

## Strategi Peningkatan Pemasaran Sekolah di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik

**Nur Zaharah Madianah**

Program Studi Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

Email: [nurzaharahmadianah@gmail.com](mailto:nurzaharahmadianah@gmail.com)

### Abstrak

Persaingan dalam pendidikan semakin ketat, sehingga mengharuskan setiap sekolah untuk memiliki strategi khusus dalam memperkenalkan sekolahnya kepada masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi peningkatan penampilan, pelayanan dan prestasi guna menunjang proses pemasaran sekolah di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan rancangan penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan teknik kondensasi data, penyajian data, verifikasi data. Untuk menguji keabsahan data tersebut menggunakan teknik-teknik meliputi: Kredibilitas, Transferabilitas, dependabilitas, dan confirmabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi peningkatan penampilan guna menunjang pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik adalah diferensiasi produk dan *update* kebutuhan dan selalu mengikuti perkembangan pembangunan yang masa kini. Upaya yang dilakukan sekolah dalam memperkenalkan penampilan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dikalangan masyarakat melalui "Aula Idham Kholid"; (2) Strategi peningkatan pelayanan guna menunjang pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik adalah konsep melayani dengan menanamkan rasa ketidakpuasan dalam diri mengenai pelayanan yang diberikan kepada warga sekolah. Langkah sekolah untuk memperkenalkan pelayanan ekstrakurikuler kepada masyarakat luas dengan mengikuti lomba-lomba dan ikut berkontribusi mengisi acara-acara besar di taraf kabupaten, provinsi maupun nasional; (3) Strategi peningkatan prestasi guna menunjang pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik meliputi strategi peningkatan prestasi kepada siswa yaitu: (a) Memberikan motivasi melalui *workshop* dengan bekerja sama organisasi luar sekolah; (b) Beasiswa untuk siswa berprestasi. Sedangkan untuk guru yakni: (a) Mengikutsertakan *workshop*; (b) Memberikan penghargaan berupa bros emas, piagam dan uang tabanas; (c) Fasilitas kuliah ke jenjang berikutnya. Prestasi-prestasi yang telah diraih SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram, dan *website*.

*Kata Kunci: Strategi peningkatan, Pemasaran Sekolah, Nahdlatul Ulama'*

### Abstract

Competition in education is getting tight, so that requires each school to have a specific strategy in introducing the school to the community. The purpose of this research is to describe the improvement strategy of appearance, service and achievement to support school marketing process in SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik. The approach used in this research is a qualitative approach, as well as the case study research design. Data collection techniques in this study using interviews, observation and documentation studies. The data obtained and analyzed by data condensation techniques, data presentation, data verification. To test the validity of such data using techniques include: credibility, transferability, dependability, and confirmability. The results showed that: (1) The strategy of school performance improvement to support the marketing of senior high school Nahdlatul Ulama' 1 Gresik is the differentiation of products and needs update, and always keep abreast of developments today. Efforts made by the school in introducing the school performance of Senior High School Nahdlatul Ulama' 1 Gresik among the community through "Idham Kholid Hall"; (2) The strategy of service improvement to support the marketing of SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik is the concept of serving by instilling a sense of dissatisfaction within the service provided to the school community. Step school to introduce extracurricular services to the public by following the contests and contribute to fill big events at the level of the district, provincial and national; (3) The strategy of Achievement improvement to support marketing of Senior High School Nahdlatul Ulama' 1 Gresik include achievement improvement strategies to students are:

(a) Provide motivation through workshops to collaborate outside of school organization; (b) Scholarships for outstanding students. For teacher is: (a) Includes workshop; (b) rewards in the form of gold brooch, charter and tabanas money; (c) Facilities for the next level of tuition. The achievements of SMA Nahdlatul Ulama'1 Gresik have been published through social media such as instagram, and website.

*Keyword : Strategy of Improvement, School Marketing, Nahdlatul Ulama'.*

## PENDAHULUAN

Di era yang semakin berkembang ini, kompetisi antar sekolah semakin ketat. Sekolah berlomba-lomba untuk mengembangkan potensi dan kemampuannya guna menghadapi persaingan di dunia pendidikan. Menurut Wijaya (2008:42) persaingan antar sekolah semakin atraktif. Pemasaran menjadi suatu yang penting yang harus dilakukan sekolah, selain bertujuan untuk memperkenalkan sekolah, fungsi pemasaran lembaga sekolah adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan tentunya menarik minat masyarakat dan kepercayaan dari masyarakat supaya menyekolahkan putera-puterinya disekolahnya. Evans (Muhamin dkk, 2012:98) menyatakan pemasaran di sekolah/madrasah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus-menerus dan berkesinambungan.

Melihat dari Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) nomor 17 Tahun 2017 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru, membuat setiap sekolah giat mencari siswa baru. Dalam Permendikbud tersebut diatur, jumlah peserta didik dalam satu kelas saat penerimaan siswa baru. Khusus peserta didik di SMP, dalam kelas paling sedikit 20 siswa dan paling banyak 32 siswa. Di SMA, jumlah peserta didik dalam kelas dibatasi sebanyak 36 siswa dan minimal 20 siswa. Fenomena yang terjadi terakumulasi sekolah yang tutup di Surabaya terdiri dari 20 SMP, 25 SMA, dan 10 SMK swasta, dikarenakan sekolah tidak dapat memenuhi standar minimal pelayanan pendidikan (kompas.com). Berdasarkan fenomena tersebut maka sangat diperlukan sebuah strategi pemasaran sekolah guna mengambil minat peserta didik baru. Sekolah harus lebih menggiatkan lagi dalam meningkatkan mutu pendidikan yang diselenggarakan. Menurut Mulyasa (2011:216) menyimpulkan inti dari strategi yakni usaha sistematis dan terkoordinasi untuk secara terus-menerus memperbaiki kualitas pelayanan sehingga fokusnya diarahkan kepada konsumen yakni siswa, orang tua siswa, lulusan, guru, karyawan, dan masyarakat. Alma (2008:67) menyatakan bahwa keunikan yang dimiliki satuan pendidikan dapat menawarkan program dan atau

manfaat yang lebih unik daripada yang ditawarkan satuan pendidikan sejenis dengan harga yang relatif sama.

Adapun beberapa sekolah di Kabupaten Gresik yang bernaung dibawah yayasan yang merupakan sekolah swasta. Hal ini semakin menambah beban persaingan, karena harus bersaing dengan sekolah negeri yang mana sudah mendapat dukungan serta bantuan dari pemerintah untuk memajukan sekolahnya. Salah satunya SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik yang merupakan satu dari dua sekolah yang bernaung dibawah Lembaga Nahdlatul Ulama' Gresik. Sekolah harus mampu mencari murid sendiri. Perjalanan yang dihadapi tidak selalu mulus, pernah pada suatu angkatan, sekolah yang berdiri pada tahun 1968 ini hanya mempunyai 14 siswa. Tetapi berkat kegigihan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik lambat laun berubah menjadi sekolah yang berprestasi dan diminati masyarakat. Sehingga setiap tahunnya, banyak siswa yang berebut keras untuk masuk ke sekolah tersebut. Perlu diketahui, bahwa saat ini (Tahun ajaran 2017-2018) jumlah siswa di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik mencapai 1033 siswa.

Adapun keunikan dalam segi pemasaran dari SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik yakni dengan menerapkan gerakan 3P yakni Penampilan, Pelayanan dan Prestasi yang dicanangkan oleh kepala sekolah. Untuk P yang pertama adalah penampilan sekolah. Gerakan ini meliputi pembenahan/ mengubah tatanan ruang, baik ruang kelas, ruang guru, ruang administrasi, ruang laboratorium, dan ruang lainnya, baik segi interior maupun eksteriornya. Setelah itu baru mengubah budaya warga sekolah menjadi rapi, bersih dan mengedepankan keteladanan sopan santun. Pada akhirnya budaya sekolah yang baik, santun dan senang kebersihan akan berimbas pada cara berpakaian, cara berpenampilan dan cara mengemas berbagai acara dan kegiatan.

Untuk P kedua adalah pelayanan. Pelayanan adalah kunci keberhasilan sekolah, baik pelayanan ke guru dan pegawai, pelayan ke siswa maupun ke masyarakat. Menurut Kotler (2002:83) pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen. Pidarta (2011:112) mengatakan, keterlibatan orang-orang yang ada di dalam

suatu sekolah merupakan sebuah penentu keberhasilan atau kegagalan sekolah.

Lalu untuk P yang ketiga adalah prestasi. Menurut Poerwadarminta (1985:768) prestasi adalah hasil yang telah dicapai (dilakukan, dikerjakan dan sebagainya). Prestasi ini sangat membantu dalam program pemasaran, karena calon peserta didik baru pasti akan lebih tertarik kepada sekolah yang memiliki banyak prestasi. Baik prestasi akademik dan non akademik, prestasi bertaraf daerah, provinsi nasional ataupun internasional.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, yakni yang bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan strategi peningkatan pemasaran sekolah di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik. Rancangan penelitian ini adalah menggunakan metode studi kasus, adapun kasus yang diangkat oleh peneliti adalah mengenai "Strategi Peningkatan Pemasaran Sekolah di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik". Subjek Penelitian yang dipilih sebagai informan diantaranya, kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang prasarana, wakil kepala sekolah bidang manajemen mutu, staff wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, wakil kepala sekolah bidang Humas, Guru dan Siswa. Lokasi penelitian dilaksanakan di SMA Nahdlatul Ulama 1 Gresik yang berada di Jalan Raya Raden Santri V/22, Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 123456.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan teknik kondensasi data, penyajian data, verifikasi data. Untuk menguji keabsahan data tersebut menggunakan teknik-teknik meliputi: kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan confirmabilitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### Hasil Penelitian Strategi Peningkatan Penampilan guna Menunjang Pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan studi dokumentasi dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan untuk peningkatan penampilan sekolah adalah strategi diferensiasi produk (selalu tampil beda) dan update kebutuhan sesuai perkembangan zaman. Sekolah membuat program kerja sarpras tahunan yakni membangun bangunan yang berbeda dari sekolah lain diantaranya Plaza SMANUSA, *lobby*, kebun buku, *green house*, ruang olahraga *indoor* dan ruang astronomi.

Penerapan strategi peningkatan penampilan sekolah dimaksudkan untuk memberikan fasilitas yang layak kepada siswa memiliki pengaruh untuk menarik minat peserta didik baru. Dalam peningkatan penampilan sekolah memiliki kendala yakni dana, karena sekolah hanya mendapatkan dana dari siswa. Cara sekolah mengatasi kendala adalah dengan tidak mengotak-atik dana pembangunan dan membuat usaha seperti *foodcourt*, *home industry* dan *ma'arif mart*, sehingga kendala yang dialami dapat dijadikan sebagai peluang.

Guna menunjang pemasaran sekolah, upaya yang dilakukan sekolah dalam memperkenalkan penampilan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dikalangan masyarakat melalui "Aula Idham Kholid". Aula megah yang dapat menampung 400-450 orang itu sering dipinjam atau disewa untuk acara-acara besar dari kegiatan luar sekolah, seperti Pendidikan dan Pelatihan Calon kepala Madrasah se- Kabupaten Gresik dan Wisuda TK.

#### Hasil Penelitian Strategi Peningkatan Pelayanan guna Menunjang Pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak-pihak yang terkait dalam strategi peningkatan pelayanan di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik didapati sebuah penjelasan, bahwasanya dalam meningkatkan pelayanan sekolah melakukan strategi yakni konsep melayani dengan menanamkan rasa ketidapuasan dalam diri mengenai pelayanan yang diberikan kepada warga sekolah, sehingga sekolah merasa harus dilakukannya peningkatan setiap tahunnya. Yang menjadi target pelayanan sekolah adalah warga sekolah. Bentuk pelayanan yang diberikan sekolah kepada siswa adalah program yang bervariasi diantaranya adalah menyediakan 43 macam ekstrakurikuler dan program EC (*explore class*). Sedangkan bentuk pelayanan terhadap guru adalah mulai dari pelayanan tentang sertifikasi guru, memberikan pelayanan yang berhubungan dengan pengembangan diri seperti seminar, pelatihan.

Pelayanan memberikan pengaruh dalam proses pemasaran terutama terhadap minat peserta didik baru. Ketika pelayanan sekolah baik maka masyarakat akan memandang positif mengenai SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik, begitu juga dengan sebaliknya, ketika pelayanan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik kepada siswa kurang baik maka masyarakat memandang sekolah tersebut juga tidak baik.

Langkah sekolah untuk memperkenalkan pelayanan ekstrakurikuler kepada masyarakat luas dengan mengikuti lomba- lomba dan ikut berkontribusi

mengisi acara-acara besar di taraf kabupaten, provinsi maupun nasional.

### **Hasil Penelitian Strategi Peningkatan Prestasi guna Menunjang Pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik.**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pihak-pihak yang terkait dalam strategi peningkatan prestasi di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik didapati sebuah penjelasan, bahwasannya prestasi memiliki tempat yang berpengaruh terhadap proses pemasaran sekolah.

Maka dari itu, sekolah melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan prestasi sekolah, baik itu prestasi siswa maupun prestasi guru. Bentuk strategi peningkatan prestasi kepada siswa dengan memberikan motivasi melalui *workshop* dengan bekerja sama organisasi intra sekolah dan diberikan beasiswa untuk siswa berprestasi. Sedangkan untuk guru yakni mengikutsertakan *workshop* dan memberikan penghargaan berupa bros emas, piagam dan uang tabanas dan fasilitas kuliah ke jenjang berikutnya.

Guna menunjang proses pemasaran sekolah, prestasi-prestasi yang telah diraih SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram dan *website*.

## **PEMBAHASAN**

### **Strategi Peningkatan Penampilan Sekolah guna Menunjang Pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik**

Peningkatan penampilan SMA Nahdlatul Ulama' 1 dengan mengambil strategi diferensiasi produk yakni tampil beda dari sekolah-sekolah lainnya dan selalu *update* kebutuhan dengan selalu mengikuti perkembangan pembangunan yang masa kini. Hasil penelitian sejalan dengan yang dikemukakan oleh Ma'mur (2015:17) menjelaskan tujuan *marketing* adalah membuat produk perusahaan atau lembaga yang kompetitif karena ada nilai perbedaan dengan kompetitor. Menurut Yaqin, (2016:108) menjelaskan bahwa strategi pemasaran menggunakan diferensiasi produk dengan menawarkan program yang bervariasi. Dalam konteks jasa pendidikan, produk yang ditawarkan adalah reputasi, prospek dan variasi pilihan.

Pertumbuhan dan perkembangan sekolah dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan *scanning* terhadap lingkungan eksternal lembaga yaitu mengenai pasar, *stakeholder*, *customers*, IPTEK, Sospol dan lain-lain. Lembaga juga harus memperhatikan keunggulan dari kompetitor serta memperhitungkan kompetensi internal yang dimiliki. Sekolah harus dapat menciptakan strategi yang mumpuni

untuk memenangkan persaingan tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri, karena sekolah merupakan lembaga pendidikan dan termasuk dalam *nonprofit organization*.

Penerapan strategi peningkatan penampilan sekolah di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik diharapkan untuk menunjang proses pemasaran sekolah dan memiliki pengaruh untuk menarik minat peserta didik baru. Hal tersebut didukung oleh pendapat dari Surya (2004:80) menjelaskan jika keadaan fasilitas fisik tempat belajar berlangsung di kampus/sekolah ataupun di rumah sangat mempengaruhi efisiensi hasil belajar. Keadaan fisik yang lebih baik, lebih menguntungkan peserta didik belajar dengan tenang dan teratur. Sebaliknya lingkungan fisik yang kurang memadai akan mengurangi efisiensi hasil belajar. Ketika peserta didik merasa puas dengan fasilitas maka proses pemasaran sedang terjadi yakni dengan cara mereka bercerita kepada orang lain, sehingga tidak menutup kemungkinan orang tersebut tertarik dengan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik ini, seperti yang diungkapkan oleh salah satu siswa yang menjadi informan peneliti yakni Alfina Aimnar Patricia bahwa dia tertarik sekolah di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik berawal dari cerita tetangganya dan dia mendapatkan kesan kagum pada saat masuk ke sekolah.

Sarana prasarana yang diberikan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik untuk siswa dalam menunjang proses pembelajarannya dikatakan sudah maksimal, dengan adanya AC yang membuat siswa nyaman saat pembelajaran berlangsung, kemudian adanya perpustakaan kelas yang bisa membuat siswa rajin membaca saat jam istirahat dan LCD untuk memudahkan proses pembelajaran siswa.

SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik menyadari akan keunggulan dan kendala/kelemahan yang dimiliki oleh sekolah dalam strategi peningkatan penampilan sekolah. Keunggulan yang dimiliki sekolah adalah pada bangunan Plaza SMANUSA, *lobby*, kebun buku, *green house*, ruang olahraga *indoor*, ruang astronomi yang berbeda dengan sekolah-sekolah lainnya. Terkhusus perpustakaan dengan nama "Kebun Buku Library" milik SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik telah berhasil meraih predikat perpustakaan terbaik se-Jawa Timur alias juara 1 dalam lomba perpustakaan tingkat SLTA. Perpustakaan ini dibangun dengan konsep modern dan unik agar minat baca warga sekolah semakin meningkat. Ruangnya di desain seyaman mungkin yang dilengkapi dengan, ruang baca lesehan, akses internet yang cepat dengan 10 monitor layar lebar, AC, ID Card multi fungsi, katalog digital, ruang pameran karya siswa, movie corner, ruang presentasi dan diskusi.

Kelemahan/kendala yang dimiliki SMA Nahdlatul Ulama dalam menerapkan gerakan P pertama ini terletak

pada dana, sekolah hanya menerima dana dari siswa. Seperti yang diungkapkan Wijaya (2008:51) menerangkan penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan eksternal dan internal organisasi. Faktor-faktor eksternal yang dapat menimbulkan adanya peluang atau ancaman bagi organisasi terdiri dari keadaan pasar, persaingan, teknologi, ekonomi, sosial, budaya, hukum dan peraturan. Sedangkan faktor internal menunjukkan adanya kelemahan atau keunggulan organisasi, meliputi: keuangan, produksi, SDM, serta khususnya bidang pemasaran yaitu terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi dan jasa.

Cara mengatasi kendala yang dialami SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik adalah dengan tidak mengotak-atik dana pembangunan, sehingga uang hanya terfokus untuk pembangunan saja. Sekolah juga menjadikan kendala sebagai peluang dengan membuat usaha seperti *foodcourt* dan *home industry*.

Sekolah memperkenalkan penampilan yang dimiliki melalui Aula Idham Kholid, guna menunjang proses pemasaran. Aula yang dapat menampung 400-450 orang sering disewa untuk acara-acara luar sekolah, seperti pendidikan dan pelatihan calon kepala sekolah se-Kabupaten Gresik, Wisuda TK. Dengan demikian masyarakat luas akan mengetahui kemegahan dari sarana dan prasarana yang dimiliki SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik.

### **Strategi Peningkatan Pelayanan Sekolah guna Menunjang Pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik**

Strategi SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dalam peningkatan pelayanan yakni konsep melayani dengan menanamkan rasa ketidakpuasan dalam diri mengenai pelayanan yang diberikan kepada warga sekolah. Meskipun pelayanan yang diberikan sekolah menurut sasaran pelayanan yakni siswa dan guru sudah optimal, namun sekolah masih merasa belum puas.

SMA Nahdlatul Ulama' menjadikan warga sekolah sebagai sasaran pelayanan sekolah. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Pidarta (2011:112) keterlibatan orang-orang yang ada di dalam suatu sekolah merupakan sebuah penentu keberhasilan atau kegagalan sekolah. Ali (2009:355) menyatakan bahwa fungsi sekolah antara lain: (1) memberi layanan kepada peserta didik agar mampu memperoleh pengetahuan atau kemampuan-kemampuan akademik yang dibutuhkan dalam kehidupan. (2) memberi layanan kepada peserta didik agar dapat mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan dalam kehidupan. (3) memberi layanan kepada peserta didik agar dapat hidup bekerja sama orang lain. (4) memberi

layanan kepada peserta didik agar dapat mewujudkan cita-cita atau mengaktualisasikan dirinya sendiri.

Bentuk pelayanan yang diberikan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik kepada siswa adalah program yang bervariasi diantaranya adalah menyediakan 43 macam ekstrakurikuler dan program EC (*explore class*). Senada dengan Alma (2008:67) menyatakan hal serupa bahwa keunikan yang dimiliki satuan pendidikan dapat menawarkan program dan atau manfaat yang lebih unik daripada yang ditawarkan satuan pendidikan sejenis dengan harga yang relatif sama.

Bentuk pelayanan yang diberikan sekolah terhadap guru adalah mulai dari pelayanan tentang sertifikasi guru, memberikan pelayanan yang berhubungan dengan pengembangan diri seperti seminar dan pelatihan. Sejalan dengan temuan penelitian, Undang-Undang Guru dan Dosen (UUGD) mengatakan bahwa sertifikasi sebagai bentuk peningkatan mutu guru dan peningkatan kesejahteraan (Muslich, 2007:7), dengan adanya peningkatan kesejahteraan guru diharapkan akan terjadi peningkatan mutu pendidikan nasional dari segi proses yang berupa layanan dan iuran pendidikan.

Pelayanan sekolah memberikan pengaruh dalam proses pemasaran sekolah, oleh karena itu sekolah selalu mengupayakan adanya peningkatan pelayanan sekolah. Ketika pelayanan sekolah baik maka masyarakat akan memandang positif mengenai SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik, begitu juga dengan sebaliknya, ketika pelayanan sekolah kepada siswa kurang baik maka masyarakat memandang sekolah tersebut juga tidak baik. Seperti yang dikemukakan Evans (Muhamin dkk, 2012:98) menyatakan pemasaran di sekolah/madrasah merupakan proses manajemen yang bertujuan untuk melakukan identifikasi dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan masyarakat secara terus-menerus dan berkesinambungan.

Menurut penelitian Sahuri, dengan judul "Pelayanan Sekolah untuk Meningkatkan Kualitas Peserta Didik" memiliki persamaan yang terletak pada pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif. Membahas tentang pelayanan sekolah. Penelitian hanya berfokus pada pelayanan, sedangkan ini penelitian saya berfokus pada pelayanan, penampilan dan prestasi. Disini peneliti melengkapi dari penelitian yang terdahulu dimana dengan menambahkan cara memperkenalkan pelayanan sekolah dalam bentuk proses pemasaran sekolah.

Kalenskaya (2013:373) mengatakan, Pendidikan merupakan pelayanan yang melibatkan guru dan karyawan. Menurut *survey* yang dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang melibatkan 1000 orang dengan hasil: Dari mereka - 80% puas dengan sistem pembayaran berdasarkan jenis pekerjaan proyek ini, dan 20% adalah tidak puas dengan sistem pembayaran.

Faktor motivasi dalam kebijakan personal universitas juga mencakup serangkaian masalah sosial. Selain analisis sistem upah, perlu mempertimbangkan dan menganalisis faktor tak berwujud seperti memotivasi orang untuk mulai aktifitas mengajar .

### **Strategi Peningkatan Prestasi Sekolah guna Menunjang Pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik**

SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik mengambil strategi dalam peningkatan prestasi guru dengan mengikutsertakan *workshop* dan memberikan penghargaan berupa brosur emas, piagam dan uang tabanas dan fasilitas kuliah ke jenjang berikutnya. Begitupun strategi peningkatan prestasi siswa yang dilakukan sekolah adalah memberikan motivasi melalui *workshop* dengan bekerja sama organisasi intra sekolah dan diberikan beasiswa untuk siswa berprestasi. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Purwanto (2000) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi proses hasil belajar berasal dari dalam (internal) dan luar (eksternal) individu.

Sesuai dengan hasil penelitian, Raj (2013:439), menerangkan bahwa dengan memberikan pelayanan yang adil kepada siswa yang saat ini bersekolah dengan alumni siswa. Lembaga harus menumbuhkan 'profesionalisme' dan menanamkan hal yang sama di antara siswa mereka. Mereka harus memastikan kualitas keluaran dari institusi mereka. Dengan menerapkan *strategy relation management (SRM)*. Hubungan dengan alumni, bisa sangat bermanfaat, sebagai alat untuk mempromosikan siswa saat ini dan institusi secara keseluruhan. Begitupun SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik yang memberikan beasiswa kuliah keluar negeri kepada siswa lulusan SMA Nahdlatul ulama' 1 Gresik yang berminat. Tercatat ada 44 siswa yang mendapatkan beasiswa kuliah di luar negeri.

Russell (2010) menyatakan bahwa menggunakan simulasi pemasaran dengan melibatkan siswa dalam manajemen pemasaran sehingga universitas diluar sana bisa melihat kompetensi dari siswa. Jurnal ini memiliki persamaan dengan peneliti yakni penelitian melibatkan siswa dalam menunjang proses pemasaran.

Prestasi-prestasi yang telah diraih SMA Nahdlatul Ulama'1 Gresik dipublikasikan melalui sosial media seperti instagram dan *website*. Hal ini dimaksudkan supaya masyarakat khususnya calon peserta didik baru mengetahui bahwasannya siswa SMA Nahdlatul Ulama' 1 memiliki banyak prestasi.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, Strategi peningkatan penampilan sekolah guna menunjang proses pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik adalah diferensiasi produk dan *update* kebutuhan dan selalu mengikuti perkembangan pembangunan yang masa kini. Dalam peningkatan penampilan sekolah mendapatkan kendala yakni dana. Namun sekolah dapat mengatasi kendala tersebut dengan mengubah *mindset* bahwa kendala dijadikan sebagai peluang, sehingga sekolah membuat usaha seperti *ma'arif mart, foodcourt* dan *home industry*. Upaya yang dilakukan sekolah dalam memperkenalkan penampilan SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dikalangan masyarakat melalui "Aula Idham Kholid". Aula megah yang dapat menampung 400-450 orang itu sering dipinjam atau disewa untuk acara-acara besar dari kegiatan luar sekolah, seperti Pendidikan dan Pelatihan Calon kepala Madrasah se- Kabupaten Gresik dan Wisuda TK .

*Kedua*, Strategi peningkatan pelayanan sekolah guna menunjang proses pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik adalah konsep melayani dengan menanamkan rasa ketidakpuasan dalam diri mengenai pelayanan yang diberikan kepada warga sekolah. Bentuk pelayanan yang diberikan sekolah kepada siswa adalah program yang bervariasi diantaranya adalah menyediakan 43 macam ekstrakurikuler dan program EC (*explore class*). Bentuk pelayanan terhadap guru adalah mulai dari pelayanan tentang sertifikasi guru, memberikan pelayanan yang berhubungan dengan pengembangan diri seperti seminar dan pelatihan. Langkah sekolah untuk memperkenalkan pelayanan ekstrakurikuler kepada masyarakat luas dengan mengikuti lomba-lomba dan ikut berkontribusi mengisi acara-acara besar di taraf kabupaten, provinsi maupun nasional.

*Ketiga*, Strategi peningkatan prestasi sekolah guna menunjang proses pemasaran SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik, dilakukan karena prestasi berpengaruh terhadap proses pemasaran sekolah. Maka dari itu sekolah melakukan beberapa strategi untuk meningkatkan prestasi sekolah, baik itu prestasi siswa maupun prestasi guru. Bentuk strategi peningkatan prestasi kepada siswa dengan memberikan motivasi melalui *workshop* dengan bekerja sama organisasi luar sekolah dan diberikan beasiswa untuk siswa berprestasi. Strategi peningkatan prestasi kepada guru yakni mengikutsertakan *workshop* dan memberikan penghargaan berupa brosur emas, piagam dan uang tabanas dan fasilitas kuliah ke jenjang

berikutnya. Prestasi-prestasi yang telah diraih SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik dipublikasikan melalui media sosial seperti instagram, dan *website*.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, peneliti bermaksud memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan oleh seluruh *stakeholder* di SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik maupun pihak-pihak yang terkait lainnya dalam penelitian ini. Beberapa saran tersebut sebagai berikut.

*Pertama*, Bagi Lembaga SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik. Dalam pelaksanaan dan pencapaian program sekolah sebaiknya dimonitor dan dievaluasi secara rutin sehingga diketahui indikator apa saja yang belum dicapai dan akan diperbaiki.

*Kedua*, Bagi Kepala SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik. Diharapkan selalu menambah inovasi-inovasi baru yang berbeda dengan sekolah lain. Maka akan berdampak positif terhadap SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik yang semakin dikenal dan diminati oleh masyarakat.

*Ketiga*, Bagi Wakil Kepala SMA Nahdlatul Ulama' 1 Gresik. Diharapkan agar selalu menjaga komunikasi dengan tenaga sekolah lainnya, hal ini dimaksudkan supaya terjalinnya komunikasi yang baik dan memudahkan seluruh tenaga sekolah untuk bekerja sama dalam rangka meningkatkan strateg pemasaran sekolah dan meminimalisir terjadinya *miss communication*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Kalenskaya, Nataliya. 2013. Marketing of Educational Services: Research on Service Providers Satisfaction. *Procedia Economics and Finance*. Volume 5, Pages 368-376.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid kedua (10<sup>th</sup> ed). Jakarta: Prenhallindo.
- Ma'mur, Jamal Asmani. 2015. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah Strategi Menerapkan Jiwa Kompetisi dan Sportivitas untuk Melahirkan Sekolah Unggulan*. Yogyakarta: Diva Press.
- Mulyasa. 2011. *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep, strategi dan Implementasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muslich, Masnur. 2007. *Sertifikasi Guru Menuju Guru Profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offsed.
- Muhaimin, dkk. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/ Madrasah*. Jakarta: Kencana

- Pidarta. 2011. *Manajemen pendidikan Indonesia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1985. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Purwanto, Ngalm. 2000. *Ilmu Pendidikan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Raj, Maria Antony, M. Raguraman, R. Veerappan. 2013. Marketing of Educational Services: A New Strategy for Customer Satisfaction. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*. Vol 1(8) : hal. 435:440.
- Russell, Rebekah -Bennett 1, Sharyn R. Rundle-Thiele 2, and Kerri-Ann Kuhn. 2010. Engaging Marketing Students: Student Operated Businesses in a Simulated World. *Journal of Marketing Education*. Hal. 1-11
- Surya, Moh. 2004. *Psikologi Pembelajaran dan Pengajaran*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Wijaya, David. 2008. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yaqin. 2017. *Strategi Pemasaran Sekolah di Madrasah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya Program Studi SI Manajemen Pendidikan UNESA*. PPs Universitas Negeri Surabaya.