

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Pada bab ini, peneliti akan memaparkan data hasil penelitian yang telah dilakukan melalui proses observasi, wawancara dengan informan, dan studi dokumentasi yang akan dideskripsikan berikut ini:

1. Profil SMA Daarut Tauhiid

SMA Daarut Tauhiid Boarding School merupakan institusi pendidikan di bawah naungan Yayasan Daarut Tauhiid Rahmatan Lil Aalamiin yang berlokasi di Jalan Cigugur Girang Kp. Pangsor No. 33, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat (40559). Terletak di atas tanah wakaf eco-pesantren seluas 3,5 hektar, tempat ini menjadi aset edukatif yang diakui oleh Dinas Pendidikan Kabupaten Bandung Barat sebagai kawasan percontohan modern karena integrasi sarana pendidikannya. Area ini juga dinilai sebagai wilayah yang memberikan edukasi tentang pelestarian lingkungan dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar, terutama selama Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), di mana warga dapat meningkatkan pendapatan melalui aktivitas berjualan.

Lokasi ini berada di dataran tinggi dan mendukung penerapan konsep Entrepreneurship berbasis Ma'rifatullah, Leadership, Entrepreneurship, serta wawasan lingkungan. SMA Daarut Tauhiid Boarding School memiliki luas lahan 5.725 m² yang mencakup halaman sekolah dengan kebun dan taman yang dipenuhi pepohonan, bunga, dan buah-buahan. Sekolah ini dikelilingi pegunungan dengan tanah vulkanik subur dan tanaman kayu putih.

Fasilitas sekolah meliputi 11 ruang kelas, 2 laboratorium IPA, 1 laboratorium multimedia yang multifungsi, 1 perpustakaan, serta 4 lapangan olahraga. Dalam mendukung digitalisasi, sekolah mewajibkan siswa membawa laptop dan menggunakan Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang berfungsi sebagai Learning Management System (LMS) untuk pembelajaran.

Pengembangan pendidikan karakter dan budaya terintegrasi dalam kurikulum, pengembangan diri, serta budaya sekolah. Kurikulum Daarut Tauhiid, yang juga memuat Kurikulum Merdeka, mengintegrasikan nilai-nilai karakter bangsa dan khas Daarut Tauhiid ke dalam mata pelajaran serta modul ajar yang ada. Salah satu fokus pendidikan karakter yang dikembangkan adalah Entrepreneurship berbasis Ma'rifatullah, Leadership, dan wawasan lingkungan, dengan mengacu pada panduan dari Direktorat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yaitu :

Tabel 4.1 Nilai-nilai Pendidikan karakter

Karakter Bangsa	Karakter Kurikulum Daarut Tauhiid
1. Integritas	Ikhlas
2. Mandiri	Jujur
3. Gotong Royong	Tawadhu
4. Religius	Disiplin
5. Nasionalis	Berani
6. Ekonomi Kreatif (Entrepreneurship berbasis Ma'rifatullah, Leadership, dan Wawasan Lingkungan)	Tangguh

SMA Daarut Tauhiid Boarding School memiliki siswa yang sebagian besar orang tuanya memiliki tingkat ekonomi menengah ke atas dan memiliki kepedulian yang besar terhadap pendidikan dan dakwah.

Alumni SMA Daarut Tauhiid Boarding School tersebar di berbagai bidang, seperti khidmat (pengabdian) di sekolah, melanjutkan pendidikan, dan berkerja. Sebagian besar dari alumni melanjutkan pendidikan di universitas dalam negeri dan luar negeri.

2. Visi, Misi dan Tujuan SMA Daarut Tauhiid

A. Visi

Visi SMA Daarut Tauhiid adalah sebagai berikut:

“Menjadi sekolah unggul yang mampu mewujudkan sumber daya manusia yang bertauhiid, berprestasi, dan bermanfaat”

Kata Kunci Visi: *Bertauhiid, Berprestasi, dan Bermanfaat*

Deskripsi/Indikator Visi:

1. Sekolah unggul adalah sekolah yang memenuhi 8 (delapan) standar nasional pendidikan (SNP) dan memiliki budaya khas Daarut Tauhiid
2. Sumber daya manusia yang bertauhid adalah lulusan yang senantiasa melaksanakan kebaikan dengan ikhlas karena Alloh, dengan Alloh, dan untuk Alloh
3. Berprestasi adalah memiliki aqidah yang lurus, ibadah yang baik dan benar, ahlak yang mulia, hafalan Alquran yang dijaga, serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi
4. Bermanfaat adalah menjadi rahmatan lil alamin untuk lingkungan sekitar, baik lingkungan alam ataupun lingkungan sosial

B. Misi

Misi SMA Daarut Tauhiid Boarding School

1. Menyelenggarakan pendidikan Islam terpadu dengan pembelajaran unggul yang mengintegrasikan muatan kurikulum nasional dan kurikulum khas Pesantren Daarut Tauhiid
2. Menyiapkan calon pemimpin masa depan yang memiliki aqidah yang lurus, ibadah yang baik dan benar, ahlak yang mulia, hafalan Alquran yang terjaga, serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi
3. Menumbuhkembangkan minat, bakat, dan potensi peserta didik untuk meraih prestasi pada tingkat daerah, nasional, sampai internasional
4. Menumbuhkembangkan kepedulian pada sesama dan lingkungan melalui pendekatan kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual

C. Tujuan sekolah

1. Terlaksananya kurikulum sekolah hasil bauran antara muatan kurikulum nasional dan kurikulum khas Pesantren yang meliputi empat pilar pendidikan di Daarut Tauhiid yang terdiri dari pilar ma'rifatulloh, leadership, enterpreneurship, dan wawasan lingkungan

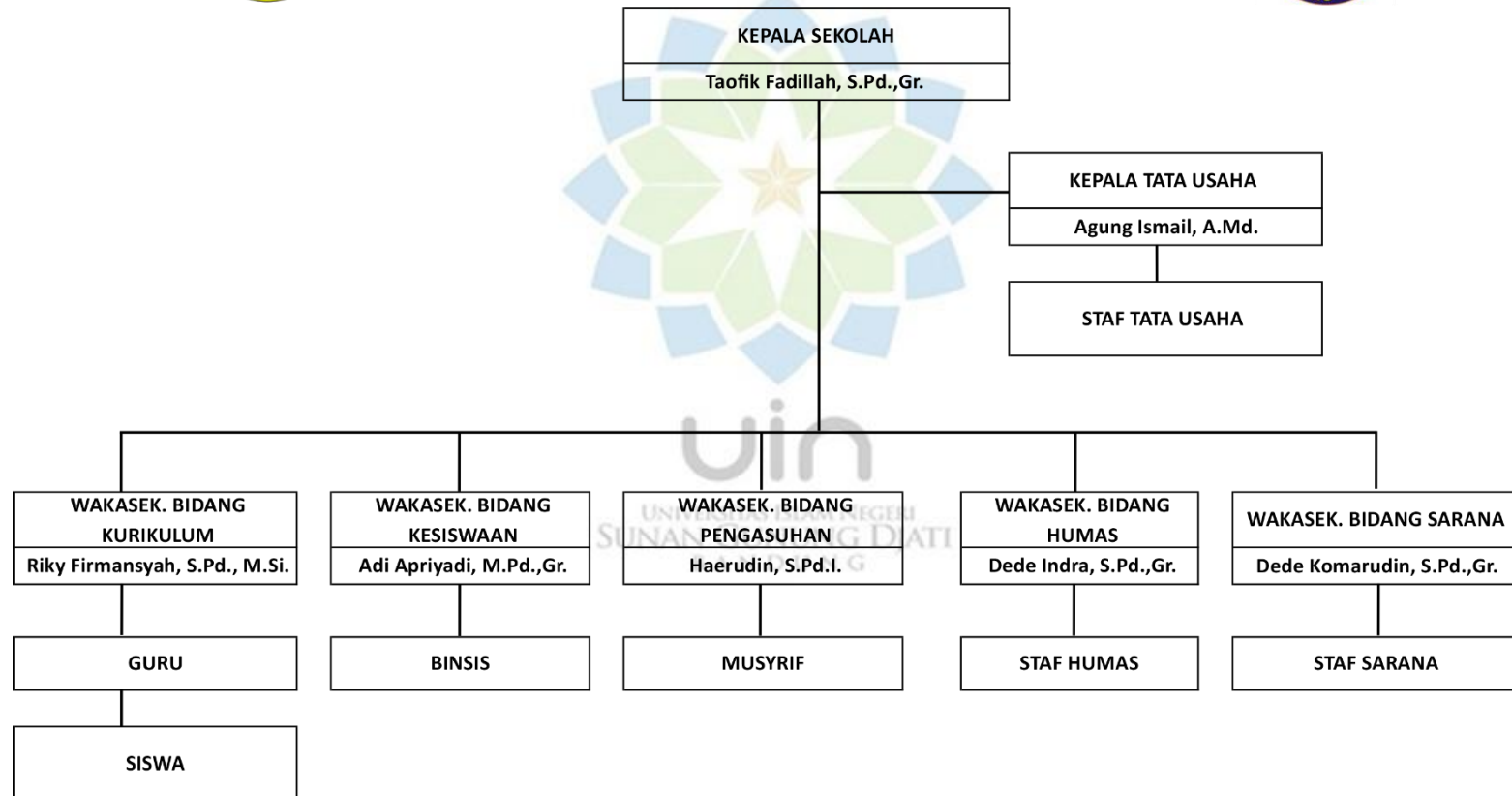
2. Terwujudnya sistem manajemen dan iklim kerja yang profesional bagi seluruh komponen sekolah.
3. Terwujudnya proses pembelajaran efektif .
4. Terciptanya lingkungan sekolah yang kondusif dalam mewujudkan sasaran pendidikan di Daarut Tauhiid yang meliputi aqidah yang lurus, ibadah yang baik dan benar, ahlak yang mulia, hafalan Alquran yang terjaga, serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi.
5. Tercapainya kualitas siswa yang berprestasi secara akademis dan non akademis dan mampu bersaing secara Nasional dan Internasional
6. Terciptanya hubungan yang harmonis antara sekolah, stake holders dan masyarakat



3. Struktur Organisasi SMA Daarut Tauhiid



**STRUKTUR ORGANISASI
SMA DAARUT TAUHIID BOARDING SCHOOL
TAHUN AJARAN 2024-2025**



Pada Struktur organisasi tersebut disebutkan bahwa Kepala Sekolah adalah Taofik Fadilah, S.Pd. Gr, sedangkan pada kenyataannya, kepala sekolah yaitu Duden Aminudin, S.Pd., Gr, hal ini terjadi dikarenakan ada kendala dalam hal administratif.

4. Kondisi Pendidik dan Tenaga Kependidikan di SMA Daarut Tauhiid

Guru di SMA Daarut Tauhiid terdiri dari tenaga pendidik yang memiliki kualifikasi akademik sesuai dengan standar yang ditetapkan pemerintah. Sebagian besar guru telah menyelesaikan pendidikan tingkat sarjana (S1), dengan beberapa di antaranya memiliki gelar pascasarjana (S2 dan S3). Para guru ini juga memiliki sertifikasi profesional yang menandakan kompetensi mereka dalam bidang pendidikan. Mereka secara rutin mengikuti berbagai pelatihan dan workshop untuk meningkatkan keterampilan mengajar serta memperbarui pengetahuan mereka sesuai dengan perkembangan terbaru dalam dunia pendidikan.

Sebagai pemimpin utama, kepala sekolah diharapkan mampu memanfaatkan seluruh personel secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan pendidikan di SMA Daarut Tauhiid secara optimal. Dalam proses belajar mengajar, sekolah ini didukung oleh sejumlah guru dan karyawan, untuk lebih lengkapnya dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2 Tenaga kependidikan

No.	Amanah	Total	Kepegawaian		Pendidikan			Sertifikasi
			PNS	Non PNS	SMA	D3	S1	
1	Staf Akunting	1	-	1	-	-	1	-
2	Staf Kasir	1	-	1	-	-	1	-
3	Staf Administrasi	7	-	7	-	1	6	-
4	Staf Operasional	1	-	1	1	-	-	-
5	Staf Sarana	3	-	3	1	-	2	-
JUMLAH		13	-	13	2	1	10	-

Tabel 4.3 Tenaga Pendidik

No.	Mata Pelajaran	Total Guru	Kepegawaian		Pendidikan			
			PNS	Non PNS	S1/D 4	S2	S3	Profesi
1	Pendidikan Agama Islam	3	-	3	3	-	-	-
2	Pendidikan Kewarganegaraan	1	-	1	1	-	-	-
3	Bahasa Indonesia	2	-	2	2	-	-	2
4	Bahasa Inggris	2	-	2	2	-	-	2
5	Matematika	2	-	2	2	-	-	-
6	Fisika	3	1	2	1	2	-	2
7	Biologi	2	-	2	1	1	-	2
8	Kimia	2	-	2	2	-	-	2
9	Sejarah	2	-	2	1	1	-	1
10	Geografi	1	-	1	1	-	-	-
11	Ekonomi	1	-	1	-	1	-	-
12	Sosiologi	1	-	1	1	-	-	-
13	Seni Budaya	-	-	-	-	-	-	-
14	Penjas, Olahraga, dan Kesehatan	1	-	1	-	1	-	-
15	Informatika	1	-	1	1	-	-	-
16	Prakarya dan Kewirausahaan	1	-	1	1	-	-	1
17	Muatan Lokal (Bahasa Arab)	1	-	1		1	-	-
18	Bimbingan Konseling	3	-	3	3	-	-	-
JUMLAH		29	1	28	22	7	-	12

Tabel 4.4 Daftar pendidik dan tenaga kependidikan

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
1	Duden Aminudin, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Kepala Sekolah	S-1 Pendidikan Olahraga
2	Agung Ismail, A.Md.	Laki - Laki	Kepala Tata Usaha	D-3 Administrasi dan Keuangan

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
3	Dede Indra, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Waka Humas	S-1 Bimbingan Dan Konseling
4	Dede Komarudin, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Waka Sarana	S-1 Pendidikan Matematika
5	Taofik Fadillah, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Waka Kurikulum	S-1 Pendidikan Fisika
6	Haerudin S.Pd.I	Laki - Laki	Waka Pengasuhan	S-1 Pendidikan Agama Islam
7	Adi Apriyadi, M.Pd., Gr.	Laki - Laki	Waka Kesiswaan	S-2 Pendidikan Sejarah
8	Yogi Firmansyah, S.Pd., M.Si.	Laki - Laki	Guru Ekonomi	S-2 Ilmu Ekonomi Kosentrasi Ekonomi dan Studi Pembangunan
9	Dodi Riswandi, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Guru Geografi	S-1 Manajemen Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
10	Fauzy Ahmadi Akbar, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Guru Kimia	S-1 Pendidikan Kimia
11	Japar Sidik, S.Hum.	Laki - Laki	Guru Sejarah	S-1 Sejarah
12	Novianto, S.Pd.I.	Laki - Laki	Guru PAI	S-1 Pendidikan Agama Islam
13	Ahmad Zulkarnain, S.Pd., Gr.	Laki - Laki	Guru Bahasa Inggris	S-1 Pendidikan Bahasa Inggris
14	Supyan, S.Pd.	Laki - Laki	Guru PAI	S-1 Pendidikan Agama Islam
15	Muhammad Azmil Mukarrom, M.Pd.	Laki - Laki	Guru Penjaskes	S-2 Pendidikan Olahraga

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
16	Sahri Ramdan, M.Pd.	Laki - Laki	Guru Fisika	S-2 Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam
17	Gugun Gunawan, S.Pd.	Laki - Laki	Guru Matematika	S-1 Pendidikan Matematika
18	Riky Firmansyah, S.Pd., Gr., M.Si.	Laki - Laki	Guru Biologi	S-2 Biomanajemen
19	Tanzilal Wanda , S.Pd.	Laki - Laki	Guru BK	S-1 Bimbingan Dan Konseling
20	Ani Cica Suryani, S.Pd., Gr.	Perempuan	Guru Biologi	S-1 Pendidikan Biologi
21	Laela Rahmi Ramdhani, S.Pd., Gr.	Perempuan	Guru Kewirausahaan	S-1 Manajemen
22	Siti Arti Syara,, S.Pd., Gr.	Perempuan	Guru Bahasa Inggris	S-1 Pendidikan Bahasa Inggris
23	Marlina, S.Pd., Gr.	Perempuan	Guru Bahasa Indonesia	S-1 Pendidikan Bahasa , Sastra Indonesia dan Daerah
24	Isye Gantini, S.Pd., Gr.	Perempuan	Guru Kimia	S-1 Pendidikan Kimia
25	Nanda Syifa Nuraeni, S.Pd.	Perempuan	Guru Matematika	S-1 Pendidikan Matematika
26	Thalita Nur Islamy, S.Pd.	Perempuan	Guru PKN	S-1 Pendidikan Warga Kewarganegaraan
27	Dessy Ratningsih, S.Sos.	Perempuan	Guru BK	S-1 Bimbingan Dan Konseling

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
28	Tarkenih, S.S., Gr.	Perempuan	Guru Bahasa Indonesia	S-1 Bahasa Indonesia
29	Ade Nining Suryani, S.Pd.	Perempuan	Guru TIK	S-1 Pendidikan Ilmu Komputer
30	Rizma Rizqina Muwahhida, M.Hum	Perempuan	Guru Bahasa Arab	S2 Bahasa Dan Sastra Arab
31	Nurdin Bahrul Alam, S.H.	Laki - Laki	Kepala Perpustakaan	S-1 Hukum Ekonomi Syariah
32	Dindin Solahuddin D, S.T.	Laki - Laki	Administrasi Kesiswaan	S-1 Teknik Industri
33	Jihad, S.Pd.	Laki - Laki	Adm Pengasuhan	S-1 Pendidikan Agama Islam
34	Ali Imron, S.Pd.	Laki - Laki	Humas Front Office	S-1 Pendidikan Agama Islam
35	Ega Aulia Sidiq	Laki - Laki	Driver	SMA
36	Soleh	Laki - Laki	Koordinator Fasilitas Umum	SMA
37	Mohammad Lutfi Iskandar, S.Pd.I.	Laki - Laki	Administrasi Sarana	S-1 Pendidikan Agama Islam
38	M Adi Abdullah, S.Pd.	Laki - Laki	Binsis Kesiswaan Sekolah	S-1 Pendidikan Agama Islam
39	Kurnia Nurhakim Faturohman, S.T.	Laki - Laki	Binsis Kesiswaan Sekolah	S-1 Teknik Industri
40	Denis Amirullah	Laki - Laki	Staf Sarana Umum	SMA

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
41	Muhammad Panji Hanafiah, A.Md.	Laki - Laki	Operator Sekolah & Administrasi Kepegawaian	D-3 Akuntansi
42	Abdurahman Hakim, M.E.	Laki - Laki	Kasir	S-1 Manajemen Ekonomi Syariah
43	Jaya Kusuma Wardani, S.H.	Laki - Laki	Binsis Kesiswaan Sekolah	S-1 Hukum Islam
44	Mohammad Najib Karim, S.H.	Laki - Laki	Humas Media & Design	S-1 Hukum Keluarga
45	Dena Resnawati Kosasih, S.Pd.	Perempuan	Administrasi Kurikulum	S-1 Administrasi Pendidikan
46	Nia Pratiwi, S.E.	Perempuan	Akunting	S-1 Ekonomi
47	Ujang Jamaludin, S.Sos.	Laki - Laki	Koordinator Tahfidz	S-1 Komunikasi Penyiaran Islam
48	Iwan Hidayat, S.Pd.	Laki - Laki	Mudaris	S- 1
49	Resa Amaliatul Kirom	Laki - Laki	Musyrif	SMA
50	Mujiburrohman, S.Hum.	Laki - Laki	Administrasi Binsis Dan PJ Laptop	S-1
51	Al Azmi Purwanto	Laki - Laki	Musyrif	SMA
52	Kiki Tri Murdani	Laki - Laki	Musyrif	SMA
53	Amir M Syarif	Laki - Laki	Musyrif	SMA
54	Andi Wahyudi, S.Pd.	Laki - Laki	Petugas Keamanan Sekolah	S-1 Pendidikan Bahasa Arab
55	Riki Arraniri	Laki - Laki	Musyrif	SMA

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
56	Royandi Alamsyah	Laki - Laki	Musyrif	SMA
57	Dede Nurhidayat	Laki - Laki	Musyrif	SMA
58	Muhammad Ridwan, S.H.	Laki - Laki	Binsis Pengasuhan	S-1 Ahwal Al-Syakhsiyyah
59	Juliandal Adiguna, S.H.	Laki - Laki	Musyrif	S-1 Ahwal Al-Syakhsiyyah
60	Erwin, S.Ag.	Laki - Laki	Musyrif	S-1 Tasawuf dan Psikoterapi
61	Riyan Okta Permana, S.H.	Laki - Laki	Musyrif	S-1 Hukum Ekonomi Syariah
62	Hilmi Shihab Munawar, S.Pd.	Laki - Laki	Musyrif	S-1 Pendidikan Agama Islam
63	Herdy Difa Novriadi	Laki - Laki	Musyrif	SMA
64	Riyan Taupiq Hidayah	Laki - Laki	Musyrif	SMA
65	Hudri Asy'ari	Laki - Laki	Staf Sarana Umum	SMA
66	Tajul Arifin, S.Pd.	Laki - Laki	Musyrif	S-1 Pendidikan Bahasa Arab
67	Arip Nurjaman, S.H.	Laki - Laki	Musyrif	S-1 Syariah dan Hukum
68	Muhamad Rifqi Ramdani, S.H.	Laki - Laki	Petugas Keamanan Sekolah	S-1 Hukum Ekonomi Syariah
69	Mira Mariana, A.Md., Keb.	Perempuan	Staf Kesehatan Asrama	D-3 Ilmu Kebidanan
70	Susianah, S.H.	Perempuan	Adm Persuratan & Umum	S-1 Hukum Ekonomi Syariah

NO	Nama	Jenis Kelamin	Amanah	Pendidikan Terakhir
71	Muhammad Irfan Nurfalah	Laki - Laki	Staf Humas Kerjasama & Kemitraan	S-1
72	Marwan Sa	Laki - Laki	Musyrif	SMA
73	Imam Bukhori Muslim, S.Kel.	Laki - Laki	Musyrif	S1 - Ilmi Kelautan
74	Riki Iskandar, S.Pd.	Laki - Laki	Musyrif	S1 - Pendidikan Agama Islam
75	Ari Rizqy Abdillah, S.Sos.	Laki - Laki	Musyrif	S1 - Manajemen Dakwah
76	Riska Angga Putri, S.Pd.	Perempuan	Guru SBK	S1-Pendidikan Seni Rupa
77	Seno Prasetyo, S.H.	Laki - Laki	Bina Siswa Asrama	S1 - Ilmu Hukum
78	Fikar Sajjad Tazqiyatullah	Laki - Laki	Musyrif	SMA
79	Sa'adillah Rohmanudin, S.Ag.	Laki - Laki	Musyrif	SMA
80	Fergiawan	Laki - Laki	Musyrif	S-1
81	Yusup, S.Pd.	Laki - Laki	Guru Sosiologi	S-1 Pendidikan Sosiologi

5. Keadaan Peserta Didik

Adapun data peserta didik SMA Daarut Tauhiid tahun pelajaran 2024/2025 dapat dilihat pada tabel 4.5, berikut:

Tabel 4.5 Data Jumlah Peserta Didik Tahun Pelajaran 2024/2025

No.	Tingkat	Jumlah
1	10	102
2	11	103
3	12	74
Total		279

6. Keadaan Sarana dan Prasarana

Arikunto dan Yuliana berpendapat bahwa sarana pendidikan mencakup semua fasilitas yang dibutuhkan dalam proses pembelajaran, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak, agar tujuan pendidikan dapat tercapai dengan efektif, lancar, dan teratur. Contohnya meliputi ruang kelas, gedung, meja, kursi, serta alat-alat media pembelajaran. Sementara itu, prasarana pendidikan adalah fasilitas yang secara tidak langsung mendukung proses pembelajaran, seperti halaman, jalan, taman, dan kebun. Namun, jika fasilitas tersebut digunakan langsung dalam pembelajaran, misalnya taman untuk pelajaran biologi atau halaman sebagai lapangan olahraga, maka fasilitas tersebut dapat dianggap sebagai sarana ra

Tabel 4.6 Daftar sarana dan prasarana

No	Uraian Sarana dan Prasarana	Jumlah	Luas (m ²)
1	Lahan		57.627
	a. Lahan terbangun	2	5.700
	b. Lahan Terbuka	1	1.927
	c. Lahan Kegiatan praktik	3	5.000
	d. Lahan pengembangan	1	25.000
2	Ruang Pendidikan		
	a. Ruang Kelas	11	
	b. Ruang Laboratorium Biologi dan Kimia	1	
	c. Ruang Laboratorium Fisika	1	

	d. Ruang Laboratorium Komputer	1	
	e. Ruang Kesenian	1	
	f. Ruang Olah Raga	1	
	g. Ruang Keterampilan	1	
3	Ruang Administrasi		
	a. Ruang Kepala Sekolah	1	
	b. Ruang Wakil Kepala Sekolah	1	
	c. Ruang Guru	1	
	d. Ruang Tata Usaha	1	
4	Ruang Penunjang		
	a. Ruang Ibadah / Mesjid	1	
	b. Ruang Koperasi Sekolah	1	
	c. Ruang OSIS / Pramuka / PMR	1	
	d. Ruang Bimbingan dan Konseling	1	
	e. Ruang Serba Guna / Aula	1	
	f. Ruang Kamar mandi/WC guru	2	
	g. Ruang Kamar mandi/WC siswa	8	
	h. Ruang Perpustakaan	1	

7. Muatan kurikulum

Kurikulum adalah kumpulan program pendidikan dan perangkat pembelajaran yang disusun oleh lembaga pendidikan. Kurikulum berisi rencana pembelajaran yang harus diikuti oleh siswa untuk mendapatkan ijazah. Kurikulum yang digunakan di SMA Daarut Tauhiid adalah Kurikulum nasional yang dipadukan dengan kurikulum ke khas-an Daarut Tauhiid.

Struktur Kurikulum yang dipergunakan untuk proses pembelajaran tahun ajaran 2024/2025 adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7 Struktur Kurikulum

STRUKTUR KURIKULUM
SMA Daarut Tauhiid BOARDING
SCHOOL

No.	Mata Pelajaran	X		XI		XII	
		Semester		Semester		Semester	
		1	2	1	2	1	2
1	Pendidikan Agama dan Budi Pekerti	-	-	-	-	3	3
	Aqidah	1	1	1	1	-	-
	Akhlak	1	1	1	1	-	-
	Fiqih	1	1	1	1	-	-
	Tarikh	1	1	1	1	-	-
2	Pendidikan Pancasila	2	2	2	2	2	2
3	Bahasa Indonesia	3	3	3	3	3	3
4	Matematika	3	3	3	3	3	3
5	Ilmu Pengetahuan Alam						
	Fisika	2	2	5	5	5	5
	Kimia	2	2	5	5	5	5
	Biologi	2	2	5	5	5	5
	Matematika Tingkat Lanjut	-	-	5	5	5	5
6	Ilmu Pengetahuan Sosial						
	Sosiologi	2	2	5	5	5	5
	Ekonomi	2	2	5	5	5	5
	Sejarah	2	2	2	2	2	2
	Geografi	2	2	5	5	5	5
	Antropologi	-	-	5	5	5	5
7	Bahasa						
	Bahasa Indonesia Tingkat Lanjut	-	-	5	5	5	5
	Bahasa Inggris Tingkat Lanjut	-	-	5	5	5	5
8	Bahasa Inggris	2	2	2	2	2	2
9	PJOK	2	2	2	2	2	2
10	Informatika	2	2	2	2	2	2
11	Seni Budaya	2	2	2	2	2	2
12	Prakarya dan Kewirausahaan	2	2	2	2	2	2
13	Bahasa Arab	2	2	2	2	2	2
Total Jam/Minggu		38	38	44	44	44	44

8. Proses pembelajaran dan Ekstrakurikuler

Jadwal kegiatan siswa dimulai pada pukul 03.30 dan di akhiri pada pukul 21.30. Proses pembelajaran siswa secara formal dimulai pada pukul 07.00 sampai dengan 14.30, dari hari senin sampai dengan jum'at. Untuk lebih lengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.8 jadwal Kegiatan harian peserta didik

DAILY ACTIVITY WEEK DAY SANTRI SMA DTBS PUTRA			
No	Waktu	Aktivitas	tempat
1	03.30 – 04.15	Tahajud dan tilawah Al-Qur'an	Asrama
2	04.15 – 05.00	Persiapan, shalat shubuh berjamaah dan Al-Matsurat	Asrama
3	05.00 – 06.00	Halaqah Qur'an,	Masjid
		MQ Pagi dan Sedekah	Masjid
4	06.00 – 07.00	Persiapan Sekolah dan BRTT Asrama	Asrama
5	07.00 – 07.10	Shalat Dhuha	Asrama
6	07.00 – 07.45	Apel Pagi	Lapangan
7	08.00 – 11.30	KBM	Kelas
8	11.40 – 13.00	Persiapan, Shalat Dzuhur, Tilawah dan Makan Siang	Asrama
9	13.00 – 14.30	Kbm Pengembangan diri	Kelas
10	14.50 – 16.00	Persiapan, Shalat ashar, Al-Matsurat dan Tilawah	Asrama
11	16.00 – 17.15	Aktivitas Pribadi/Olahraga dan Jajan	Lapangan
12	17.15 – 17.45	IBM dan Makan Sore	Asrama
13	17.45 – 18.20	Persiapan berangkat kemesjid dan shalat maghrib	Asrama
14	18.20– 19.10	Halaqah Qur'an,	Masjid
15	19.10 – 19.30	Shalat Isya dan Dzikir	Masjd
16	19.30-21.30	Halqah Qur'an, Belajar Mandiri, Mentoring dan Muhasabah	Masjid
17	21.30 - 03.30	Istirahat	Asrama

Kegiatan pengembangan diri yang sebagian besar dilaksanakan di luar kelas (ekstrakurikuler) yang diasuh oleh guru pembina. Pelaksanaan diatur sesuai jadwal kegiatan yang telah ditentukan, adapun untuk jenis ekstrakurikulernya adalah : Pramuka, Ju-Jitsu, Boxing, Taekwondo, Silat Merpati Putih, Karate, Tarung

Derajat, Badminton, PMR, ICT, Volly, Music, Basket, Renang, HBA, Hadroh, Jurnalistik, Futsal, Garda, dan Panahan

B. Temuan dan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dengan pengumpulan data melalui proses wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, selanjutnya peneliti mengolah dan mendeskripsikan data-data yang telah di dapatkan di lapangan. Pihak-pihak yang peneliti wawancara adalah kepala sekolah dan para wakil kepala sekolah atau staf nya.

Deskripsi dari temuan penelitian dilakukan dengan mengikuti urutan pada rumusan masalah, yaitu : 1) Proses pemilihan SDM dalam pemasaran pendidikan *Boarding School* di SMA Daarut Tauhiid, 2) Proses pemasaran Pendidikan *Boarding School* di SMA Daarut Tauhiid, 3) Program-program apa saja yang digunakan untuk pemasaran pendidikan *Boarding School* di SMA Daarut Tauhiid, 4) Evaluasi kinerja pemasaran pendidikan *Boarding School* di SMA Daarut Tauhiid.

1. Deskripsi Proses Pemilihan SDM dalam Pemasaran Pendidikan

***Boarding School* di SMA Daarut Tauhiid**

Dalam konteks manajemen pemasaran pendidikan, khususnya di *Boarding School* seperti SMA Daarut Tauhiid, "orang" mencakup semua individu yang terlibat dalam proses penyampaian informasi dan citra positif lembaga kepada calon siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Ini termasuk staf administrasi, guru, siswa, alumni, dan bahkan jaringan luas civitas Daarut Tauhiid. Proses pemilihan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk pemasaran di SMA Daarut Tauhiid melibatkan beberapa tahapan dan pertimbangan yang krusial untuk keberhasilan strategi pemasaran. Meskipun secara umum dikoordinasikan oleh tim manajemen, partisipasi aktif seluruh civitas akademika dan jaringan Daarut Tauhiid menjadi kunci keberhasilannya.

1.1 Tahapan Proses Pemilihan SDM Pemasaran

Proses pemilihan SDM pemasaran di SMA Daarut Tauhiid dapat diuraikan dalam beberapa tahapan berikut:

1. **Identifikasi Kebutuhan:** Tahap awal melibatkan analisis menyeluruh terhadap kebutuhan pemasaran saat ini dan masa depan. Ini mencakup identifikasi peran-peran kunci dalam tim pemasaran (misalnya, pengelola media sosial, *content creator*, *customer service*, petugas hubungan masyarakat), keterampilan dan keahlian yang dibutuhkan untuk setiap peran, serta jumlah SDM yang diperlukan. Analisis ini mempertimbangkan strategi pemasaran yang telah ditetapkan, target audiens, dan tujuan yang ingin dicapai.
2. **Perencanaan Rekrutmen:** Setelah kebutuhan teridentifikasi, dirancanglah strategi rekrutmen yang efektif. Strategi ini dapat mencakup berbagai metode, seperti pengumuman internal (bagi civitas Daarut Tauhiid), pengumuman eksternal melalui platform online dan offline, kerjasama dengan universitas atau lembaga pendidikan terkait, dan memanfaatkan jaringan alumni. Kriteria kualifikasi dan persyaratan yang jelas untuk setiap posisi dirumuskan pada tahap ini.
3. **Seleksi Calon:** Tahap seleksi melibatkan beberapa metode untuk mengevaluasi kesesuaian calon SDM dengan kriteria yang telah ditetapkan. Metode ini dapat mencakup:
 - 1) **Seleksi Administrasi:** Penilaian berkas lamaran, transkrip akademik, dan surat rekomendasi.
 - 2) **Tes Psikologi:** Untuk mengukur kepribadian, kemampuan kerja sama, dan kemampuan memecahkan masalah.
 - 3) **Wawancara:** Untuk menilai kemampuan komunikasi, keterampilan interpersonal, dan pemahaman terhadap visi dan misi SMA Daarut Tauhiid.
 - 4) **Portofolio (jika relevan):** Untuk menilai kemampuan desain grafis, penulisan, atau pembuatan konten digital.

- 5) **Uji Kompetensi:** Untuk mengukur kemampuan teknis yang dibutuhkan, seperti pengelolaan media sosial atau pembuatan video.
4. **Pengambilan Keputusan:** Setelah melalui proses seleksi, tim manajemen akan mengevaluasi hasil dari setiap tahapan dan memilih calon SDM yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang telah ditetapkan. Pertimbangan komprehensif terhadap kemampuan, potensi, dan kesesuaian budaya organisasi menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan.
5. **Pelatihan dan Pengembangan:** Setelah terpilih, SDM pemasaran akan diberikan pelatihan dan pengembangan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan dan keahlian mereka. Pelatihan ini dapat mencakup pelatihan teknis, pelatihan *soft skills*, dan *on-the-job training*.

1.2 Kriteria Penilaian Calon SDM Pemasaran

Kriteria penilaian calon SDM pemasaran di SMA Daarut Tauhiid mencakup beberapa aspek penting:

- 1) Keterampilan Teknis: Kemampuan dalam mengelola media sosial, membuat konten digital (video, foto, desain grafis), mengelola website, dan menggunakan perangkat lunak pemasaran lainnya.
- 2) Keterampilan Komunikasi: Kemampuan berkomunikasi secara efektif, baik secara lisan maupun tulisan, dengan berbagai pihak (calon siswa, orang tua, media, dan mitra kerja).
- 3) Keterampilan Interpersonal: Kemampuan membangun hubungan yang baik, bekerja sama dalam tim, dan berinteraksi dengan orang lain secara profesional dan ramah.
- 4) Pemahaman Pasar: Pemahaman tentang pasar pendidikan, tren terkini, dan kebutuhan calon siswa dan orang tua.
- 5) Kreativitas dan Inovasi: Kemampuan untuk mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam strategi pemasaran.
- 6) Komitmen terhadap Visi dan Misi: Keselarasan nilai dan komitmen terhadap visi dan misi SMA Daarut Tauhiid.

- 7) Pengalaman (jika relevan): Pengalaman kerja di bidang pemasaran atau bidang terkait.

1.3 Pentingnya Pemilihan SDM yang Tepat

Pemilihan SDM yang tepat dalam pemasaran pendidikan sangat penting karena berdampak langsung pada citra, reputasi, dan keberhasilan SMA Daarut Tauhiid dalam menarik calon siswa. SDM yang berkualitas dan berkompeten akan mampu:

- 1) **Meningkatkan Efektivitas Pemasaran:** Mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif dan terukur.
- 2) **Membangun Citra Positif:** Membangun dan menjaga citra positif SMA Daarut Tauhiid di mata masyarakat.
- 3) **Meningkatkan Pendaftaran Siswa:** Menarik minat calon siswa dan orang tua untuk mendaftar di SMA Daarut Tauhiid.
- 4) **Memperkuat Hubungan dengan Stakeholder:** Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan berbagai *stakeholder*, seperti orang tua, alumni, dan mitra kerja.
- 5) **Meningkatkan Loyalitas:** Membangun loyalitas dan kepercayaan dari calon siswa dan orang tua.

Dalam konteks SMA Daarut Tauhiid, partisipasi aktif seluruh civitas akademika dan jaringan Daarut Tauhiid, termasuk pemberian insentif seperti *tip* bagi guru dan staf yang berhasil merekrut siswa baru, menunjukkan komitmen yang kuat terhadap keberhasilan strategi pemasaran. Sistem ini, dipadukan dengan peran Humas dan bagian-bagian pendukungnya, membentuk ekosistem pemasaran yang holistik dan efektif. Sistem ini juga didukung oleh media dari yayasan, seperti promosi melalui kajian dan pengajian di Masjid Daarut Tauhiid, menunjukkan sinergi yang kuat antara berbagai elemen dalam organisasi.

2. Deskripsi Proses pemasaran Pendidikan Boarding School di SMA Daarut Tauhiid

Proses pemasaran yang dilakukan di SMA Daarut Tauhiid dilakukan secara masif, baik melalui media digital maupun media cetak. Proses pemasaran dilakukan mulai dari perencanaan, eksekusi, sampai dengan evaluasi.

a. Analisis SWOT

Perencanaan pemasaran dilakukan melalui analisis SWOT. Hasil dari analisis SWOT yang dilakukan oleh tim manajemen adalah sebagai berikut

1. Mutu Lulusan

		Kekuatan	Kelemahan
		<i>Kekuatan yang dimiliki sekolah</i> 1. Tersebar baik di PTN Unggulan, Eropa dan Timur Tengah 2. Prestasi siswa baik akademik maupun non akademik mulai dari tingkat daerah, provinsi, nasional dan internasional 3. Sekolah SMA Daarut Tauhiid sudah menjadi Sekolah Penggerak 4. Setiap siswa memiliki hafalan Al-Qur'an minimal 2 Juz 5. Penerapan kurikulum merdeka yang dikolaborasikan dengan kurikulum khas Daarut Tauhiid. 6. Orientasi siswa baru dengan lingkungan Boarding dengan penerapan Karakter BAKU	<i>Kelemahan yang dimiliki sekolah</i> 1. Presentase siswa yang diterima melalui jalur SNBP dan SNBT masih kecil bila dibandingkan dengan jalur Mandiri 2. Presentase raihan prestasi siswa di bidang akademik masih kecil bila dibandingkan dengan prestasi non akademik 3. Capaian hafalan siswa belum tersertifikasi resmi 4. Sebagian besar Santri kurang memiliki keterampilan dasar untuk hidup mandiri. 5. Belum terbentuknya budaya sekolah ramah anak 6. Ruang ekspresi bagi santri masih kurang 7. Kemampuan literasi dan numerasi siswa masih rendah

		Kekuatan	Kelemahan
			8. Kegiatan remedial secara terjadwal di luar (KBM)
Peluang	<i>Peluang yang mendukung sekolah</i> 1. Diterimanya lulusan di PTN melalui jalur prestasi SNBP, UTBK, seleksi mandiri, jalur tahfidz 2. Banyak terbuka perlombaan dari pemerintah 3. Mulai banyak Perguruan Tinggi yang membuka jalur prestasi hafalan Al-Qur`an	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan peluang</i> 1. Program sukses PTN, kedinasan dan luar negeri 2. Program sukses OSN, Program ekskul prestasi 3. Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila 4. Program pengarahan masuk PTN jalur tahfidz 5. Open house (ruang kreativitas)	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan peluang</i> 1. Pemetaan minat, karir, bakat (psikotes) dan Super intensif 2. Program intensif 3. program KTI 4. upgrading kompetensi kepribadian dan sosial siswa 5. Program Kerjasama dengan Kemenag terkait sertifikasi tahfidz 6. pentas seni 7. life skill
Ancaman	<i>Ancaman yang menghambat sekolah</i> 1. Semakin banyak sekolah baru berbasis boarding 2. Banyak sekolah sekitar yang sudah langganan juara di beberapa lomba 3. Banyak berdiri sekolah pesantren di sekitar	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan ancaman</i> 1. Ikatan alumni SMA Daarut Tauhiid 2. Mataba	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan ancaman</i> 1. Pembekalan santri baru 2. Program Kerjasama dengan Kemenag terkait sertifikasi tahfidz

2. Proses Pembelajaran

		Kekuatan	Kelemahan
		<i>Kekuatan yang dimiliki sekolah</i> 1. Sekolah Penggerak 2. Kurikulum Merdeka 3. Kurikulum Khas DT 4. Guru dan pelatih kompeten di bidangnya masing-masing 5. Antusiasme siswa mengikuti perlombaan 6. Sarana belajar mendukung 7. Kekhasan pesantren mendukung pendidikan karakter.	<i>Kelemahan yang dimiliki sekolah</i> 1. Belum melakukan analisis pencapaian kompetensi siswa 2. Belum melakukan evaluasi dan refleksi pelaksanaan pembelajaran 3. Praktik pembelajaran interaktif yang sesuai dengan tujuan pembelajaran dan karakteristik siswa belum terlaksana dengan baik 4. Belum mengintegrasikan upaya pencegahan dan penanggulangan narkoba pada murid dalam proses pembelajaran 5. Kemampuan literasi dan numerasi siswa secara keseluruhan masih perlu ditingkatkan

		Kekuatan	Kelemahan
Peluang	<i>Peluang yang mendukung sekolah</i> 1. Teknologi dalam pembelajaran 2. Akses sumber belajar luas. 3. Suasana Islami Religius 4. Relatif dekat dengan banyak Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta 5. Lingkungan dan masyarakat kondusif 6. Potensi daerah dalam pertanian dan wisata.	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan peluang</i> 1. City Tour 2. Study Tour 3. PHBN 4. Pembinaan Akhlak Mulia (PHBI, Kajian Diniyah)	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan peluang</i> 1. Penyusunan Perangkat Pembelajaran. 2. Penilaian Sekolah 3. Penilaian keyboarding 4. Gerakan Literasi Sekolah (GLS) 5. Pengelolaan Majalah Dinding Sekolah 6. Asesmen Nasional Berbasis Komputer (ANBK)
Ancaman	<i>Ancaman yang menghambat sekolah</i> 1. Pengaruh negatif dari teknologi dan media sosial. 2. Persaingan program pembelajaran dari sekolah lain. 3. Pengaruh negatif dari sekitar seperti minuman keras, narkoba, kenakalan remaja, dsb. 4. Ketidakpuasan proses Pembelajaran	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan ancaman</i> 1. Ekstrakurikuler 2. Pembinaan Kedisiplinan 3. Sosialisasi Tata Tertib 4. Mabimsa	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan ancaman</i> 1. Penyusunan Perangkat Pembelajaran 2. Penilaian Sekolah Penilaian Keyboarding

3. Mutu Guru

		Kekuatan	Kelemahan
		<i>Kekuatan yang dimiliki sekolah</i> 1. Program Supermen sudah berjalan dengan baik. 2. Guru mendapatkan pemahaman berkaitan dengan Pedagogi. 3. Guru mendapatkan informasi terkait peningkatan keprofesionalan guru 4. Guru diberikan kesempatan untuk mengembangkan diri melalui workshop, pelatihan, dan seminar.	<i>Kelemahan yang dimiliki sekolah</i> 1. Belum terstandar penyusunan modul ajar dari guru. 2. Belum semua guru memiliki pemahaman mengenai implementasi kurikulum merdeka.
Peluang	<i>Peluang yang mendukung sekolah</i> 1. Sekolah SMA Daarut Tauhiid sudah menjadi sekolah penggerak. 2. Guru melakukan pengimbasan praktik baik ke berbagai forum/sekolah. 3. Sekolah SMA sudah menjadi sekolah Penggerak 4. Sekolah menganggarkan untuk kegiatan rakor guru 5. Sekolah memberikan kesempatan kepada guru untuk mengembangkan diri melalui program upgrading.	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan peluang</i> 1. Lesson Study 2. In House Training 3. Rakor guru 4. Upgrading guru	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan peluang</i> 1. Program penyusunan perangkat pembelajaran terstandar 2. Supermen (Supervisi dan Mentoring)

		Kekuatan	Kelemahan
Ancaman	<i>Ancaman yang menghambat sekolah</i> 1. Peserta didik tidak puas dengan media pembelajaran yang diberikan guru.	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan ancaman</i>	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan ancaman</i> 1. Pengembangan media pembelajaran.

4. Manajemen Sekolah

		Kekuatan	Kelemahan
		<i>Kekuatan yang dimiliki sekolah</i> 1. Adanya informasi kenaikan komponen gaji. 2. Adanya SOP pengelolaan administrasi. 3. SDM memiliki semangat belajar yang tinggi. 4. SDM sudah profesional dalam bidangnya. 5. Orang tua yang loyal terhadap sekolah. 6. Termonitoringnya pengelolaan dana pemerintah sesuai dengan 8 SNP. 7. Gaji diatas UMR. 8. Adanya biaya pembelian buku guru, buku santri dan anggaran media pembelajaran. 9. Adanya dokumentasi nilai santri. 10. Tersedianya identitas santri. 11. Setrategi atau konten marketing PPDB yang sudah ada. 12. Sekolah menjalin kerjasama dengan MQS dalam menyediakan souvenir dan cinderamata.	<i>Kelemahan yang dimiliki sekolah</i> 1. Kepala sekolah, Ka TU, dan Kepala Laboratorium belum tersertifikasi 2. Turn over tenaga pendidik dan kependidikan terlalu cepat. 3. Civitas belum memahami perihal sekolah penggerak, implementasi kurikulum merdeka, dan kompetensi lainnya sesuai bidang amanah. 4. Belum semua civitas memiliki NUPTK 5. Masih banyak santri aktif dan alumni yang belum membayar SPP 6. Belum lengkapnya fasilitas asrama, santri, kantor dan umum. 7. Terjadinya kerusakan pada mesin kendaraan 8. Jaringan internet tidak stabil 9. Gedung menjadi kumuh dan tidak BRTT 10. Nilai guna barang sudah Menurun

		Kekuatan	Kelemahan
Peluang	<i>Peluang yang mendukung sekolah</i>	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan peluang</i>	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan peluang</i>
	1. Adanya anggaran untuk program sertifikasi	1. Upgrading SDM	1. Sertifikasi Kepsek, Ka Tu, Ka Lab, Guru
	2. Adanya analisis dan kriteria kebutuhan pendidik dan tenaga kependidikan.	2. Reward dan Punishment berdasarkan penilaian kinerja setiap bulan bagi SDM	Rekrutmen Tenaga Pendidik dan Kependidikan Baru sesuai kebutuhan
	3. SDM mampu meningkatkan kapasitas keilmuannya..	3. Pengelolaan Dana Pemerintah (BOS Reguler, BOS Kinerja, BPMU)	Rekrutmen Guru, Musyrif, dan Backoffice
	4. SDM memiliki semangat berprestasi.	4. Menyusun dan Menunaikan Imbal Jasa	
	5. Adanya bantuan biaya operasional sekolah dari pemerintah	5. Pengadaan buku guru, buku santri dan pengembangan media pembelajaran.	
	6. SDM mampu mengakses komponen gaji.	6. Pengadaan Dokumen Santri- Map Rapor- Blanko Rapor- Blanko Ijazah	
	7. Terpenuhinya referensi bagi guru dan santri serta meningkatnya kualitas pembelajaran.	7. Pengadaan kartu pelajar	
	8. Membantu santri memiliki portopolio	8. Pengadaan tools PPDB	
	9. Membantu santri memiliki tanda pengenalan.	Pengadaan bingkisan, cinderamata dan souvenir sekolah	
	10. Potensi pendaftar yang semakin banyak		
	11. Memperkenalkan sekolah secara soft selling sehingga meningkatkan kualitas sekolah.		

		Kekuatan	Kelemahan
Ancaman	<i>Ancaman yang menghambat sekolah</i>	<i>Program yang menghubungkan antara kekuatan dan ancaman</i>	<i>Program yang menghubungkan antara kelemahan dan ancaman</i>
	1. Adanya civitas yang protes mengenai remunerasi	1. Sosialisasi Remunerasi secara berkala	1. In House Training seluruh civitas mengenai sekolah penggerak, implementasi kurikulum merdeka, dan kompetensi lainnya sesuai bidang amanah.
	2. Adanya audit pengelolaan administrasi.	2. Pengelolaan Administrasi	2. Penerbitan NUPTK SDM
	3. Adanya monitoring dan evaluasi kegiatan sekolah penggerak dari pengawas dinas	Membuat dan menyusun analisa komponen biaya investasi pendidikan	3. Piutang Santri : Penagihan Piutang Santri Aktif dan Penagihan Piutang Santri Alumni (Pasif)
	4. Civitas sulit mengikuti program pengembangan diri dari dinas.		4. Pengadaan fasilitas sekolah dan asrama (fasilitas kelas, fasilitas umum, fasilitas kantor, dan fasilitas siswa)
	5. Adanya orang tua yang protes terhadap biaya pendidikan sekolah.		5. Pemeliharaan kendaraan
	6. Pengurangan SDM dan efisiensi penggunaan biaya program sekolah.		6. Pemeliharaan perangkat dan jaringan internet
	7. Adanya protes dari santri perihal fasilitas sekolah.		7. Pemeliharaan Gedung Pemutihan fasilitas sekolah.
	8. Terjadinya kecelakaan		
	9. Digitalisasi pembelajaran tidak maksimal		
	10. Kenyamanan proses belajar terganggu.		
	11. Penumpukan barang yang sudah habis nilai guna.		

Dari analisis SWOT tersebut, pihak manajemen mengambil langkah strategis untuk pemasaran pendidikan yaitu menentukan tujuan dan sasaran pemasaran.

b. Tujuan dari program pemasaran jasa pendidikan di SMA Daarut Tauhiid

Tujuan dari program pemasaran jasa pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School dirancang dengan berbagai sasaran, di antaranya adalah inovasi dalam memberikan pelayanan belajar. Menurut pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School , "Tujuan dari program pemasaran yang dijalankan oleh Tim

Hubungan Masyarakat adalah agar para pendidik dan tenaga kependidikan terus meningkatkan kualitas layanan belajar dengan melakukan evaluasi program dan berinovasi."⁹⁵

Sasaran kedua dari program pemasaran jasa pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School adalah meningkatkan produktivitas lembaga dalam memberikan kualitas layanan belajar. Pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School menyatakan bahwa "tujuan program pemasaran jasa pendidikan di lingkungan Daarut Tauhiid bukan untuk meraih keuntungan materi, melainkan sebagai upaya untuk meningkatkan produktivitas lembaga dengan fokus pada mutu pembelajaran."⁹⁶

Sasaran ketiga dari program pemasaran jasa pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School adalah memperkuat potensi sumber daya fisik, bukan untuk kepentingan finansial atau mencari keuntungan. Pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School menyatakan, "Kami telah memberikan gambaran yang jelas dan terbuka mengenai kondisi SMA Daarut Tauhiid, agar para orang tua memahami kebutuhan dan potensi dalam memperkuat sumber daya fisik, seperti fasilitas dan kegiatan operasional. Tentunya, mereka mengerti bahwa hal ini tidak bertujuan untuk keuntungan finansial lembaga. Kami menawarkan harga tertentu sesuai dengan kebutuhan dan layanan yang diberikan, dan orang tua setuju dengan kesepakatan tersebut."⁹⁷

Sasaran keempat dari program pemasaran jasa pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School adalah meningkatkan prestasi dan pengembangan manajerial karyawan. Pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School menyatakan bahwa "ada program pembinaan dan pengembangan untuk karyawan, yang umumnya dikenal sebagai Santri Karya oleh Aa Gym, yaitu karyawan yang dibekali dengan nilai-nilai dan budaya Daarut Tauhiid."⁹⁸ Pernyataan ini juga diperkuat oleh Staf Wakil Hubungan Masyarakat SMA Daarut Tauhiid, yang menyebutkan bahwa

⁹⁵ Wawancara dengan kepala SMA Daarut Tauhid, Duden Aminudin, S.Pd., Gr.

⁹⁶ *ibid*

⁹⁷ *ibid*

⁹⁸ *ibid*

"peningkatan prestasi karyawan dilakukan dengan memberikan apresiasi, seperti menambah jumlah insentif, kepada karyawan yang amalan hariannya memenuhi atau melampaui standar yang telah ditetapkan oleh Daarut Tauhiid."⁹⁹

Sasaran kelima dari program pemasaran jasa pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School adalah mengembangkan akuntabilitas sosial. Pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School menjelaskan bahwa pemasaran jasa atau sosialisasi kegiatan di SMA Daarut Tauhiid dilakukan setiap hari sebagai bentuk akuntabilitas sosial, terutama kepada orang tua atau wali siswa.

Setelah mengetahui tujuan dan sasaran dari pemasaran Pendidikan di SMA Daarut Tauhiid, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Dari analisis tim manajemen, strategi yang akan di gunakan untuk pemasaran adalah melalui dua cara, yaitu melalui daring (online) atau media digital dan juga luring (offline).

Pemasaran melalui media digital dilakukan melalui media sosial yang banyak penggunaannya, mulai dari facebook, Instagram, X, dan youtube, termasuk melalui status WhatsApp. Upaya pemasaran melalui social media agar lebih dalam lagi, sekolah melakukan pemasaran lewat iklan berbayar. Pemasaran berbayar ini dilakukan pada dua sosial media besar, yaitu Facebook dan Instagram. Sekolah menganggarkan khusus setiap bulannya, untuk pemasaran berbayar ini.

Pemasaran melalui media digital ini dikerjakan oleh tim khusus, yang berada di bawah naungan Wakasek HUMAS. Personil yang di beri tugas untuk mendesain, kemudian mengajukan hasil desain kepada tim manajemen, yang kemudian di unggah ke akun sosial media milik sekolah.

Dari hasil wawancara dengan staf HUMAS, kebanyakan orang tua calon peserta didik, melihat informasi tentang SMA Daarut Tauhiid dari media digital, karena kebanyakan peserta didik yang sekarang aktif berasal dari luar Bandung, jadi kemungkinan kecil mereka mendapatkan informasi SMA Daarut Tauhiid dari media cetak atau fisik.

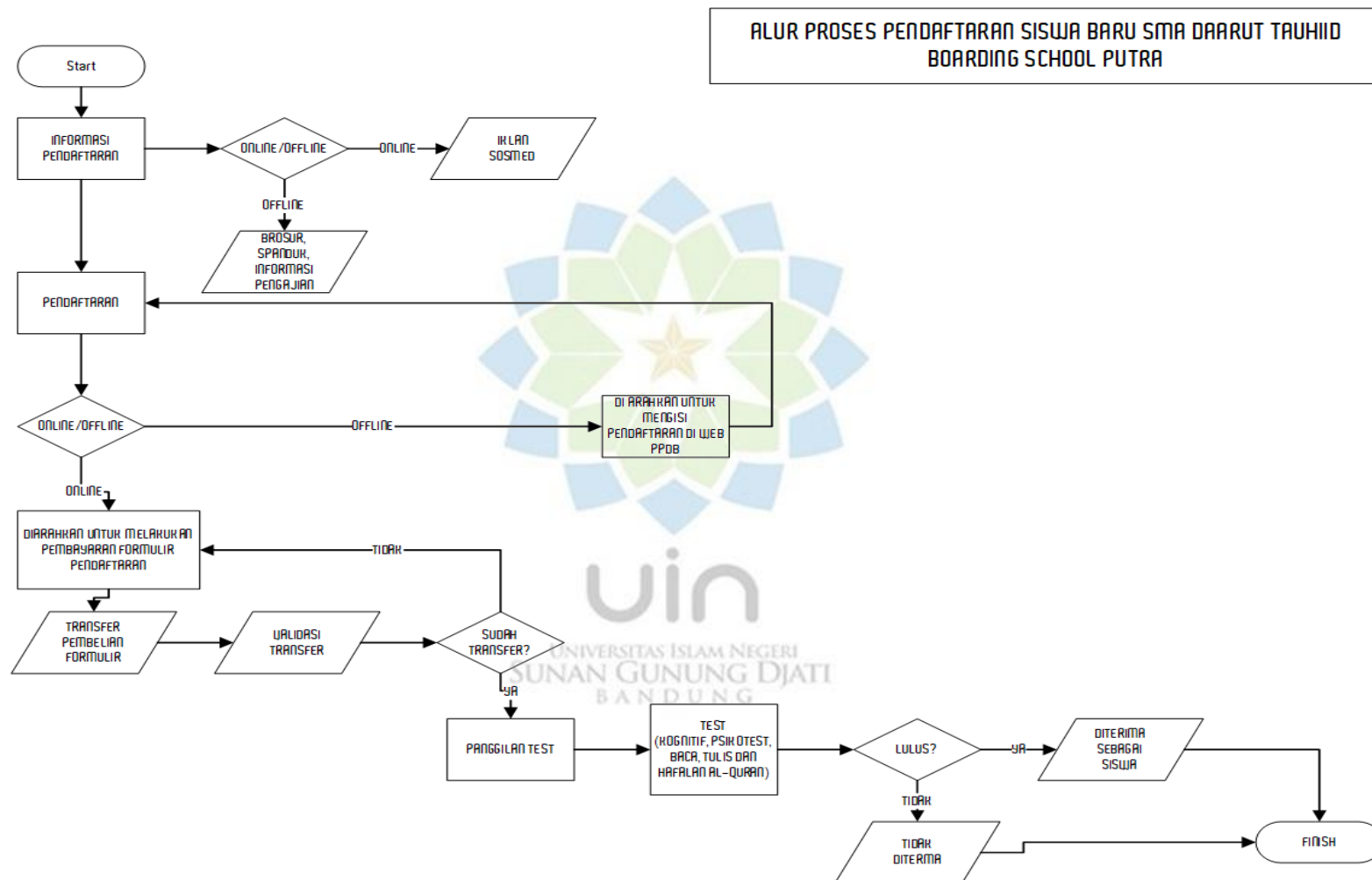
⁹⁹ Wawancara dengan Staf HUMAS, Mohammad Najib Karim, S.H.

Pemasaran melalui luring atau offline juga di lakukan oleh sekolah, diantaranya adalah dengan menitipkan informasi kepada Yayasan Daarut tauhiid, pada kegiatan-kegiatan pengajian rutin, yang dilaksanakan di masjid pusat Daarut Tauhiid yang ada di Gegerkalong Girang. Kemudian melalui media cetak, yang bisa di sebar, diantaranya adalah brosur, spanduk, banner, dan baligo yang di pasang di tempat-tempat strategis di kota Bandung maupun Cimahi.

Pemasaran melalui media cetak masih di lakukan, pertimbangannya adalah karena masih ada juga para orang tua ataupun calon peserta didik yang berasal dari Bandung raya, jadi mereka bisa mendapatkan informasi tentang SMA Daarut tauhiid ini melalui media cetak. Meskipun perbandingan hasil pemasarannya jauh jika dibandingkan dengan pemasaran melalui media digital.

Adapun alur pendaftaran peserta didik baru di SMA Daarut Tauhiid bisa dilihat pada gambar 4.1

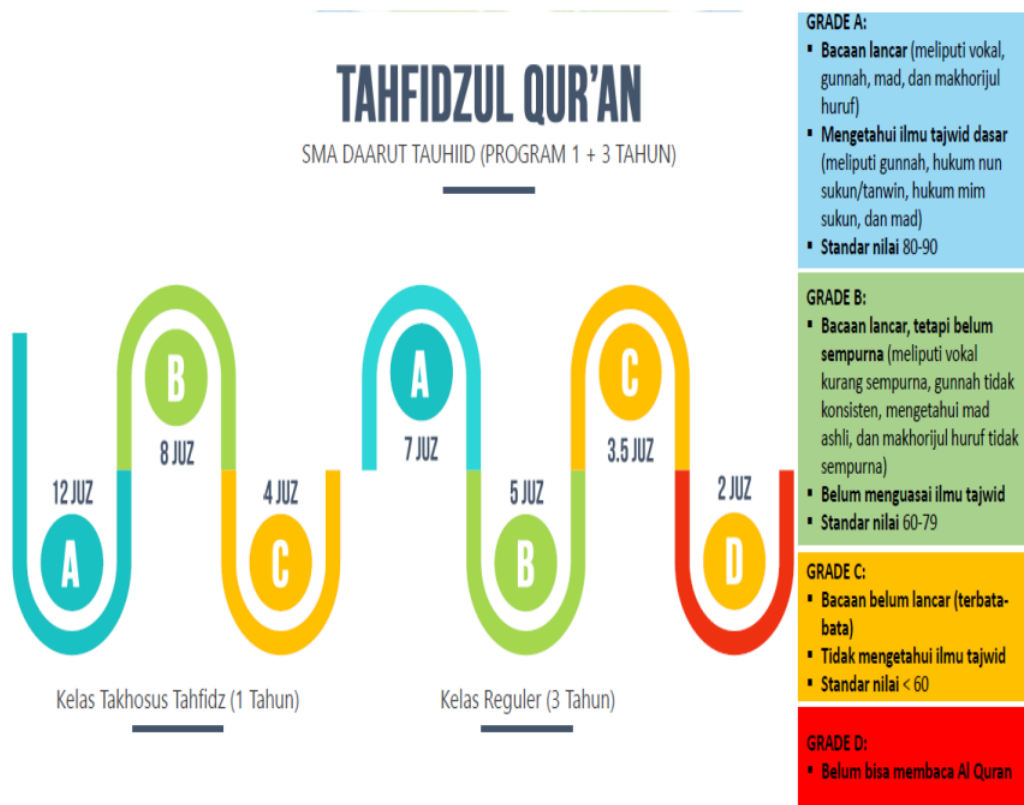




Gambar 4.1 Alur Pendaftaran peserta didik baru di SMA Daarut Tauhiid

c. Produk

SMA Daarut Tauhiid (SMA Daarut Tauhiid) menawarkan jasa pendidikan unggulan yang berfokus pada pengembangan karakter Islami yang kuat, dipadukan dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan keterampilan kompetitif untuk menghadapi tantangan global. Jasa pendidikan ini melampaui transfer ilmu pengetahuan semata; ia membentuk individu yang beriman, berilmu, berakhlak mulia, dan siap menjadi pemimpin dan agen perubahan di masa depan. Keunggulan ini diwujudkan melalui program-program terintegrasi dan kurikulum yang dirancang secara sistematis, didukung oleh fasilitas modern dan tenaga pendidik yang berkompeten.



Gambar 4.2 Program Keunggulan SMA Daarut Tauhiid

Program tahfidz Al-Qur'an merupakan program unggulan SMA Daarut Tauhiid yang membedakannya dari sekolah lain. Program ini bertujuan mencetak generasi Qur'ani yang tidak hanya mampu menghafal Al-Qur'an, tetapi juga mengamalkan nilai-nilai Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari, serta mampu

berprestasi di bidang akademik dan non-akademik. Terdapat dua jalur program tahfidz:

1. Program Takhosus (4 Tahun)

Program Takhosus merupakan program intensif selama empat tahun, menambahkan satu tahun masa belajar dibandingkan program reguler. Tahun tambahan ini didedikasikan sepenuhnya untuk pendalaman hafalan Al-Qur'an, dengan bimbingan intensif dari para guru dan ustadz yang berpengalaman dalam metode menghafal Al-Qur'an, seperti metode qira'ah, metode muraja'ah, dan metode lainnya yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing santri. Kurikulum dirancang untuk menyeimbangkan hafalan Al-Qur'an dengan pemahaman tafsir, hadits, dan ilmu-ilmu Al-Qur'an lainnya. Metode pembelajaran bervariasi, mulai dari metode menghafal individual dengan bimbingan personal, metode kelompok untuk saling memotivasi dan berbagi pengalaman, hingga penggunaan teknologi seperti aplikasi digital untuk membantu proses menghafal. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui ujian hafalan, ujian pemahaman, dan ujian praktik membaca Al-Qur'an dengan tajwid yang benar. Lulusan program Takhosus diharapkan mampu menghafal Al-Qur'an 30 juz dengan pemahaman yang baik, serta mampu mengaplikasikan nilai-nilai Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, mereka juga mendapatkan pelatihan public speaking dan kemampuan presentasi untuk menyampaikan pemahaman mereka tentang Al-Qur'an kepada khalayak luas.

2. Program Reguler (3 Tahun)

Program Reguler mengintegrasikan pembelajaran tahfidz Al-Qur'an ke dalam kurikulum 3 tahun SMA. Meskipun waktu yang dialokasikan lebih sedikit dibandingkan program Takhosus, program ini tetap menekankan kualitas hafalan dan pemahaman. Siswa diberikan target hafalan yang terukur dan terjadwal, yang diintegrasikan dengan kegiatan belajar mengajar lainnya. Metode pembelajaran yang digunakan meliputi metode hafalan terjadwal, muraja'ah rutin, dan diskusi kelompok untuk memahami kandungan ayat yang dihafal. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui ujian hafalan dan pemahaman. Program ini cocok bagi siswa

yang ingin menyeimbangkan pendidikan umum dengan pengembangan spiritual melalui hafalan Al-Qur'an. Target hafalan disesuaikan dengan kemampuan dan minat siswa, dengan dukungan penuh dari guru pembimbing.

Kurikulum SMA Daarut Tauhiid dirancang untuk mengintegrasikan ilmu pengetahuan umum dengan nilai-nilai Islam. Kurikulum ini mengacu pada Kurikulum Nasional, namun diperkaya dengan materi-materi yang relevan dengan nilai-nilai Islam, seperti akhlak mulia, kepemimpinan, dan kewirausahaan. Metode pengajaran yang digunakan bersifat interaktif dan partisipatif, mendorong siswa untuk aktif bertanya, berdiskusi, dan berkreasi. Sekolah juga menggunakan berbagai metode pembelajaran modern, seperti pembelajaran berbasis proyek, pembelajaran berbasis masalah, dan pembelajaran berbasis teknologi. Kurikulum juga mencakup mata pelajaran muatan lokal yang relevan dengan budaya dan kearifan lokal.

SMA Daarut Tauhiid membekali siswa dengan keterampilan kepemimpinan dan kewirausahaan melalui program-program terstruktur dan kegiatan ekstrakurikuler yang dirancang untuk menumbuhkan jiwa kepemimpinan dan kewirausahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Program leadership diwujudkan melalui berbagai kegiatan, antara lain: LDKS (Latihan Dasar Kepemimpinan Siswa) yang intensif dan terstruktur, Camping Kepemimpinan yang menantang dan melatih kerja sama tim, Outbound yang mengembangkan kreativitas dan problem-solving, dan pelatihan kepemimpinan lainnya yang melibatkan para ahli dan praktisi di bidangnya. Siswa juga dilatih untuk menjadi pemimpin yang bertanggung jawab, jujur, adil, dan berintegritas.

Program entrepreneurship diintegrasikan ke dalam mata pelajaran kewirausahaan dan kegiatan ekstrakurikuler. Siswa diberikan materi dan pelatihan yang komprehensif tentang konsep kewirausahaan, perencanaan bisnis, manajemen keuangan, dan pemasaran. Mereka juga diberikan kesempatan untuk mengembangkan ide bisnis mereka sendiri dan mengimplementasikannya dalam bentuk proyek-proyek kewirausahaan, dibimbing oleh mentor yang berpengalaman. Program ini bertujuan untuk menumbuhkan jiwa wirausaha siswa

dan membekali mereka dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi wirausahawan yang sukses dan berdaya saing.

SMA Daarut Tauhiid dilengkapi dengan fasilitas dan sarana pendukung yang memadai untuk menunjang proses belajar mengajar yang efektif dan efisien. Fasilitas tersebut meliputi: ruang kelas yang nyaman dan dilengkapi dengan teknologi modern, laboratorium komputer dan sains yang lengkap, perpustakaan yang kaya akan koleksi buku dan sumber belajar, lapangan olahraga, masjid, dan asrama yang nyaman bagi siswa yang tinggal jauh dari sekolah. Semua fasilitas ini dirancang untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan mendukung pengembangan potensi siswa secara optimal.

SMA Daarut Tauhiid telah menorehkan berbagai prestasi membanggakan baik di tingkat regional maupun nasional. Prestasi tersebut meliputi prestasi akademik, seperti perolehan nilai ujian nasional yang tinggi dan keberhasilan siswa dalam berbagai olimpiade sains dan matematika. Selain itu, SMA Daarut Tauhiid juga memiliki prestasi non-akademik, seperti prestasi dalam bidang keagamaan, seni, dan olahraga. Alumni SMA Daarut Tauhiid telah banyak berkontribusi di berbagai bidang, baik di dalam maupun di luar negeri. Mereka telah menjadi pemimpin di berbagai sektor, seperti pemerintahan, bisnis, dan pendidikan. Keberhasilan alumni ini menjadi bukti nyata keunggulan program pendidikan yang ditawarkan oleh SMA Daarut Tauhiid.

SMA Daarut Tauhiid menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang beragam untuk mengembangkan bakat dan minat siswa. Kegiatan ekstrakurikuler ini meliputi kegiatan keagamaan, seperti kajian kitab kuning dan pelatihan tahfidz Al-Qur'an, kegiatan seni, seperti musik, tari, dan teater, kegiatan olahraga, seperti sepak bola, basket, dan voli, serta kegiatan lainnya, seperti pramuka, robotik, dan debat. Kegiatan ekstrakurikuler ini bertujuan untuk melengkapi pendidikan formal dan memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengembangkan potensi diri mereka secara optimal.

SMA Daarut Tauhiid memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dalam konteks pendidikan di Indonesia. Sekolah ini menawarkan pendidikan yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan umum dengan nilai-nilai Islam, yang sangat

dibutuhkan di tengah tantangan global saat ini. Program tahfidz Al-Qur'an yang intensif, program leadership dan entrepreneurship yang terstruktur, serta fasilitas dan sarana pendukung yang memadai menjadikan SMA Daarut Tauhiid sebagai pilihan yang tepat bagi orang tua yang menginginkan pendidikan terbaik untuk anak-anak mereka. SMA Daarut Tauhiid juga memiliki reputasi yang baik dan prestasi yang membanggakan, yang semakin memperkuat posisi kompetitifnya di pasar pendidikan Indonesia.

Reputasi sekolah menurut pimpinan Tata Usaha SMA Daarut Tauhiid Boarding School adalah baik. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan TU SMA Daarut Tauhiid Boarding School bahwa "Reputasi SMA Daarut Tauhiid Boarding School insya Allah baik" (2.1.6.1.W.K.PJP). Peluang peserta didik untuk melanjutkan ke Perguruan tinggi favorit terbuka lebar Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School "Peluang saat ini terbuka bagi para penghafal Quraan dikarenakan banyak universitas, baik PTN ataupun PTS yang membuka pendaftaran dan beasiswa dengan jalur prestasi Hafalan. Sehingga lulusan SMA DT memiliki kesempatan yang luas."

Peluang peserta didik untuk melanjutkan bekerja di kancah masyarakat terbuka secara luas. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School bahwa "salah satu program pendidikan yang membedakan dengan SMA lain yaitu adanya program Khidmat, kalau kuliah mah seperti KKN/PPL, sehingga pada saat program khidmat dijalankan, siswa diuji kompetensinya, misalnya keterampilan kepemimpinannya, kemandiriannya, keahliannya, kedisiplinannya dan lain-lain. "Kompetensi lulusan SMA Daarut Tauhiid Boarding School meliputi Kompetensi Lulusan yang dicanangkan dari Kementerian Pendidikan Nasional (banyaknya di ranah analisis) dan ditambah kompetensi mengenal Allah, kepemimpinan, kewirausahaan dan kompetensi membaca potensi lingkungan. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School dalam wawancara.

Kesimpulannya, SMA Daarut Tauhiid menawarkan jasa pendidikan yang komprehensif dan berfokus pada pengembangan karakter dan keunggulan kompetitif. Program-program unggulan yang ditawarkan, dikombinasikan dengan

strategi pemasaran yang efektif, menjadikan SMA Daarut Tauhiid sebagai pilihan yang tepat bagi orang tua yang menginginkan pendidikan terbaik yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai Islam untuk anak-anak mereka.

d. Penetapan Harga

Penetapan harga adalah elemen penting dalam kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama untuk sekolah berasrama seperti SMA Daarut Tauhiid Boarding School . Harga tidak hanya mencerminkan biaya operasional, tetapi juga nilai yang diberikan kepada siswa dan orang tua. Dokumen ini akan melakukan analisis mendalam mengenai proses penetapan harga di SMA Daarut Tauhiid Boarding School , dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal, strategi penetapan harga yang diterapkan, serta dampaknya terhadap konsumen dan pasar.

Harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (atau nilai tukar lainnya) yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan. Dalam konteks SMA Daarut Tauhiid, "produk" mencakup keseluruhan layanan pendidikan, termasuk pengajaran, fasilitas asrama, kegiatan ekstrakurikuler, dan dukungan akademik.

Nilai yang diterima oleh konsumen tidak hanya terbatas pada aspek akademis, tetapi juga mencakup lingkungan belajar, pengembangan karakter, dan kesempatan untuk berjejaring. Penetapan harga harus mempertimbangkan bagaimana orang tua dan calon siswa memandang nilai ini.

Biaya operasional SMA Daarut Tauhiid mencakup gaji guru dan staf, pemeliharaan fasilitas, utilitas, bahan ajar, dan kegiatan ekstrakurikuler. Perhitungan biaya yang tepat sangat penting untuk menentukan harga yang berkelanjutan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

1. **Biaya Operasional:** Seperti yang telah dijelaskan, biaya operasional adalah faktor utama. Rincian biaya harus mencakup semua aspek, termasuk:
 - 1) **Gaji dan tunjangan guru dan staf:** Ini adalah bagian terbesar dari biaya operasional. Kualitas guru dan staf mempengaruhi daya tarik sekolah dan, oleh karena itu, harga yang dapat dikenakan.

- 2) Perawatan dan pemeliharaan fasilitas: Biaya ini mencakup perbaikan gedung, pemeliharaan lapangan olahraga, dan pemeliharaan infrastruktur teknologi.
- 3) Utilitas: Biaya listrik, air, dan gas adalah biaya tetap yang harus diperhitungkan.
- 4) Bahan ajar dan peralatan: Buku teks, laboratorium, dan peralatan teknologi memerlukan investasi yang signifikan.
- 5) Kegiatan ekstrakurikuler: Biaya ini mencakup kegiatan olahraga, seni, dan pengembangan diri.
- 6) Asuransi dan legalitas: Biaya asuransi dan kepatuhan hukum juga harus diperhitungkan.

2. Pasar dan Persaingan: SMA Daarut Tauhiid beroperasi dalam lingkungan yang kompetitif. Penetapan harga harus mempertimbangkan harga sekolah sejenis di wilayah yang sama, serta kualitas dan fasilitas yang ditawarkan oleh pesaing. Analisis pasar yang menyeluruh diperlukan untuk menentukan posisi harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

3. Persepsi Nilai: Orang tua dan calon siswa memiliki pandangan nilai yang berbeda-beda. Faktor-faktor seperti reputasi sekolah, kualitas pengajaran, fasilitas, dan lingkungan belajar akan mempengaruhi kesediaan mereka untuk membayar harga tertentu. Riset pasar dapat membantu memahami pandangan nilai ini.

4. Kebijakan Pemerintah: Sudi pemerintah melalui program BOSP dan BPMU mempengaruhi kemampuan sekolah untuk menetapkan harga. Perubahan kebijakan pemerintah dapat berdampak signifikan pada strategi penetapan harga.

5. Tujuan Strategis: Tujuan strategis sekolah, seperti perluasan fasilitas atau peningkatan kualitas pengajaran, dapat mempengaruhi penetapan harga. Investasi di masa depan mungkin memerlukan penyesuaian harga.

SMA Daarut Tauhiid tampaknya menerapkan pendekatan penetapan harga berbasis biaya dengan mempertimbangkan faktor-faktor pasar dan persepsi nilai.

Biaya operasional dihitung secara rinci, kemudian ditambahkan margin keuntungan yang wajar. Namun, pendekatan ini juga fleksibel, dengan mempertimbangkan program beasiswa sebelumnya (yang kini digantikan dengan kerjasama dengan DT Peduli) dan potongan biaya untuk karyawan Daarut Tauhiid.

Sekolah perlu melakukan analisis sensitivitas harga untuk memahami bagaimana perubahan harga akan mempengaruhi permintaan. Hal ini penting untuk menentukan harga optimal yang memaksimalkan pendapatan sambil tetap menjaga daya saing. Meskipun tidak secara eksplisit disebutkan, segmentasi pasar dapat diterapkan. Misalnya, harga dapat dibedakan berdasarkan program studi (kelas Takhusus dan regular) untuk mencerminkan perbedaan biaya dan nilai yang ditawarkan. Dengan reputasi dan fasilitas yang baik, SMA Daarut Tauhiid dapat menerapkan strategi harga premium, di mana harga ditetapkan lebih tinggi daripada pesaing karena nilai yang ditawarkan lebih tinggi. Namun, hal ini harus diimbangi dengan komunikasi yang efektif untuk membenarkan harga yang lebih tinggi.

Penetapan harga yang tepat akan menarik calon siswa yang menghargai nilai yang ditawarkan. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik, sementara harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi kualitas yang rendah. Penetapan harga SMA Daarut Tauhiid dapat mempengaruhi persaingan di pasar pendidikan. Harga yang kompetitif akan menarik lebih banyak siswa, sementara harga yang terlalu tinggi dapat mendorong orang tua untuk memilih sekolah lain. Penetapan harga yang tepat sangat penting untuk keberlangsungan sekolah. Harga yang tidak memadai untuk menutupi biaya operasional dapat mengancam kelangsungan sekolah.

Penetapan harga di SMA Daarut Tauhiid Boarding School adalah proses yang kompleks yang melibatkan berbagai faktor. Dengan memahami faktor-faktor tersebut dan menerapkan strategi penetapan harga yang tepat, sekolah dapat memastikan keberlangsungannya sambil memberikan nilai yang optimal kepada siswa dan orang tua. Analisis yang lebih mendalam dan pemantauan yang berkelanjutan sangat penting untuk keberhasilan strategi penetapan harga ini.

e. Tempat

Tempat mencakup semua kegiatan yang diperlukan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen. Ini termasuk lokasi fisik, saluran distribusi, dan cara produk dijangkau oleh konsumen. SMA Daarut Tauhiid mempunyai kondisi lingkungan yang sangat kondusif sebagai Lembaga Pendidikan. Lokasi SMA Daarut Tauhiid Boarding School jauh dari pusat kota yakni di Eco Pesantren, karena berada di daerah pegunungan, mempunyai udara yang masih bersih, dengan tingkat kebisingan yang rendah. Hal tersebut bisa berdampak positif untuk siswa yang sedang menghafal Al-qur'an. Luas lahan parkir di SMA Daarut Tauhiid *Boarding School* sangat luas, artinya bisa menampung ratusan jama'ah yang menghadiri Masjid Eco Pesantren. Akses angkutan umum di lingkungan SMA Daarut Tauhiid *Boarding School* tidak banyak. Bagi calon siswa yang tidak mempunyai kendaraan pribadi bisa menggunakan layanan ojek online. Tingkat kemacetan di lingkungan SMA Daarut Tauhiid Boarding School sangat rendah.



Gambar 4.3 citra satelit SMA Daarut Tauhiid

Jalan Cigugur Girang adalah alternatif jalur yang menghubungkan Kota Bandung dengan Wilayah Parongpong, Lembang, yang memiliki destinasi wisata yang banyak. Oleh karena itu, Eco-Pesantren ini berpotensi menjadi salah satu objek yang bisa dikunjungi sebagai model pesantren yang berbasis pertanian. Salah

satu kurikulum khas DT yakni adanya tema wawasan lingkungan bagi siswa, maka dari itu potensi pengembangan pesantren cukup besar.

Lokasi asrama dan SMA Daarut Tauhiid tidak jauh dari lokasi Masjid Eco Pesantren dan lokasi Daarus Sunah yaitu lokasi Olahraga sunah. Berdasarkan observasi peneliti, maka kawasan cigugur ini sebenarnya sangat cocok bagi para penghafal Quraan karena temperature udara di sana biasanya mencapai 21,9 derajat sampai 22,9 derajat dengan polusi udara yang minim. Namun, di samping itu kondisi ini menjadi tantangan juga bila fisik tidak terbiasa, maka udara sejuk seperti ini malah menyebabkan siswa mengantuk.

Tempat merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran pendidikan. Dengan strategi tempat yang efektif, institusi pendidikan dapat membangun citra positif, meningkatkan keterjangkauan, dan menarik minat calon siswa. Institusi pendidikan harus memperhatikan berbagai aspek tempat, baik online maupun offline, dan menggabungkan strategi pemasaran online dan offline untuk mencapai hasil yang optimal. Dengan demikian, tempat dapat menjadi faktor penentu keberhasilan institusi pendidikan dalam menarik dan mempertahankan siswa.

f. Promosi

Promosi merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran, khususnya dalam konteks pendidikan. Ia mencakup serangkaian kegiatan terencana yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pemahaman publik terhadap suatu lembaga pendidikan, program studi, atau layanan yang ditawarkan. Suksesnya sebuah lembaga pendidikan, baik itu sekolah menengah atas (SMA) seperti SMA Darut Tauhiid dan SMA Daarut Tauhiid Boarding School, sangat bergantung pada kemampuannya untuk berkomunikasi secara efektif dengan calon siswa dan orang tua mereka melalui strategi promosi yang terukur dan terarah.

Promosi mencakup semua kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk. Ini termasuk iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Tim pemasaran di SMA Darut Dauhid terdiri dari staf sekolah dan siswa yang aktif mempromosikan sekolah melalui media sosial dan keterlibatan komunitas. Meskipun tidak ada program pelatihan khusus untuk guru dalam pemasaran, mereka diberikan panduan untuk

bertindak sebagai duta sekolah. Sekolah ini juga menggunakan berbagai metode promosi, seperti iklan di media lokal, brosur, dan kegiatan promosi di sekolah.

SMA Daarut Tauhiid Boarding School menjalankan kegiatan sosialisasi melalui pembuatan iklan yang disebar di berbagai media, serta memanfaatkan promosi tidak langsung melalui berbagai acara yang melibatkan banyak peserta. Sebagaimana disampaikan oleh pimpinan sekolah, promosi dilakukan dengan dua metode, yaitu melalui media seperti brosur serta iklan di mitra media seperti MQ Radio dan TV, serta melalui promosi tidak langsung dengan menyelenggarakan seminar pendidikan dalam acara Daarut Tauhiid Youth Festival.

Promosi merupakan investasi penting bagi keberhasilan lembaga pendidikan. Dengan strategi yang tepat, pemilihan saluran yang efektif, dan pengukuran yang cermat, promosi dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran merek, menarik calon siswa berkualitas, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pendaftaran siswa. SMA Daarut Tauhiid dan SMA Daarut Tauhiid Boarding School perlu mengembangkan strategi promosi yang komprehensif dan terintegrasi untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.

3. Deskripsi Program-program pemasaran pendidikan Boarding School di SMA Daarut Tauhiid

Aktivitas menawarkan program pendidikan yang kompetitif dilakukan oleh pimpinan DT dengan kesiapan dan kematangan program yang telah berulang kali dilaksanakan. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School bahwa Program yang berbeda dengan sekolah lainnya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, sehingga kami memiliki penawaran program unggulan kepada orang tua. Proses pemasaran yang dilakukan menggabungkan pendekatan digital dan konvensional, memanfaatkan kekuatan media sosial, website, kegiatan offline, dan kemitraan strategis. Berikut uraian detail mengenai program-program pemasaran yang diterapkan, strategi yang digunakan, dampaknya terhadap pendaftaran siswa baru, serta contoh konkret dan testimoni.

a. Strategi Pemasaran Digital

SMA Daarut Tauhiid memanfaatkan berbagai platform digital untuk menjangkau calon siswa dan orang tua secara luas dan efektif. Strategi ini difokuskan pada penyampaian informasi yang menarik, relevan, dan mudah diakses.

1. Media Sosial

SMA Daarut Tauhiid aktif di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan YouTube. Konten yang diunggah beragam, mulai dari video profil siswa, kegiatan ekstrakurikuler, wawancara dengan guru dan alumni, hingga informasi penting seputar PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru).

Instagram, Digunakan untuk menampilkan visual yang menarik, seperti foto dan video kegiatan sekolah, suasana asrama, dan prestasi siswa. Strategi yang diterapkan meliputi penggunaan hashtag yang relevan, story highlights yang terorganisir, dan kolaborasi dengan influencer pendidikan. Contohnya, postingan video singkat yang menampilkan keseruan kegiatan pramuka di sekolah dengan latar belakang pemandangan alam yang indah di sekitar pesantren.

Facebook, Platform ini digunakan untuk berbagi informasi lebih detail, seperti artikel tentang kurikulum, visi misi sekolah, dan testimoni orang tua. Facebook juga dimanfaatkan untuk berinteraksi langsung dengan calon siswa dan orang tua melalui fitur komentar dan pesan. Contohnya, postingan artikel panjang yang menjelaskan secara detail tentang program unggulan SMA Daarut Tauhiid, seperti program tahfidz Al-Quran atau program pengembangan soft skills.

WhatsApp, digunakan untuk komunikasi yang lebih personal dan langsung. SMA Daarut Tauhiid memiliki grup WhatsApp khusus untuk calon siswa dan orang tua, tempat informasi penting dan pengumuman disampaikan secara real-time. Selain itu, civitas akademika SMA Daarut Tauhiid diwajibkan untuk menyebarkan informasi PPDB melalui akun WhatsApp pribadi mereka. Kepala sekolah menekankan pentingnya peran ini dan memberikan reward bagi guru dan staf yang berhasil mendaftarkan calon siswa baru.

YouTube, Platform ini digunakan untuk berbagi video yang lebih panjang dan mendalam, seperti video dokumentasi kegiatan sekolah, wawancara dengan kepala sekolah, dan penjelasan detail tentang program Boarding School.

Contohnya, video tour virtual yang menampilkan fasilitas sekolah, asrama, dan lingkungan sekitar.

2. Website Resmi

Website resmi SMA Daarut Tauhiid (www.smapa.daaruttauhiid.sch.id) berperan sebagai pusat informasi terlengkap tentang sekolah. Website ini menyediakan informasi detail tentang kurikulum, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, biaya pendidikan, dan prosedur pendaftaran. Website juga dilengkapi dengan fitur galeri foto dan video, serta testimoni dari siswa dan orang tua. Desain website yang user-friendly dan mudah dinavigasi memastikan calon siswa dan orang tua dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan.

b. Strategi Pemasaran Konvensional

Selain strategi digital, SMA Daarut Tauhiid juga menerapkan strategi pemasaran konvensional untuk menjangkau calon siswa dan orang tua secara langsung.

1. Media Cetak

SMA Daarut Tauhiid menggunakan media cetak seperti brosur, pamflet, dan spanduk untuk menyebarkan informasi PPDB di tempat-tempat strategis. Brosur dan pamflet dirancang secara menarik dan informatif, berisi ringkasan informasi penting tentang sekolah dan program Boarding School. Spanduk dipasang di tempat-tempat umum yang ramai dikunjungi, seperti pusat perbelanjaan dan area sekitar sekolah.

2. Kegiatan Offline

SMA Daarut Tauhiid aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan offline, seperti expo pendidikan dan perlombaan olahraga antar SMP. Partisipasi dalam expo pendidikan memberikan kesempatan untuk mempromosikan sekolah secara langsung kepada calon siswa dan orang tua. Perlombaan olahraga antar SMP, selain sebagai ajang silaturahmi, juga menjadi media promosi yang efektif untuk memperkenalkan SMA Daarut Tauhiid kepada siswa SMP dan orang tua mereka.

3. Kemitraan Strategis

SMA Daarut Tauhiid menjalin kemitraan strategis dengan Yayasan Daarut Tauhiid untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kemitraan ini dimanfaatkan untuk mempromosikan SMA Daarut Tauhiid melalui live streaming pengajian rutin Daarut Tauhiid. Iklan singkat diselipkan selama siaran langsung, baik secara lisan maupun teks berjalan, sehingga menjangkau audiens yang lebih luas.

Program yang berhubungan dengan siswa juga menjadi daya Tarik tersendiri, karena Daarut Tauhiid mempunyai budaya positif yang bisa diterapkan diantaranya adalah adanya beberapa slogan yang menguatkan spiritual Islam di Lingkungan Pendidikan Daarut Tauhiid, salah satunya di SMA Daarut Tauhiid Boarding School yakni slogan 3 SA (Saya aman bagimu, saya menyenangkan bagimu dan saya bermanfaat bagimu). Selain itu juga ada BRTT (Bersih, Rapi, Tertib, Teratur), ada juga budaya pantang Dudzolkakosi (Dusta, Dzolim, Kasar, Kotor, Sia-Sia) dan lain-lain.

Program-program pemasaran yang diterapkan SMA Daarut Tauhiid telah memberikan dampak positif terhadap jumlah pendaftar siswa baru. Jumlah pendaftar meningkat secara signifikan setiap tahunnya, menunjukkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan.

SMA Daarut Tauhiid telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang terintegrasi dan efektif untuk menarik minat calon siswa baru ke program Boarding School-nya. Kombinasi strategi digital dan konvensional, serta kemitraan strategis, telah memberikan dampak positif terhadap jumlah pendaftar. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang komprehensif dan terencana dalam menarik minat calon siswa dan orang tua.

Ke depan, SMA Daarut Tauhiid perlu terus berinovasi dan meningkatkan strategi pemasarannya untuk tetap relevan dan kompetitif. Evaluasi berkala dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren pemasaran sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang.

4. Deskripsi Evaluasi kinerja pemasaran pendidikan Boarding School di SMA Daarut Tauhiid.

Evaluasi manajemen pemasaran layanan pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School mencakup pengukuran tingkat minat masyarakat terhadap layanan pendidikan yang ditawarkan, serta penilaian sejauh mana pelaksanaan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang telah direncanakan. Evaluasi ini, menurut pimpinan sekolah, dilakukan secara rutin dan berjenjang, meliputi evaluasi mingguan, bulanan, pertengahan semester, dan akhir semester. Sistem evaluasi yang terstruktur ini bertujuan untuk memastikan efektivitas strategi pemasaran dan pencapaian target yang telah ditetapkan.

a. Pengukuran Minat Masyarakat

Pengukuran minat masyarakat dilakukan melalui berbagai metode, termasuk survei kepuasan pelanggan, analisis data pendaftaran siswa baru, pemantauan media sosial, dan partisipasi dalam acara-acara sekolah. Survei kepuasan pelanggan, yang dilakukan secara berkala, memberikan umpan balik langsung dari orang tua dan siswa mengenai kualitas layanan pendidikan, fasilitas, dan program-program yang ditawarkan. Data pendaftaran siswa baru memberikan indikator kuantitatif mengenai daya tarik sekolah di pasar pendidikan. Pemantauan media sosial, khususnya komentar dan tanggapan di platform seperti Instagram dan Facebook, memberikan wawasan mengenai persepsi publik terhadap sekolah. Partisipasi dalam acara-acara sekolah, seperti open house dan seminar, juga menunjukkan tingkat minat masyarakat terhadap SMA Daarut Tauhiid.

b. Penilaian Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran (marketing mix) SMA Daarut Tauhiid mencakup empat elemen utama: produk, harga, tempat, dan promosi.

Produk: Produk utama adalah layanan pendidikan yang berkualitas tinggi, yang mencakup kurikulum akademik yang komprehensif, program keagamaan yang mendalam, dan kegiatan ekstrakurikuler yang beragam. Keunggulan kompetitif SMA Daarut Tauhiid terletak pada integrasi nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek pendidikan. Evaluasi produk berfokus pada kepuasan pelanggan terhadap kurikulum, kualitas pengajaran, dan fasilitas pendukung pembelajaran.

Harga: SMA Daarut Tauhiid menetapkan biaya pendidikan yang kompetitif, mempertimbangkan kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan. Evaluasi harga menganalisis daya saing biaya pendidikan dibandingkan dengan sekolah-sekolah sejenis, serta dampaknya terhadap jumlah pendaftar. Sekolah juga perlu mempertimbangkan program beasiswa dan bantuan keuangan untuk menjangkau calon siswa dari berbagai latar belakang ekonomi.

Tempat: Lokasi sekolah yang strategis dan aksesibilitas yang mudah merupakan faktor penting dalam menarik minat calon siswa. Evaluasi tempat mencakup penilaian aksesibilitas, kondisi fisik sekolah, dan fasilitas pendukung seperti asrama dan sarana olahraga.

Promosi: SMA Daarut Tauhiid menggunakan berbagai strategi promosi, termasuk pemasaran digital, hubungan masyarakat, dan kegiatan rekrutmen siswa. Evaluasi promosi mencakup analisis efektivitas berbagai saluran promosi, seperti website sekolah, media sosial, dan brosur. Sekolah juga perlu mengevaluasi strategi komunikasi dengan calon siswa dan orang tua, memastikan pesan yang disampaikan konsisten dan efektif.

c. Penetapan Target dan Evaluasi Kinerja

Penetapan target bulanan yang terdefinisi dengan jelas merupakan kunci keberhasilan strategi pemasaran. Target ini dapat mencakup jumlah pendaftar baru, tingkat partisipasi dalam acara-acara sekolah, dan peningkatan engagement di media sosial. Evaluasi kinerja dilakukan secara berkesinambungan melalui pertemuan rutin, yang melibatkan pimpinan sekolah, tim pemasaran, dan guru. Salah satu indikator pencapaian target adalah tersampainya kurikulum khas Daarut Tauhiid sesuai tema yang telah ditentukan.

d. Supervisi dan Peningkatan Kompetensi

Supervisi oleh kepala sekolah merupakan bagian integral dari proses evaluasi. Supervisi ini sering kali mengidentifikasi kebutuhan peningkatan kompetensi dan keterampilan mengajar para tenaga pendidik. Sekolah perlu menyediakan program

pelatihan dan pengembangan profesional bagi guru untuk meningkatkan kualitas pengajaran dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pendidikan.

e. Analisis Kesenjangan dan Solusi

Dalam evaluasi, kinerja yang kurang optimal menjadi perhatian utama. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi penyebab kesenjangan antara target dan pencapaian. Langkah ini bertujuan menemukan akar masalah, baik internal maupun eksternal, serta menyiapkan solusi yang relevan dan efektif. Kegiatan pengendalian tahunan, termasuk rapat koordinasi, digunakan untuk mengomunikasikan kendala dan melakukan evaluasi program secara berkala. Pimpinan sekolah menekankan pentingnya rapat mingguan untuk memastikan pelaksanaan program berjalan sesuai rencana dan sosialisasi dilakukan secara efektif.

Kesimpulannya, evaluasi kinerja pemasaran di SMA Daarut Tauhiid Boarding School telah menunjukkan sistem yang terstruktur dan komprehensif. Namun, peningkatan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan sekolah tetap kompetitif dan mampu mencapai target yang telah ditetapkan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, manajemen pemasaran menurut Kotler mempunyai 4 poin untuk di bahas, yaitu People (SDM), Process (Proses), Programs (Program), dan Performance (Kinerja), berikut analisis singkat dari masing-masing unsur dalam manajemen pemasaran di SMA Daarut Tauhiid :

1. *People* (SDM)

Elemen "People" dalam pendekatan 4P baru menekankan pentingnya sumber daya manusia (SDM) dan pelanggan dalam keberhasilan strategi pemasaran pendidikan. Ini bukan hanya tentang karyawan internal lembaga pendidikan, tetapi juga mencakup semua pihak yang terlibat dalam proses pemasaran, termasuk siswa, orang tua, guru, dosen, staf administrasi, alumni, pemasok, mitra, dan bahkan pesaing. SDM yang terampil, termotivasi, dan berkomitmen sangat penting dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan yang efektif. Karyawan pemasaran pendidikan yang berkualitas.

Kegagalan dalam mengelola SDM dengan baik dapat berdampak negatif pada kinerja pemasaran pendidikan. Kurangnya pelatihan, motivasi, dan komunikasi yang buruk dapat menyebabkan penurunan produktivitas, kesalahan dalam pelaksanaan strategi, dan hilangnya peluang bisnis. Misalnya, staf yang tidak terlatih dalam penggunaan media sosial dapat menyebabkan kampanye pemasaran yang tidak efektif dan citra lembaga yang buruk.

Di SMA Daarut Tauhiid Boarding School , SDM mencakup Kepala Sekolah, tenaga pendidik atau guru, guru yang ditugaskan sebagai wakil kepala sekolah, pelatih ekstrakurikuler, tenaga kependidikan, petugas kebersihan, mudaris, dan lain-lain.

Cara mengelola sumber daya manusia di lingkungan SMA Daarut Tauhiid Boarding School supaya dapat menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan menguatkan rukhiyah pada karyawan supaya senantiasa sejalan dengan visi, misi Daarut Tauhiid. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School .

Jenjang karir bagi tenaga pendidik dan kependidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School sudah ada namun butuh banyak perbaikan dalam sistemnya sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School bahwa “2 tahun terakhir, sudah merancang jenjang karir, hanya saja masih banyak hal yang harus dibenahi, rekrutmen, orientasi, proses pengajuan, dari masing masing unit terutama tahap komitmen.”

Analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai kualitas tenaga pendidik menunjukkan hasil yang positif. Namun, SMA Daarut Tauhiid Boarding School masih kekurangan pustakawan yang memenuhi kriteria ideal. Untuk meningkatkan kompetensi dalam menjalankan tugas, dilakukan pembinaan yang dikenal sebagai santri karya (santri karyawan). Kesehatan spiritual SDM di SMA Daarut Tauhiid Boarding School juga sangat diperhatikan. Karyawan yang menjalankan amalan harian dengan baik akan mendapatkan penghargaan berupa peningkatan insentif.

Nilai-nilai dan budaya Daarut Tauhiid menjadi acuan sikap yang harus dimiliki oleh seluruh staf tenaga pendidik dan kependidikan. Meskipun tim pengelola di SMA Daarut Tauhiid Boarding School telah menyusun jenjang karir

untuk SDM, masih banyak aspek yang perlu diperbaiki. Sistem jenjang karir ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas dari sumber daya manusia yang ada.

Sumber daya manusia yang melanggar nilai-nilai yang telah dibekalkan oleh pimpinan, maka terdapat konsekuensi yang sudah disepakati di awal kegiatan orientasi. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh pimpinan SMA Daarut Tauhiid Boarding School “lembaga Daarut Tauhiid misinya dakwah, sehingga sumber daya manusia yang bergabung di sini sudah memahami bagaimana mereka memposisikan diri mereka saat bergabung, artinya konsekuensinya mereka harus mau dibina ke arah tujuan lembaga Daarut Tauhiid, dengan demikian bila tidak bersedia dari awal biasanya calon karyawan memutuskan untuk tidak bergabung, sehingga jarang ada sumber daya manusia yang bermasalah dengan pelanggaran tata nilai”.

2. Process (Proses)

pada poin proses di mengimplementasikan dengan strategi bauran pemasaran (marketing mix) jasa pendidikan. Hal tersebut diartikan sebagai pelaksanaan instrumen bauran pemasaran bagi pemasar yang terdiri dari beberapa komponen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi manajemen pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses.¹⁰⁰ Demi keberhasilan sebuah lembaga pendidikan dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan kebutuhan dan keinginan peminat layanannya. Guna mengembangkan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran.¹⁰¹

Bauran pemasaran merupakan taktik yang digunakan di lapangan untuk mencapai tujuan pemasaran. Pemasaran kini digunakan tidak hanya pada lembaga profit, namun juga dimanfaatkan secara masif di lembaga non profit seperti pendidikan. Jika strategi yang ditetapkan ingin berhasil pada tujuan yang telah

¹⁰⁰ Afidatun Khasanah, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden, el-Tarbawi, Vol 8, No. 2 (2015)*

¹⁰¹ Ririn Tius Eka Margareta, dkk, *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model, e-ISSN 2549-9661, Vol 5, No. 1, 2*

ditetapkan, maka diperlukan sebuah taktik-taktik dalam menyusun strategi. Adapun salah satu taktik yang secara sengaja disusun dengan metode penerapan bauran pemasaran atau alat pemasaran.¹⁰²

Bauran pemasaran menurut Kotler terdiri dari: price, product, promotion, dan place.¹⁰³ Berikut merupakan Analisis singkat dari masing-masing unsur/strategi penting dalam bauran pemasaran di SMA Daarut Tauhiid Boarding School :

2.1 Strategi Produk (product)

Tawaran produk layanan pendidikan SMA Daarut Tauhiid kepada calon konsumen dan konsumen ialah tawaran produk yang secara keseluruhan realistis direalisasikan dalam visi yang dibentuk oleh SMA Daarut Tauhiid yakni menjadi lembaga pendidikan yang profesional yang mampu mewujudkan generasi berakhlakul karimah, prestatif, mandiri, berwawasan lingkungan dan berlandaskan tauhid.

Program layanan pendidikan umum yang ditawarkan mempunyai 2 varian yakni program reguler (3 tahun) dan program Taqhosus (4 tahun). Program Taqhosus difokuskan pada siswa yang memilih program layanan pendidikan tahfidz 1 tahun pra sekolah . Sedangkan program reguler merupakan program reguler seperti SMA lainnya yakni 3 tahun, tanpa sebelumnya ada program hafalan, namun tetap ada jadwal untuk menghafal Quraan. Dari hasil peneitian, maka peneliti mengidentifikasi bahwa jelas ada perbedaan output dari kedua program tersebut. Adapun kegiatan-kegiatan unggulannya adalah pembiasaan amalan ibadah harian, aplikasi struktur kurikulum kemendiknas dan kurikulum khas DT, pendidikan bahasa Arab (lintas minat), pendidikan karakter Baku (Baik dan Kuat), olah raga sunnah (memanah, berenang dan beruda), praktik khidmat (leadership) dan lain-lain.

¹⁰² A. Muhammad Iqbal, Pemasaran jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan Di SMP Muhammadiyah 1 Depok Yogyakarta, E-ISSN : 2505-4383, Vol 4, No. 1, 135

¹⁰³ Marcus Remiasa, Perencanaan Strategis Pemasaran Untuk Menciptakan Sustainable Competitive Advantage (Kasus Pada Program Studi Manajemen Perhotelan Uk Petra Di Surabaya), 16 Tidak diterbitkan

Menurut analisis peneliti program-program yang dilaksanakan oleh SMA Daarut Tauhiid memiliki cirri khas yang membedakan SMA Daarut Tauhiid dengan SMA yang lain. Program disusun dengan detail, menghadirkan hikmah-hikmah bermakna bagi siswa, sehingga siswa memiliki daya juang yang tinggi dalam mengenyam pendidikan di SMA Daarut Tauhiid . Tidak jarang para siswa menginformasikan kepada teman-temannya dan keluarganya tentang kegiatan-kegiatan yang memberikan pengalaman menyenangkan di sana, sehingga secara tidak langsung kegiatan memberitahukan produk layanan secara dari mulut ke mulut ini merupakan hal yang efektif dalam kegiatan sosialisasi.

2.2 Strategi Harga (price)

Harga yang harus diinvestasikan oleh orang tua SMA Daarut Tauhiid yang sebageian besar digunakan untuk biaya operasional sekolah adalah sekitar 600.000,- spp perbulan. Adapun Biaya masuk pertama kali investasi orang tua sekitar 25.000.000,- .Dengan adanya wabah Covid 19, maka terdapat penyesuaian biaya yang mesti tetap dibayarkan, yakni minimal 50 %, sehingga dari bulan Maret, orang tua hanya membayar biaya operasional sebesar kurang lebih 300.000,- .

Berdasarkan hasil analisis, strategi harga yang digunakan SMA Daarut Tauhiid adalah strategi keunggulan harga. Harga unggul, namun tentunya berani menawarkan program layanan pendidikan yang unggul pula dibandingkan sekolah lainnya. Selain itu, kompetensi lulusan dapat dikomunikasikan dengan jelas dan sebaiknya memberikan jaminan. Semakin besar harga yang ditawarkan kepada orang tua, maka semakin besar pula tanggung jawab dari SMA Daarut Tauhiid untuk menyelenggarakan pendidikan yang professional sesuai visi yang dicanangkannya.

Dari besaran biaya yang ditawarkan SMA Daarut Tauhiid , maka peneliti dapat memprediksi, kelompok masyarakat golongan ekonomi seperti apa yang menjadi sasaran SMA Daarut Tauhiid . Namun bertepatan dengan wawancara peneliti dan siswa yang mendapatkan beasiswa, maka peneliti mengidentifikasi adanya upaya lembaga menyeimbangkan penyelenggaraan pendidikan yang ditawarkan bagi seluruh kelompok masyarakat dari golongan apapun, yang

memiliki motivasi belajar yang tinggi untuk menjadi penghafal Quraan. Program ini dibiayai oleh Dompot Peduli Umat DT bagi siswa dari kalangan yang tidak mampu namun lolos seleksi dalam PPDB. Porsi kuota beasiswa ini adalah 5 % dari total keseluruhan kuota.

Kebijakan penyesuaian harga pada saat terjadi wabah yang mengakibatkan seuruh masyarakat melakukan Physical Distancing, menurut peneliti merupakan langkah yang tepat untuk mengantisipasi gap atau masalah yang akan terjadi dari kalangan orang tua. Langkah antisipatif dengan memberikan komunikasi berupa prolog bahwa kebijakan kemudian akan diumumkan menjadi sebuah tata kelola konflik yang professional, artinya konflik yang dikelola tidak menimbulkan efek yang negatif bagi sekolah.

Aternatif Kemudahan layanan pembayaran juga disediakan oleh pengelola sekolah dengan menyediakan layanan pembayaran melalui Bank (transfer), bisa juga melalui pembayaran melalui akses biasa yaitu dengan membayar langsung ke sekolah.

2.3 Strategi Tempat (Place)

Jalan Cigugur Girang adalah alternatif jalur yang menghubungkan Kota Bandung dengan Wilayah Parongpong, Lembang, yang memiliki destinasi wisata yang banyak. Oleh karena itu, Eco-Pesantren ini berpotensi menjadi salah satu objek yang bisa dikunjungi sebagai model pesantren yang berbasis pertanian. Salah satu kurikulum khas DT yakni adanya tema wawasan lingkungan bagi siswa, maka dari itu potensi pengembangan pesantren cukup besar.

Lokasi asrama dan SMA Daarut Tauhiid tidak jauh dari lokasi Masjid Eco Pesantren dan lokasi Daarus Sunah yaitu lokasi Olahraga sunah. Berdasarkan observasi peneliti, maka kawasan cigugur ini sebenarnya sangat cocok bagi para penghafal Quraan karena temperature udara di sana biasanya mencapai 21,9 derajat sampai 22,9 derajat dengan polusi udara yang minim. Namun, di samping itu kondisi ini menjadi tantangan juga bila fisik tidak terbiasa, maka udara sejuk seperti ini malah menyebabkan siswa mengantuk.

Lokasi ini pun jauh dari perkotaan, sehingga konsep asrama terasa oleh para siswa karena mereka dapat memfokuskan untuk menempa diri menimba ilmu di SMA Daarut Tauhiid . Selain lokasi yang jauh dari perkotaan, akses angkutan umum pun terbilang tidak banyak, namun ada beberapa. Siswa yang berkepentingan seringkali menggunakan fasilitas kendaraan online.

2.4 Strategi Promosi (Promotion)

Berdasarkan hasil penelusuran dengan wawancara dan observasi di berbagai media sosial SMA Daarut Tauhiid . Promosi dilakukan dengan membuat brosur terintegrasi dengan unit pendidikan Daarut Tauhiid lainnya, pemasangan spanduk, iklan di MQ radio dan MQTV, membagikan dokumentasi kegiatan di berbagai media sosial SMA Daarut Tauhiid , melaksanakan kegiatan yang melibatkan banyak masa seperti DT Youth Festival, ta'lim, baksos dan sosialisasi yang dilakukan K.H Aa Gym sewaktu-waktu pada tausyiahnya.

Berdasarkan analisis peneliti dari penggalan data, banyak aktivitas yang tidak disadari bahwa hal tersebut merupakan kegiatan promosi, bahkan tidak diniatkan untuk melakukan promosi. Dari hal ini dapat diidentifikasi bahwa SMA Daarut Tauhiid berfokus pada kualitas kegiatan layanan pendidikan bagi siswa. Dengan demikian tanpa promosi pun, peminat banyak berdatangan. Fokus sekolah kini naik level pada peningkatan mutu, sehingga diharapkan tidak akan mengecewakan para pengguna layanan pendidikan.

3. Programs (Program-program)

SMA Daarut Tauhiid (SMA Daarut Tauhiid) telah berhasil membuat program-program pemasaran pendidikan yang komprehensif dan terintegrasi untuk menarik minat calon siswa baru ke program Boarding School-nya. Melalui kombinasi pendekatan digital dan konvensional, SMA Daarut Tauhiid tidak hanya mampu menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga menciptakan citra positif yang menarik bagi calon siswa dan orang tua. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dari program pemasaran yang diterapkan:

3.1. Strategi Pemasaran Digital yang Efektif

SMA Daarut Tauhiid memanfaatkan berbagai platform digital untuk menyampaikan informasi yang menarik dan relevan kepada calon siswa dan orang tua. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan YouTube telah terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Konten yang beragam, mulai dari video profil siswa hingga informasi penting seputar Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), menciptakan keterlibatan yang tinggi dengan audiens.

- 1) Media Sosial: Penggunaan Instagram untuk menampilkan visual yang menarik dan Facebook untuk berbagi informasi lebih detail menunjukkan pemahaman SMA Daarut Tauhiid terhadap preferensi audiens. Interaksi langsung melalui komentar dan pesan di Facebook juga meningkatkan kepercayaan calon siswa dan orang tua terhadap sekolah.
- 2) Website Resmi: Website SMA Daarut Tauhiid berfungsi sebagai pusat informasi yang lengkap dan mudah diakses. Desain yang user-friendly memastikan bahwa calon siswa dan orang tua dapat menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat.

3.2. Pendekatan Pemasaran Konvensional

Meskipun strategi digital sangat penting, SMA Daarut Tauhiid juga tidak mengabaikan pendekatan konvensional. Penggunaan media cetak seperti brosur dan pamflet, serta partisipasi dalam kegiatan offline seperti expo pendidikan, memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon siswa dan orang tua.

- 1) Media Cetak: Brosur dan pamflet yang dirancang menarik membantu menyampaikan informasi penting dengan cara yang mudah dipahami. Spanduk yang dipasang di tempat strategis juga meningkatkan visibilitas sekolah.

- 2) Kegiatan Offline: Partisipasi dalam expo pendidikan dan perlombaan olahraga tidak hanya memperkenalkan SMA Daarut Tauhiid kepada calon siswa, tetapi juga membangun hubungan baik dengan komunitas.

3.3. Kemitraan Strategis

Kemitraan dengan Yayasan Daarut Tauhiid menjadi salah satu strategi penting dalam memperluas jangkauan pemasaran. Melalui live streaming pengajian rutin, SMA Daarut Tauhiid dapat mempromosikan program-programnya kepada audiens yang lebih luas, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan keunggulan sekolah.

3.4. Dampak Positif terhadap Pendaftaran Siswa Baru

Program-program pemasaran yang diterapkan SMA Daarut Tauhiid telah menunjukkan hasil yang positif. Jumlah pendaftar siswa baru meningkat secara signifikan setiap tahunnya, yang mencerminkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi digital dan konvensional, serta kemitraan strategis, dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap minat calon siswa.

3.5. Pentingnya Inovasi dan Evaluasi Berkala

Keberhasilan SMA Daarut Tauhiid dalam menarik minat calon siswa baru tidak hanya bergantung pada strategi yang ada, tetapi juga pada kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran. Evaluasi berkala terhadap strategi yang diterapkan sangat penting untuk memastikan bahwa SMA Daarut Tauhiid tetap relevan dan kompetitif di pasar pendidikan yang semakin ketat.

Program khas atau program unggulan SMA Daarut Tauhiid Boarding School yang mampu menjadi pembeda dengan sekolah yang lainnya adalah program leadership, khidmat dan ekskul olahraga sunnah seperti berkuda dan berenang. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Ketua OSIS SMA Daarut Tauhiid Boarding School “program pendidikan yang ada di SMA Daarut Tauhiid Boarding School berdasarkan waktu lama belajar meliputi Program 4 tahun dan program 3 tahun. Perbedaannya terletak pada aktivitas tahfidz selama satu tahun

pada program 4 tahun, sedangkan program 3 tahun langsung pada program pendidikan formal SMA.

Program pendidikan lainnya antara lain : leadership, khidmat yakni program sukarelawan di Daarut Tauhiid. Pilihan Jurusan SMA yang dipilih oleh narasumber adalah IPA.” Produk pelengkap di SMA Daarut Tauhiid Boarding School yakni adanya program beasiswa dari Dompot Peduli Umat SMA Daarut Tauhiid Boarding School . Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Ketua OSIS SMA Daarut Tauhiid Boarding School “Terdapat Program Beasiswa di SMA Daarut Tauhiid Boarding School . Lembaga yang secara langsung menangani siswa beasiswa yakni Dompot Peduli Umat Daarut Tauhid. Waktu yang ditempuh bagi siswa yang mengikuti program beasiswa adalah 5 tahun. Tahun pertama tahfidz, tahun kedua sampai tahun keempat mengikuti pendidikan formal di SMA Daarut Tauhiid Boarding School dan 1 tahun digunakan untuk program pengabdian. Apabila tidak mengikuti program pengabdian, maka ijazah tidak dapat diambil oleh siswa yang mengikuti program beasiswa.”

Secara keseluruhan, SMA Daarut Tauhiid telah berhasil menerapkan program pemasaran pendidikan yang terintegrasi dan efektif. Kombinasi pendekatan digital dan konvensional, serta kemitraan strategis, telah memberikan dampak positif terhadap jumlah pendaftar siswa baru. Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang komprehensif dan terencana dalam menarik minat calon siswa dan orang tua. Ke depan, SMA Daarut Tauhiid perlu terus berinovasi dan meningkatkan strategi pemasarannya untuk tetap relevan dan kompetitif, serta memastikan keberhasilan jangka panjang dalam menarik calon siswa baru.

4. *Performance* (Kinerja)

Evaluasi kinerja pemasaran pendidikan di SMA Daarut Tauhiid Boarding School merupakan proses yang sangat penting untuk memastikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan efektif dan mampu mencapai target yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, evaluasi tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi

juga pada proses yang dilakukan untuk mencapai hasil tersebut. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat disimpulkan dari evaluasi ini:

1. Pengukuran Minat Masyarakat

Pengukuran minat masyarakat terhadap layanan pendidikan di SMA Daarut Tauhiid dilakukan melalui berbagai metode yang komprehensif. Survei kepuasan pelanggan menjadi salah satu alat utama untuk mendapatkan umpan balik langsung dari orang tua dan siswa. Data pendaftaran siswa baru juga memberikan gambaran yang jelas tentang daya tarik sekolah di pasar pendidikan. Selain itu, pemantauan media sosial dan partisipasi dalam acara-acara sekolah menunjukkan bagaimana persepsi publik terhadap SMA Daarut Tauhiid. Semua metode ini menunjukkan bahwa sekolah berusaha untuk memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

2. Penilaian Strategi Bauran Pemasaran

Strategi bauran pemasaran yang diterapkan di SMA Daarut Tauhiid mencakup empat elemen utama: produk, harga, tempat, dan promosi.

- 1) Produk: Layanan pendidikan yang berkualitas tinggi menjadi fokus utama, dengan penekanan pada integrasi nilai-nilai Islam. Evaluasi produk menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kurikulum dan kualitas pengajaran sangat penting.
- 2) Harga: Penetapan biaya pendidikan yang kompetitif menjadi kunci untuk menarik calon siswa. Evaluasi harga menunjukkan perlunya analisis yang mendalam terhadap daya saing biaya pendidikan dan dampaknya terhadap pendaftaran.
- 3) Tempat: Lokasi sekolah yang strategis dan aksesibilitas yang baik sangat berpengaruh terhadap minat calon siswa. Evaluasi tempat mencakup penilaian terhadap kondisi fisik sekolah dan fasilitas yang ada.
- 4) Promosi: Berbagai strategi promosi, termasuk pemasaran digital dan hubungan masyarakat, digunakan untuk meningkatkan visibilitas sekolah. Evaluasi promosi menunjukkan pentingnya efektivitas saluran komunikasi yang digunakan.

3. Penetapan Target dan Evaluasi Kinerja

Penetapan target yang jelas dan terukur merupakan langkah penting dalam strategi pemasaran. Target ini mencakup jumlah pendaftar baru dan tingkat partisipasi dalam acara-acara sekolah. Evaluasi kinerja dilakukan secara berkesinambungan, melibatkan pimpinan sekolah dan tim pemasaran. Hal ini memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam proses evaluasi dan perbaikan.

4. Supervisi dan Peningkatan Kompetensi

Supervisi oleh kepala sekolah menjadi bagian integral dari evaluasi. Proses ini membantu mengidentifikasi kebutuhan peningkatan kompetensi para tenaga pendidik. Program pelatihan dan pengembangan profesional sangat penting untuk meningkatkan kualitas pengajaran dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pendidikan.

5. Analisis Kesenjangan dan Solusi

Analisis kesenjangan antara target dan pencapaian menjadi fokus utama dalam evaluasi. Identifikasi penyebab kesenjangan, baik internal maupun eksternal, sangat penting untuk menemukan solusi yang relevan. Kegiatan pengendalian tahunan dan rapat koordinasi digunakan untuk mengomunikasikan kendala dan melakukan evaluasi program secara berkala.

6. Rekomendasi untuk Peningkatan Berkelanjutan

Meskipun evaluasi menunjukkan sistem yang terstruktur dan komprehensif, masih ada ruang untuk peningkatan. Rekomendasi yang diberikan diharapkan dapat membantu SMA Daarut Tauhiid dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Beberapa rekomendasi tersebut meliputi:

- 1) Peningkatan Kualitas Layanan: Terus menerus meningkatkan kualitas layanan pendidikan untuk memenuhi harapan masyarakat.
- 2) Diversifikasi Strategi Promosi: Mengembangkan strategi promosi yang lebih inovatif dan menarik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- 3) Peningkatan Keterlibatan Masyarakat: Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sekolah untuk membangun hubungan yang lebih baik.

- 4) Pengembangan Program Beasiswa: Menyediakan lebih banyak program beasiswa untuk menjangkau calon siswa dari berbagai latar belakang ekonomi.

Secara keseluruhan, evaluasi kinerja pemasaran di SMA Daarut Tauhiid *Boarding School* menunjukkan bahwa sekolah telah menerapkan sistem yang terstruktur dan komprehensif. Namun, untuk tetap kompetitif dan mencapai target yang telah ditetapkan, peningkatan berkelanjutan sangat diperlukan.

D. Penawaran Gagasan

Berdasarkan interpretasi mendalam dari data penelitian dan hasil pembahasan penelitian yang telah diuraikan mengenai manajemen pemasaran Pendidikan di SMA Daarut Tauhiid *Boarding School*, peneliti menawarkan gagasan-gagasan berikut untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan daya saing sekolah. Gagasan-gagasan ini difokuskan pada peningkatan kesadaran merek, peningkatan kualitas interaksi dengan calon siswa dan orang tua, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital.

1. Penguatan Branding dan Identitas Sekolah:

SMA Daarut Tauhiid *Boarding School* memiliki potensi besar untuk menjadi sekolah unggulan. Namun, potensi ini perlu dimaksimalkan melalui strategi branding yang terintegrasi dan konsisten. Saat ini, citra sekolah mungkin belum sepenuhnya mencerminkan kualitas pendidikan dan nilai-nilai yang diusung. Oleh karena itu, perlu dilakukan:

- a. Rebranding atau penajaman branding: Analisis mendalam terhadap kekuatan dan kelemahan branding saat ini perlu dilakukan. Hal ini meliputi riset pasar untuk memahami persepsi publik terhadap sekolah, analisis kompetitor, dan identifikasi nilai jual unik (Unique Selling Proposition/USP) sekolah. Hasil analisis ini akan menjadi dasar untuk merumuskan strategi rebranding atau penajaman branding yang efektif. Contohnya, jika USP sekolah adalah integrasi nilai-nilai Islam dengan pendidikan modern, maka branding harus menekankan hal tersebut secara konsisten.

- b. Pengembangan visual identitas: Logo, warna, tipografi, dan keseluruhan visual identitas sekolah perlu direview dan diperbarui jika diperlukan. Visual identitas yang modern, menarik, dan mencerminkan nilai-nilai sekolah akan meningkatkan daya tarik sekolah di mata calon siswa dan orang tua. Contohnya, penggunaan warna yang segar dan modern, serta tipografi yang mudah dibaca dan elegan.
- c. Peningkatan kualitas website dan media sosial: Website sekolah harus menjadi pusat informasi yang komprehensif dan mudah diakses. Website harus menampilkan informasi lengkap tentang kurikulum, fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, dan testimoni. Media sosial juga harus dikelola secara aktif dan profesional, dengan konten yang menarik dan informatif. Contohnya, pembuatan video profil sekolah yang menarik, postingan rutin tentang kegiatan sekolah, dan interaksi aktif dengan followers.

2. Peningkatan Interaksi dengan Calon Siswa dan Orang Tua:

Interaksi yang efektif dengan calon siswa dan orang tua sangat penting untuk membangun kepercayaan dan meyakinkan mereka untuk memilih SMA Daarut Tauhiid Boarding School. Strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- a. Open House dan kunjungan sekolah: Mengadakan open house secara berkala dengan program yang menarik dan informatif. Kunjungan sekolah juga perlu difasilitasi dengan baik, sehingga calon siswa dan orang tua dapat merasakan langsung suasana dan kualitas sekolah. Contohnya, menyediakan sesi tanya jawab dengan guru dan siswa, demonstrasi kegiatan ekstrakurikuler, dan tur fasilitas sekolah.
- b. Pengembangan materi promosi yang efektif: Brosur, leaflet, dan video promosi harus dibuat dengan desain yang menarik dan informasi yang akurat dan relevan. Materi promosi harus menekankan keunggulan sekolah dan menjawab pertanyaan-pertanyaan umum dari calon siswa dan orang tua. Contohnya, brosur yang menampilkan foto-foto kegiatan siswa, testimoni orang tua, dan informasi tentang beasiswa.

- c. Pemanfaatan teknologi digital untuk komunikasi: Memanfaatkan WhatsApp, email, dan platform digital lainnya untuk berkomunikasi dengan calon siswa dan orang tua secara efektif dan efisien. Contohnya, membuat grup WhatsApp untuk calon siswa dan orang tua, mengirimkan email berkala dengan informasi terbaru, dan memanfaatkan chatbot untuk menjawab pertanyaan umum.

3. Optimalisasi Pemanfaatan Teknologi Digital

Teknologi digital memiliki peran penting dalam manajemen pemasaran pendidikan. SMA Daarut Tauhiid Boarding School perlu memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran.

Strategi yang dapat diterapkan meliputi:

- a. Pengembangan aplikasi mobile: Membuat aplikasi mobile yang menyediakan informasi lengkap tentang sekolah, termasuk jadwal pelajaran, pengumuman, dan komunikasi dengan guru. Aplikasi mobile juga dapat digunakan untuk pendaftaran online dan pembayaran biaya sekolah.
- b. Pemanfaatan platform digital marketing: Memanfaatkan platform digital marketing seperti Google Ads, Facebook Ads, dan Instagram Ads untuk menjangkau calon siswa dan orang tua secara lebih luas. Kampanye digital marketing harus ditargetkan secara spesifik untuk mencapai hasil yang optimal. Contohnya, menargetkan orang tua yang mencari sekolah Islam Boarding School di daerah tertentu.
- c. Analisis data dan evaluasi: Melakukan analisis data secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran. Data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk memperbaiki strategi pemasaran dan meningkatkan ROI (Return on Investment). Contohnya, menganalisis jumlah kunjungan website, jumlah pendaftaran online, dan jumlah konversi dari kampanye digital marketing.

4. Kerjasama Strategis:

Membangun kerjasama strategis dengan lembaga pendidikan lain, organisasi keagamaan, dan komunitas lokal dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan reputasi sekolah. Contohnya, kerjasama dengan sekolah dasar dan

menengah pertama untuk jalur penerimaan siswa, kerjasama dengan organisasi keagamaan untuk kegiatan keagamaan di sekolah, dan kerjasama dengan komunitas lokal untuk kegiatan sosial.

5. Peningkatan Kualitas Pendidikan dan Fasilitas:

Upaya pemasaran yang efektif harus didukung oleh kualitas pendidikan dan fasilitas yang unggul. Sekolah perlu terus meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan harapan siswa dan orang tua. Contohnya, peningkatan kualitas guru, pengembangan kurikulum yang inovatif, dan peningkatan fasilitas sekolah.

Dengan menerapkan gagasan-gagasan di atas secara terintegrasi dan konsisten, SMA Daarut Tauhiid Boarding School dapat meningkatkan daya saingnya dan mencapai tujuannya sebagai sekolah unggulan. Penting untuk diingat bahwa keberhasilan strategi pemasaran bergantung pada komitmen dan kerjasama seluruh stakeholder sekolah. Evaluasi dan adaptasi strategi secara berkala juga sangat penting untuk memastikan strategi pemasaran tetap relevan dan efektif.

E. Kebaruan dan Orisinalitas

Penelitian ini mengkaji manajemen pemasaran yang dilakukan oleh SMA Daarut Tauhiid untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas siswa, serta pelayanan Pendidikan. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai pendekatan inovatif yang diterapkan oleh kepala sekolah dalam konteks lokal untuk mencapai hasil pendidikan yang unggul. Melalui metode kualitatif, penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi partisipatif, yang dirancang khusus untuk lingkungan sekolah.

Pada penelitian ini ditemukan kebaruan khususnya dalam penggunaan teori manajemen pemasaran, karena pada penelitian ini khusus menggunakan teori manajemen pemasaran dari Kotler, yang di memuat teori manajemen pemasaran 4P, yaitu People (SDM), Process (proses), Programs (Program), dan Performance dan ditunjang oleh teori bauran pemasaran 4P juga, yaitu (Kinerja) Product (Produk), Price (Penetapan harga), Place (Tempat), dan Promotion (Promosi).