membagikan brosur-brosur, dan ketika awal tahun sekolah mengundang wali murid, untuk sedikit menyampaikan atau mempromosikan sekolah tersebut dengan cara pihak sekolah menunjukkan program-program sekolah, ekstrakurikuler, prestasi murid dan menampilkan ruangan-ruangan yang ada di sekolah melalui infokus diruangan terbuka, promosi ini juga dilakukan diluar sekolah yaitu dengan cara menyampaikan dari mulut kemulut.

6. *People* (orang)

SDN 04 Blangpidie dalam menjalankan strategi pemasaran pendidikan ada pihak-pihak yang terlibat diantaranya yaitu kepala sekolah, guru, staf pegawai, komite dan siswa.

7. Sarana prasarana

Berdasarkan dari hasil penelitian bahwasanya sarana prasarana yang dimiliki oleh SDN 04 Blangpidie kurang lengkap yang ada untuk sekarang lapangan bulu tangkis, perpustakaan, ruang kepala sekolah dan TU, kamar mandi, gudang, ruang guru dan ruang kelas.

3. Kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie

Hambatan dan kekurangan strategi pemasaran dalam peningkatan pelanggan setiap strategi perlu dievaluasi guna mengetahui hal-hal yang perlu diperbaiki, dipertahankan, ataupun ditingkatkan. Strategi pemasaran sekolah dalam peningkatan minat peserta didik. Hambatan dan kekurangan yang ada perlu ditinjau ulang sebagai bahan untuk merevisi strategi di waktu yang akan datang. Hambatan dan kekurangan strategi dapat menyebabkan tujuan yang ditetapkan tidak tercapai. Demikian pula dengan strategi pemasaran yang diimplementasikan oleh sekolah belum mencapai tujuan yang diharapkan. Hal ini dikarenakan ada beberapa hambatan dan kekurangan

Pada dasarnya kendala itu ada disetiap kegiatan yang dilakukan tidak terkecuali dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan kepala sekolah dan salah seorang

guru dapat diketahui ada beberapa kendala yang terjadi diantaranya sarana prasarana yang belum mencukupi, dana yang masih kurang serta waktu yang tidak cukup.



BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi gaya kepemimpinan kepala di SDN 04 Blangpidie, gaya kepemimpinan demokratis merupakan tipe yang dominan diterapkan oleh kepala sekolah, namun beliau tidak hanya menerapkan tipe ini saja akan tetapi juga menerapkan sebagai dari gaya kepemimpinan yang lain seperti gaya kepemimpinan Ohio, muncul tipe ini bisa kita lihat bahwa kepala sekolah menunjukkan dari sikapnya dan tingkah lakunya dan beliau juga penentu arah, komunikator, mediator dan integrator. Dengan demikian yang menjadikan gaya kepemimpinan yang diterapkan kepala SDN 04 Blangpidie berjalan dengan baik.
2. Strategi pemasaran kepala sekolah dalam pengelolaan pendidikan di SDN 04 Blangpidie menggunakan strategi yaitu *Place* (lokasi atau lingkungan sekolah), Produk yang bermutu, Proses (pelayanan pembelajaran), *Price* (harga yang kompetitif), Promosi, *People* (orang), Sarana prasarana.
3. Kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 04 Blangpidie ada beberapa kendala yang terjadi diantaranya sarana prasarana yang belum mencukupi, dana yang masih kurang serta waktu yang tidak cukup.

B. Saran

Dari kesimpulan yang peneliti paparkan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dari penerapan gaya kepemimpinan yang diterapkan kepala sekolah sudah sangat baik, sebab beliau mampu menjalankannya dengan sempurna dan ini perlu dipertahankan agar kedepannya tetap baik, namun kepala sekolah juga perlu meninjau atau mengembangkan sistem kepemimpinannya agar sekolah yang dipimpinnya bisa bersaing dengan sekolah-sekolah unggul lainnya.
2. Dalam hal ini SDN 04 Blangpidie dalam pengelolaan pemasaran kedepannya lebih ditingkatkan terutama bidang promosi, agar strategi pemasarannya berjalan dengan baik dan membuahkan hasil yang maksimal serta melengkapi sarana prasarana yang dibutuhkan sekolah.
3. Walaupun dalam menghadapi pengelolaan pemasaran muncul kendala, baik dari dalam maupun dari luarsekolah itu sendiri, maka kepala sekolah hendaklah mengatasi masalah-masalah dengan bijak, dengan memikirkan dan berdiskusi dengan pihak-pihak yang bersangkutan bagaimana solusi yang baik, sehingga kendala-kendala tersebut dapat dihadapi dengan efektif dan efisien.
4. Untuk peneliti selanjutnya memeriksa kembali item-item instrument penelitian untuk memaksimalkan hasil penelitian yang melakukan penelitian serupa hendaknya menggunakan referensi primer, sehingga

dapat menghasilkan karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan secara akademisi.

5. Kepada peneliti yang lain yang fokus pada penelitian pemasaran pendidikan yang belum dibahas dalam kajian ini adalah dukungan komite sekolah, jadi perlu diteliti pemasaran pendidikan dalam dukungan komite sekolah.



DAFTAR PUSTAKA

- Akademik Pendidikan Sosial, Tahun 2015, Vol 1, Judulnya “Strategi Manajemen Pemasaran Garam Beryodium Pada Koperasi Serba Usaha Anging Mammiri Kota Bauba “
- Akhmad Sudrajat, 2002, *Kopetensi Guru dan Peran Kepala Sekolah*, Persada, Http A Sudrajat-www
- Andang, 2013, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Yogyakarta: Angkasa Mandiri.
- Ara Hidayat dan Imam Machali, 2010, *Pengelolaan Pendidikan Konsep Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, Bandung: Pustaka Educa
- Buchari Alma, 2003, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Buchari Alma, 2008, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, Bandung: Alfabeta
- Charles W. Lamb, Et.Al, 2001, *Marketing*, Jakarta: Salemba Empat
- Dinesh K. Gupta, Marketing Of Library and Information Services: Building A New Dis-cipline For Library and Information Science Education In Asia, *Malaysian Journal of Library&Information Science*, Vol.8, No.2, Dec, 2003:95-108
- [Https://iftitaarika, Wordpress. Com /2019/05/23/Pemasaran-Lembaga-Pendidikan](https://iftitaarika.wordpress.com/2019/05/23/pemasaran-lembaga-pendidikan)
- Hariwijaya & Bisri M. Djaolani, 2004, *Pedoman Menyusun Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Siklus
- Irfandi, *Teori Kepemimpinan dalam Manajemen*. [Http:// www, Tugasku, Com/2019/05](http://www.tugasku.com/2019/05)
- Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 5, No. 1, April 2019
- Kartono, Kartini, 1998, *Pemimpin dan Kepemimpinan*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 1998
- Lexy J. Moleong, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung : Remaja Rosdakarya,
- Lexy J.Moleong, 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung,: Remaja Rosdakarya

- Lili Amalia, 2017, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Smp Harapan Baru Bekasi*.
- Makalah-Tentang-Kepala-Sekolah, Blogspot, Com, Senin, 29 Oktober 2018.
- Manajemen dan Bisnis Indonesia, tahun 2015, vol 1, judulnya “Strategi Pemasaran Berbasis Syariah Bagi Ritel Tradisional Agar Mampu Bersaing dengan Ritel Modern”.
- Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Banjar Basir Kebonarum Klaten, Jurnal Pemasaran Pendidikan, Rabu, 31 Oktober 2018.
- Mardhiah, 2016, “*Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa di SMAN 2 Aceh Barat Daya*”.
- Marsyitah, 2016, “Peran Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Bimbingan Konseling di SMAN 8 Banda Aceh”.
- Mogatrody dan Morgan, 1993, *Total Quality Management and The Shcool Philadhelpia*, Open University Press.
- Muhardi, Analisis Pasar Perspektif Mahasiswa Baru Ditinjau dari Visi, Misi, Bauran Pemasaran, dan Citra Institusi Pendidikan Tinggi; Jurnal Statistika, Vol.9 No.2, 89–98 Edisi Nopember 2009,
- Onong Uchjana Effedy, 1993, *Human Relations dan Public Relations* Bandung :Mandar Maju.
- Peran Kepemimpinan dalam Pemasaran Pendidikan, Http:Bajoel Kesoepen, Blogspot, Com, Rabu 30 April 2019.
- Philips Kotler and Karen F.A. FOX, 1995, *Strategic Marketing for Educational Institutions* Second European Edition published, New Jersey, USA: Prentice Hall. Inc
- Philips Kotler, 1984, *Applying Marketing Theory to Collage Admissions*, Collage Entrance Ex- Amination Board, New York: Prentice Hall. Inc
- Philips Kotler, 1999, *Principles of Marketing, Second European Edition* published New Jersey, USA: Prentice Hall.Inc
- Ramli , 2008, *Kepemimpinan Tranformasional Berbasis Pendidikan*, Medan, Usu Press.

- Rosda karya, 2006, *Pengantar Kepemimpinan Pendidikan*, Surabaya, usaha nasional
- Soekarno, Iskandar Putong, 2013, *Kepemimpinan*, Jakarta, Aksara.
- Sudarwan Danim, 2009, Suparno *Manajemen dan Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah*, Jakarta: Bineka Cipta.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta cet. IV
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta Cet. 25
- Sri Rahmi, 2014, *Kepemimpinan Transformasional dan Budaya ORGANISASI Ilusi Dibidang Pendidikan* Jakarta; Mitra Wacana Media.
- Soekarto Indrafachrudi, 2006, *Bagaimana pemimpin Sekolah yang Efektif*, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Tihawa, 2015, “*Peran Kepala Sekolah dalam Mendukung Pelaksanaan Program Bimbingan dan Konseling di SMPN 1 Mutiara Kabupaten Pidie*”.
- U. Saefullah, 2012, *Manajemen Pendidikan Islam*, Bandung: CV. Pustaka Setia, Cet. 1
- Wahjosumidjo, 2002, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor : B-15618/Un.08/FTK/KP.07.6/10/2019

TENTANG:
PENGOANGTIAN JUDUL SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEURUAN UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu Menunjuk Pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan
b. bahwa saudara yang tersebut namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Skripsi

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah No 74 Tahun 2012, tentang Perubahan atas peraturan pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang pengelolaan keuangan Badan Layanan Umum;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institusi Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, Tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
8. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 21 Tahun 2015, Tentang Statuta UIN Ar-Raniry; Banda Aceh
9. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag RI;
10. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang penetapan Institusi Agama Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Badan Umum;
11. Surat Keputusan Rektor Nomor. 01 Tahun 2015, Tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

Memperhatikan : Keputusan Sidang/Seminar Proposal Skripsi Prodi Manajemen Pendidikan Islam FTK UIN AR-Raniry Banda Aceh tanggal 21 Desember 2018

Menetapkan PERTAMA : **MEMUTUSKAN**
Mencabut keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Nomor B-2942/Un.08/FTK/KP.07.6/02/2019 tanggal 28 Februari 2019 tentang pengangkatan pembimbing skripsi mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry.

KEDUA : Menunjuk Saudara:
1. Mujiburrahman sebagai Pembimbing Pertama
2. Sri Rahmi sebagai Pembimbing Kedua
untuk membimbing Skripsi:
Nama : Ishabka
NIM : 150 206 007
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi:Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya

KETIGA : Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh

KEEMPAT : Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Genap tahun Akademik 2019/2020

KELIMA : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan dirumuskan dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Tembusan

1. Rektor UIN Ar-Raniry (sebagai laporan);
2. Ketua Prodi MPI FTK
3. Pembimbing yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.

Banda Aceh, 29 Oktober 2019
An. Rektor
Dekan

Muslim Razali



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh, 23111
Telpon : (0651)7551423, Fax : (0651)7553020
E-mail: fk.uin@ar-raniry.ac.id Laman: fk.uin.ar-raniry.ac.id

Nomor : B-15712/Un.08/FTK.1/TL.00/11/2019

Banda Aceh, 01 November 2019

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Untuk Mengumpul Data
Penyusun Skripsi

Kepada Yth.

Kepala Sekolah SDN
04 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya
Di- Gulumpang Payong
Tempat

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh dengan ini memohon kiranya saudara memberi izin dan bantuan kepada:

N a m a	: ISHABKA
N I M	: 150206007
Prodi / Jurusan	: Manajemen Pendidikan Islam
Semester	: IX
Fakultas	: Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry
A l a m a t	: Darussalam Inong Bale Lr.Durian No. 04

Untuk mengumpulkan data pada:

SDN 4 Blangppidie Kabupaten Aceh Barat Daya

Dalam rangka menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry yang berjudul.

Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di SDN 4 Blangpidie Kabupaten Aceh Barat Daya

Demikianlah harapan kami atas bantuan dan keizinan serta kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,





**PEMERINTAH KABUPATEN ACEH BARAT DAYA
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
SEKOLAH DASAR NEGERI 4 BLANGPIDIE**

Jln. Lajimihok Dese Geulumpang payong Kecamatan Blangpidie Kode Pos 23764

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 421.2/72/SD/2019**

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Universitas Islam Negeri Ar Raniry Darussalam Banda Aceh Nomor : B-11380/Un.08/FTK.1/TL.00/08/2019 tanggal 02 Agustus 2019 hal tentang Pengumpulan Data pada SD Negeri 4 Blangpidie, maka dengan ini Kepala SD Negeri 4 Blangpidie menerangkan bahwa :

Nama : Ishabka
NIM : 150 206 007
Prodi / Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Semester : VIII
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Darussalam
Alamat : Jl. Inong Balee Lr. Durian No.24 Darussalam B. Aceh

Benar yang namanya tersebut diatas telah datang ke SD Negeri 4 Blangpidie dalam rangka Pengumpulan Data sebagai bahan penyusunan Skripsi dengan Judul "KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SD NEGERI 4 BLANGPIDIE KABUPATEN ACEH BARAT DAYA" dari tanggal 07 s/d 12 September 2019.

Demikian surat keterangan penelitian ini di keluarkan agar dapat dipergunakan seperlunya.

Dikeluarkan di : Blangpidie
Pada tanggal : 13 September 2019

Kepala SD Negeri 4 Blangpidie,

SUHARMIAT, S.Pd.SD
Nip. 19680808 198801 2 001

**INSTRUMEN PENELITIAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI
SDN 4 BLANGPIDIE KAB. ACEH BARAT DAYA**

No.	Rumusan Masalah	Indikator	Pertanyaan		
			Kepala Sekolah	Guru	Komite
			1.	Bagaimana implementasi gaya kepemimpinan kepala sekolah di SDN 04 Blangpidie Aceh Barat Daya?	<p>a. Kepemimpinan menurut Kartini Kartono menjelaskan bahwa tipe kepemimpinan terbagi atas</p> <p>1). Tipe Kharismatik</p>
			<p>Apakah menurut bapak atau ibu, kepala sekolah orang yang bertanggung jawab?</p>	<p>Apakah menurut bapak atau ibu, kepala sekolah orang yang bertanggung jawab?</p>	
		<p>2). Tipe Partenalistik</p>	<p>Bagaimana jika guru atau staf melakukan kesalahan apakah ibu melindunginya? Misalnya guru memukul</p>		

			siswa apakah ibu tutupi kesalahan guru tersebut?		
			Apakah dalam forum rapat jika ada guru yang memberi pendapat atau memberi masukan ibu terima?	Apakah dalam forum rapat jika ada guru memberi pendapat atau memberi masukan kepala sekolah menerima masukan tersebut?	
		3). Tipe Otoriter	Apakah ibu ada merasa bahwa sekolah ini benar-benar milik ibu bukan punya orang lain?		
			Apakah ibu pernah memaksa para guru dalam melakukan berbagai tugas sekolah?	Apakah kepala sekolah sering memaksa guru atas tugas yang diberikan?	
		4) Tipe Militeristik	Bagaimana jika guru atau staf yang lain melakukan kesalahan apakah ibu menghukumnya?	Apakah jika guru atau staf yang lain melakukan kesalahan apakah kepala sekolah menghukumnya?	
			Bagaimana jika guru dan staf memberikan saran atau kritik apakah ibu menerima?	Apakah kepala sekolah sering menerima saran dan kritik dari guru atau staf yang lain?	Apakah kepala sekolah menerima kritik atau saran dari bapak atau orang tua murid?
		5) Tipe Demokrasi	Bagaimana ibu menciptakan kerjasama dengan guru dalam menyusun visi dan misi	Apakah kepala sekolah dalam menyusun visi dan misi sekolah ada kerjasama dengan guru	Apakah kepala sekolah dalam menyusun visi dan misi sekolah ada kerjasama dengan

			sekolah?	dan staf lainnya?	bapak?
			Bagaimana ibu mengambil keputusan dalam sebuah rapat dengan guru dan staf yang lain?	Apakah dalam sebuah rapat kepala sekolah melibatkan guru dan staf dalam mengambil keputusan?	
			Apakah ibu meminta masukan dari guru atau staf yang lain dalam membuat keputusan?	Apakah kepala sekolah meminta masukan dari guru atau staf saat membuat keputusan?	Apakah kepala sekolah meminta masukan dari bapak dalam membuat keputusan?
2.	Bagaimana strategi pemasaran kepala sekolah dalam pengelolaan pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya?	A. Strategi pemasaran			
		1) analisis lingkungan internal	Apakah sekolah berada dalam kompleks masyarakat?	Apakah sekolah berada dalam kompleks masyarakat?	Apakah sekolah berada dalam kompleks masyarakat?
			Apakah sekolah tempat yang mudah dijangkau?	Apakah sekolah tempat yang mudah dijangkau?	Apakah sekolah tempat yang mudah dijangkau?
			Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat?	Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat?	Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid (bapak/ibu) atau masyarakat?
			Bagaimana peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus di sekolah ini?	Bagaimana peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus di sekolah ini?	

			Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid?	Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid?	Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid?
			Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid?	Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid?	Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid?
			Bagaimana kelebihan dari pembiayaan di sekolah ini?		
			Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk sekolah ini?	Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk sekolah ini?	Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk sekolah ini?
			Bagaimana proses promosi sekolah ini?	Bagaimana proses promosi sekolah ini?	
			Media apa saja yang digunakan untuk promosi?	Media apa saja yang digunakan untuk promosi?	
			Sarana prasarana apa saja yang dimiliki sekolah ini?	Sarana prasarana apa saja yang dimiliki sekolah ini?	
			Apakah sekolah memiliki bagian humas?	Apakah sekolah memiliki bagian humas?	
			Apakah guru dan staf terlibat dalam pemasaran sekolah?	Apakah guru dan staf terlibat dalam pemasaran sekolah?	
		2) analisis lingkungan eksternal	Apakah kebutuhan atau keinginan siswa dapat dipenuhi oleh sekolah?	Apakah kebutuhan atau keinginan siswa dapat dipenuhi oleh sekolah?	
			Apa saja kebutuhan	Apa saja kebutuhan	

			siswa yang dapat dipenuhi sekolah?	siswa yang dapat dipenuhi sekolah?	
			Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa?	Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa?	Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa?
			Apakah siswa nyaman belajar dengan kondisi kelas yang disediakan?	Apakah siswa nyaman belajar dengan kondisi kelas yang disediakan?	
			Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah?	Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah?	Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah?
3.	Apa saja kendala kepala sekolah dalam pengelolaan pemasaran pendidikan di SDN 4 Blangpidie Aceh Barat Daya?		Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan?	Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan?	
			Adakah hambatan dalam pengelolaan pemasaran pendidikan?	Adakah hambatan dalam pengelolaan pemasaran pendidikan?	
			Dari mana saja sumber dana untuk pemasaran pendidikan?	Dari mana saja sumber dana untuk pemasaran pendidikan?	
			Bagaimana kendala dana dalam pemasaran pendidikan?	Bagaimana kendala dana dalam pemasaran pendidikan?	
			Apakah dana menjadi kendala dalam	Apakah dana menjadi kendala dalam	

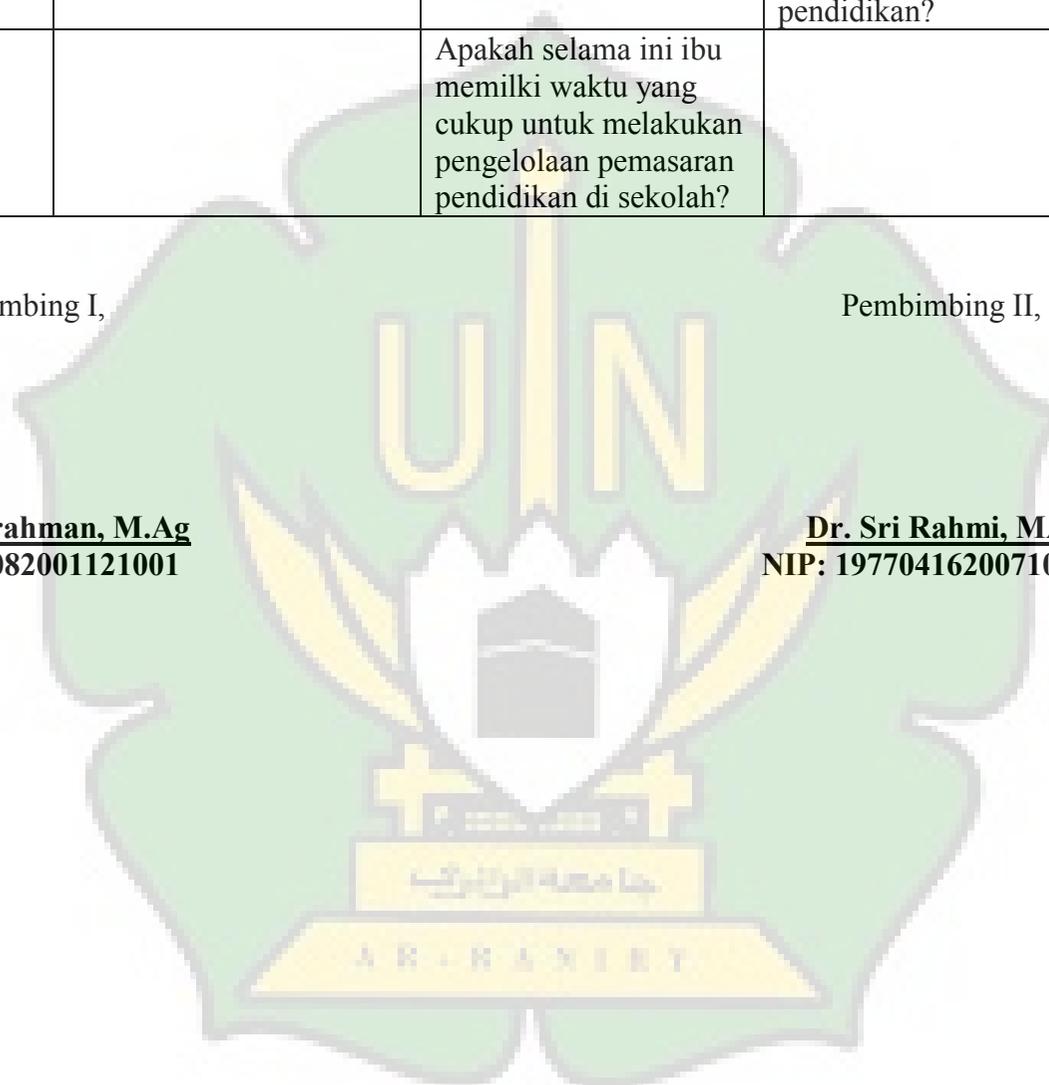
			pemasaran pendidikan?	pemasaran pendidikan?	
			Apakah selama ini ibu memiliki waktu yang cukup untuk melakukan pengelolaan pemasaran pendidikan di sekolah?		

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Mujiburrahman, M.Ag
NIP: 197109082001121001

Dr. Sri Rahmi, MA.
NIP: 197704162007102001



Tabel Cek List Observasi

No	Rumusan Masalah	Objek Oservasi
1.	Implementasi Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah di SDN 04 Blangpidie	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Interaksi kepala sekolah dengan guru ➤ Kondisi kepala sekolah dengan guru ➤ Kerjasama kepala sekolah dengan guru, staf dan komite ➤ Tingkah laku kepala sekolah dengan siswa ➤ Komunikasi kepala sekolah dengan anggota sekolah
2.	Strategi Pemasaran Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pendidikan di SDN 04 Blangpidie	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ruang belajar ➤ Tata letak ruang kelas ➤ Sarana prasarana ➤ Tat letak sekolah ➤ Kebutuhan siswa



**KISI-KISI INSTRUMEN OBSERVASI PENELITIAN KEPEMIMPINAN KEPALA
SEKOLAH DALAM PENGELOLAAN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SDN 4
BLANGPIDIE KAB. ACEH BARAT DAYA**

No.	Aspek yang di Observasi	Kondisi			
		Ada	Tidak Ada	Baik	Kurang Baik
1.	Profil sekolah	✓			
2.	Visi dan misi sekolah	✓			
3.	Struktur organisasi sekolah	✓			
4.	Sarana dan prasarana pendukung pemasaran pendidikan di sekolah				✓
5.	Brosur tentang pemasaran pendidikan	✓			
6.	Pamphlet pemasaran pendidikan sekolah		✓		
7.	Vidio promosi		✓		
8.	Promosi kelompok	✓			
9.	Agreditas sekolah			✓	

Wawancara dengan Kepala Sekolah

1. Apakah ketika ibu menyampaikan suatu pendapat, para guru menyetujui pendapat yang ibu utarakan?
2. Bagaimana jika guru atau staf melakukan kesalahan apakah ibu melindunginya? Misalnya guru memukul siswa apakah ibu tutupi kesalahan guru tersebut?
3. Apakah dalam forum rapat jika ada guru yang memberi pendapat atau memberi masukan ibu terima?
4. Apakah ibu ada merasa bahwa sekolah ini benar-benar milik ibu bukan punya orang lain?
5. Apakah ibu pernah memaksa para guru dalam melakukan berbagai tugas sekolah?
6. Bagaimana jika guru atau staf yang lain melakukan kesalahan apakah ibu menghukumnya?
7. Bagaimana jika guru dan staf memberikan saran atau kritik apakah ibu menerima?
8. Bagaimana ibu menciptakan kerjasama dengan guru dalam menyusun visi dan misi sekolah?
9. Bagaimana ibu mengambil keputusan dalam sebuah rapat dengan guru dan staf yang lain?
10. Apakah ibu meminta masukan dari guru atau staf yang lain dalam membuat keputusan?
11. Apakah sekolah berada dalam komplek masyarakat?
12. Apakah sekolah tempat yang mudah dijangkau?
13. Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat?
14. Bagaimana peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus di sekolah ini?
15. Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid?
16. Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid?
17. Bagaimana kelebihan dari pembiayaan di sekolah ini?
18. Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk sekolah ini?
19. Bagaimana proses promosi sekolah ini?
20. Media apa saja yang digunakan untuk promosi?
21. Sarana prasarana apa saja yang dimiliki sekolah ini?
22. Apakah sekolah memiliki bagian humas?
23. Apakah guru dan staf terlibat dalam pemasaran sekolah?
24. Apakah kebutuhan atau keinginan siswa dapat dipenuhi oleh sekolah?
25. Apa saja kebutuhan siswa yang dapat dipenuhi sekolah?
26. Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa?
27. Apakah siswa nyaman belajar dengan kondisi kelas yang disediakan?

28. Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah?
29. Apakah sekolah ini memiliki struktur organisasi sekolah?
30. Bagaimana akreditasi yang dimiliki oleh sekolah apakah bagus atau tidak?
31. Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan?
32. Adakah hambatan dalam pengelolaan pemasaran pendidikan?
33. Dari mana saja sumber dana untuk pemasaran pendidikan?
34. Bagaimana kendala dana dalam pemasaran pendidikan?
35. Apakah dana menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan?
36. Apakah selama ini ibu memiliki waktu yang cukup untuk melakukan pengelolaan pemasaran pendidikan di sekolah?



Wawancara dengan guru

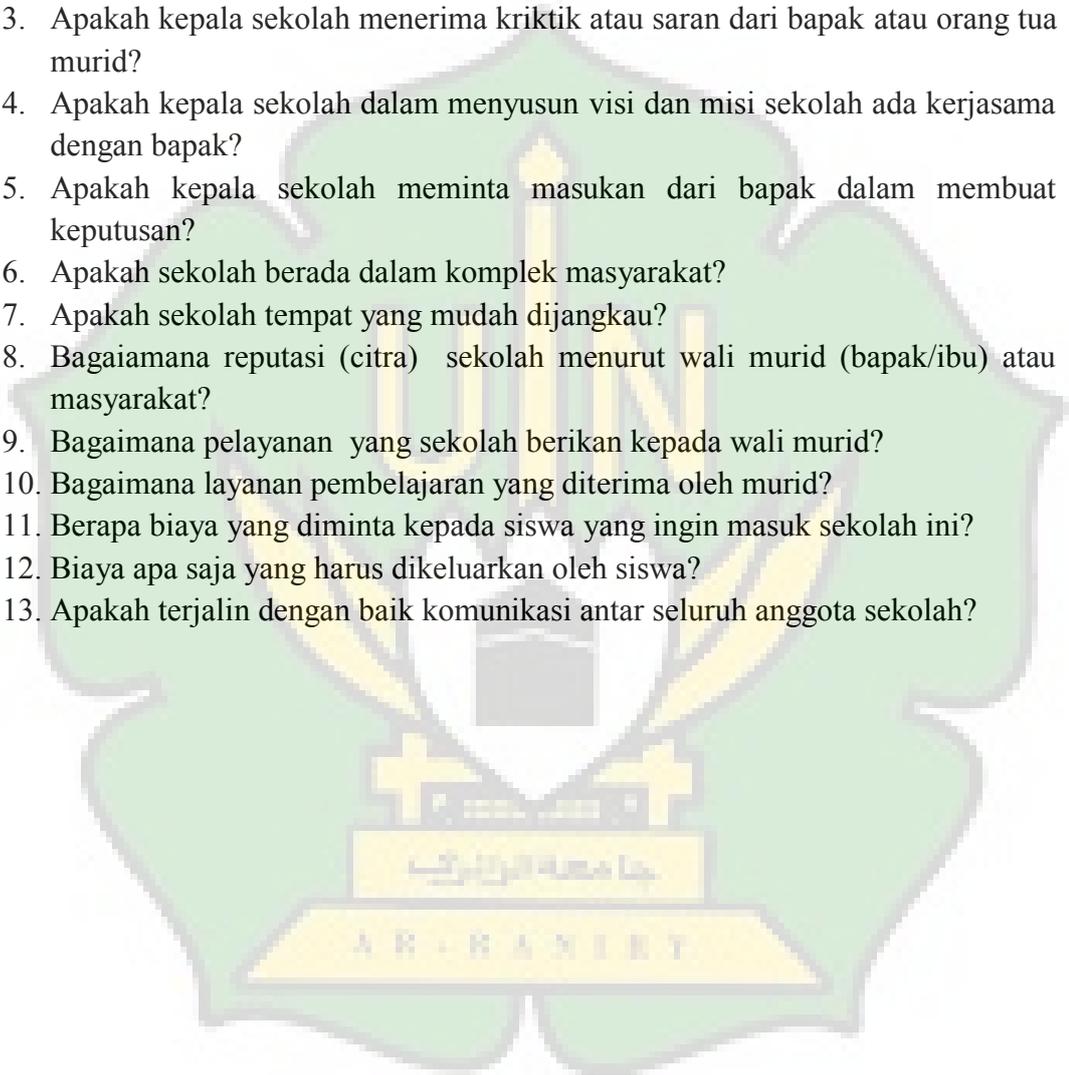
1. ketika kepala sekolah memberikan suatu pendapat, apakah para guru menyetujui pendapat yang diutarakan kepala sekolah?
2. Apakah menurut bapak atau ibu, kepala sekolah orang yang bertanggung jawab?
3. Apakah dalam forum rapat jika ada guru memberi pendapat atau memberi masukan kepala sekolah menerima masukan tersebut?
4. Apakah kepala sekolah sering memaksa guru atas tugas yang diberikan?
5. Apakah jika guru atau staf yang lain melakukan kesalahan apakah kepala sekolah menghukumnya?
6. Apakah kepala sekolah sering menerima saran dan kritik dari guru atau staf yang lain?
7. Apakah kepala sekolah dalam menyusun visi dan misi sekolah ada kerjasama dengan guru
8. Apakah dalam sebuah rapat kepala sekolah melibatkan guru dan staf dalam mengambil keputusan?
9. Apakah kepala sekolah meminta masukan dari guru atau staf saat membuat keputusan?
10. Apakah sekolah berada dalam komplek masyarakat?
11. Apakah sekolah tempat yang mudah dijangkau?
12. Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid atau masyarakat?
13. Bagaimana peluang untuk melanjutkan pendidikan bagi siswa yang lulus di sekolah ini?
14. Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid?
15. Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid?
16. Bagaimana kelebihan dari pembiayaan di sekolah ini?
17. Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk sekolah ini?
18. Bagaimana proses promosi sekolah ini?
19. Media apa saja yang digunakan untuk promosi?
20. Sarana prasarana apa saja yang dimiliki sekolah ini?
21. Apakah sekolah memiliki bagian humas?
22. Apakah guru dan staf terlibat dalam pemasaran sekolah?
23. Apakah kebutuhan atau keinginan siswa dapat dipenuhi oleh sekolah?
24. Apa saja kebutuhan siswa yang dapat dipenuhi sekolah?
25. Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa?
26. Apakah siswa nyaman belajar dengan kondisi kelas yang disediakan?
27. Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah?
28. Apakah sekolah ini memiliki struktur organisasi sekolah?
29. Bagaimana akreditasi yang dimiliki oleh sekolah apakah bagus atau tidak?
30. Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan?

31. Adakah hambatan dalam pengelolaan pemasaran pendidikan?
32. Dari mana saja sumber dana untuk pemasaran pendidikan?
33. Bagaimana kendala dana dalam pemasaran pendidikan?
34. Apakah dana menjadi kendala dalam pemasaran pendidikan?
35. Apakah selama ini ibu memiliki waktu yang cukup untuk melakukan pengelolaan pemasaran pendidikan di sekolah?



Wawancara dengan Komite Sekolah

1. Apakah orang tua murid menerima berbagai pendapat yang kepala sekolah usulkan?
2. Apakah menurut bapak atau ibu, kepala sekolah orang yang bertanggung jawab?
3. Apakah kepala sekolah menerima kritik atau saran dari bapak atau orang tua murid?
4. Apakah kepala sekolah dalam menyusun visi dan misi sekolah ada kerjasama dengan bapak?
5. Apakah kepala sekolah meminta masukan dari bapak dalam membuat keputusan?
6. Apakah sekolah berada dalam komplek masyarakat?
7. Apakah sekolah tempat yang mudah dijangkau?
8. Bagaimana reputasi (citra) sekolah menurut wali murid (bapak/ibu) atau masyarakat?
9. Bagaimana pelayanan yang sekolah berikan kepada wali murid?
10. Bagaimana layanan pembelajaran yang diterima oleh murid?
11. Berapa biaya yang diminta kepada siswa yang ingin masuk sekolah ini?
12. Biaya apa saja yang harus dikeluarkan oleh siswa?
13. Apakah terjalin dengan baik komunikasi antar seluruh anggota sekolah?



DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar Wawancara dengan Kepala SDN 04 Blangpidie



Gambar Wawancara dengan Guru SDN 04 Blangpidie



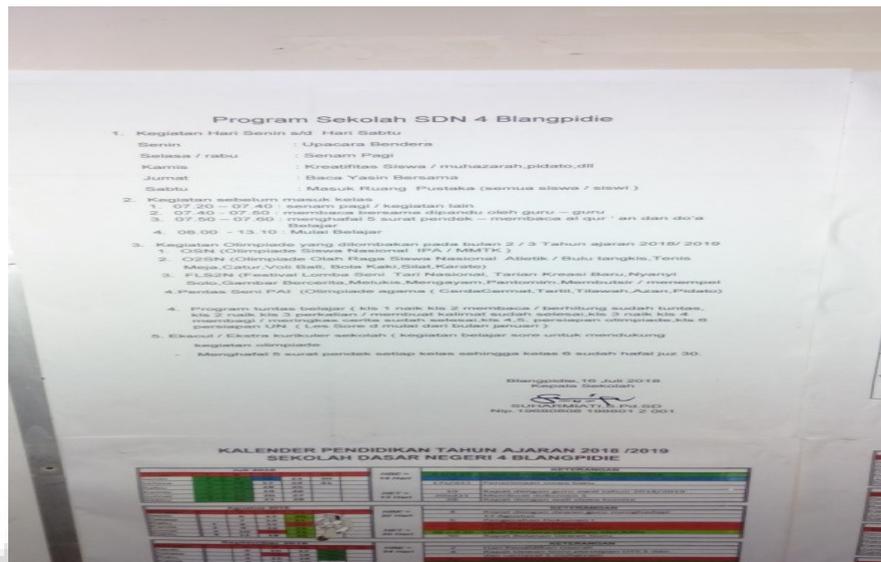
Gambar Wawancara dengan Komite SDN 04 Blangpidie



Gambar Visi dan Misi SDN 04 Blangpidie



Gambar Suasana Kelas di SDN 04 Blangpidie



**Gambar Pogram Sekolah dan Ekstrakulikuler SDN 04 Blangpidie
 2018/2019**



Gambar Struktur Organisasi SDN 04 Blangpidie 2018/2019



Gambar Sertifikat Akreditasi SDN 04 Blangpidie

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ishabka
Tempat/Tanggal Lahir : Kutatinggi 24 Agustus 1998
Alamat : Jln. Irigasi No. 13 Desa Kutatinggi Kec.Blangpidie
JenisKelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
Status : Belum Menikah
Pekerjaan : Mahasiswi
IPK : 3.53
No. Hp : 082272764392

Nama Orang Tua

- a. Ayah : Darmawardhi, S.Pd
Pekerjaan : PNS
- b. Ibu : Cut Nurhabibah
- c. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

Riwayat Pendidikan

1. SDN 2 Mata Ie Kab. Aceh Barat Daya Tahun Tamat 2009
2. SMPN 2 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya Tahun Tamat 2012
3. SMAN 1 Blangpidie Kab. Aceh Barat Daya Tahun Tamat 2015
4. UIN Ar-Raniry Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Prodi MPI Tahun Tamat 2020