

Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang

¹Rr. Pramita Surya Hasanah, ²Karwanto, ³Muhamad Sholeh
Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Article info

Article history:

Accepted: 15 Januari 2023

Publish: 21 Januari 2023

Keywords:

Pemasaran Sekolah, Citra

Abstrak

Penelitian ini menjelaskan tentang strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan formulasi strategi pemasaran, implementasi strategi pemasaran dan evaluasi strategi pemasaran dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di SMA Negeri Jogoroto Jombang. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya adalah studi kasus dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan proses dan pengumpulan dan analisis data, hasil dari penelitian ini meliputi 1) formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang; a) menetapkan visi, misi dan tujuan sekolah. b) menentukan segmentasi pasar. c) menjalankan strategi pembiayaan. d) memanfaatkan strategi promosi. e) meningkatkan sumber daya manusia. f) meningkatkan kualitas lulusan. g) mengadakan sarana prasarana yang memadai. h) memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat. i) memperbanyak upaya kerjasama. 2) Implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang; a) melaksanakan kegiatan promosi. b) menyelenggarakan ajang kompetisi. c) melakukan pembiasaan. d) meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler. e) menjalankan segala bentuk kerjasama. f) menunjukkan kualitas lulusan. g) melaksanakan koordinasi dalam segala kegiatan. 3) Evaluasi pemasaran sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang; a) melakukan evaluasi pada setiap sektor kegiatan. b) mengevaluasi hasil belajar siswa. c) melakukan penilaian kepentingan publik.

Article Info

Article history:

Accepted: 15 Januari 2023

Publish: 21 Januari 2023

Abstract

This research explains the strategy of educational marketing for improving the image of schools at SMA Negeri Jogoroto Jombang. This research aims to explain the formulation of marketing strategies, the implementation of marketing strategies and the evaluation of marketing strategies for improving the image of educational institutions at SMA Negeri Jogoroto Jombang. This research using a qualitative approach and the type of research is a case study using observation, interview, and documentation methods. Based on the process and data collection and analysis, the results of this study include 1) educational marketing formulations for improving the image of schools at SMA Negeri Jogoroto Jombang; a) establish the vision, mission and objectives of the school. b) determine market segmentation. c) implement a financing strategy. d) utilize promotional strategies. e) improving human resources. f) improving the quality of graduates. g) providing adequate infrastructure. h) providing the best service for the community. i) increase cooperation efforts. 2) Implementation of educational marketing for improving the image of schools at SMA Negeri Jogoroto Jombang; a) carrying out promotional activities. b) organizing competition events. c) carry out habituation. d) increase extracurricular activities. e) carrying out all forms of cooperation. f) demonstrate the quality of graduates. g) carry out coordination in all activities. 3) Evaluation of school marketing at Jogoroto Jombang State High School; a) evaluate each sector of activity. b) evaluate student learning outcomes. c) conducting an assessment of the public interest.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Rr. Pramita Surya Hasanah

Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Email: rpramita.20007@mhs.unesa.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pendidikan bagi pembangunan nasional adalah termasuk pilar dari pengembangan sumber daya manusia yang strategis, dalam hal ini berarti masa depan warga negara terletak pada kualitas pendidikan, maka pendidikan yang memiliki kualitas baik akan muncul apabila pendidikan tersebut berada pada tingkatan sekolah yang berkualitas juga. Pendidikan menjadi bentuk perhatian khusus dari pemerintah karena dengan adanya pendidikan, manusia dapat berkembang serta dapat mengembangkan kemajuannya, sebab itu peran dari pimpinan selaku kepala sekolah dan juga peran guru sangatlah berpengaruh dan berperan besar terhadap segala hal dalam mempertahankan mutu pendidikan. Selain itu pendidikan juga memegang peran dalam pengembangan sumber daya manusia dimana peningkatan kecakapan dan kemampuan merupakan faktor pendukung upaya manusia dalam menjalani kehidupan bermasyarakat. Kerangka inilah pendidikan diperlukan dan dipandang sebagai kebutuhan dasar bagi masyarakat yang ingin maju (Mulyasa, 2004).

Dewasa ini pendidikan diminta untuk lebih aktif dan kreatif dalam menggali ciri khas atau keunggulan yang dimiliki oleh sekolahnya agar banyak dicari dan diminati oleh pelanggan layanan jasa pendidikan, seiring dengan banyaknya bermunculan lembaga pendidikan yang bertaraf internasional, *boarding school*, sekolah IT (Islam Terpadu) serta lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang terjangkau dapat menambah maraknya kompetensi pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan yang aktifitas dahulu dianggap tabu karena berbau bisnis dan cenderung berorientasi pada laba sekarang ini sudah dilakukan secara terbuka. Jasa pendidikan memegang peran penting untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia (Khasanah, 2015).

Strategi pemasaran dilakukan berbagai macam guna menarik minat siswa supaya bersekolah di tempat mereka, adanya persaingan tersebut menyebabkan sekolah membuat strategi pemasaran di sekolah. Strategi dipandang sebagai sebuah program yang meliputi tujuan yang ingin dicapai, serta dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha merespon lingkungannya (Faizin, 2017). Pelaksanaan pemasaran sekolah adalah serangkaian aktivitas yang tidak hanya dilakukan untuk bisa bersaing dengan kompetitor sekolah supaya mendapatkan peserta didik, melainkan juga dapat dipakai untuk meningkatkan serta mempertahankan citra sekolah. Unsur penting bagi sekolah salah satunya yaitu citra atau nama baik, karena dengan memiliki nama yang baik dari lembaga pendidikan tersebut tentunya dapat memberikan kesan tentang bagaimana penilaian dan pandangan masyarakat terhadap keseluruhan aktivitas kegiatan yang dilakukan oleh sekolah.

Dalam hal ini strategi pemasaran di sekolah adalah bagian dari wacana kegiatan sekolah yang berperan sangat penting dalam membentuk, meningkatkan dan mempertahankan citra sekolah. Manfaat citra sekolah sendiri yaitu guna membentuk kehormatan dan ketahanan nama baik ataupun *branding* sekolah di mata masyarakat. Nama baik sekolah dipergunakan untuk menarik perhatian dan minat dari seluruh elemen masyarakat agar berkenan menggunakan jasa pendidikan sekolah yang ditawarkan. Para pengguna layanan jasa pendidikan ini ketika memilih sekolah, bukan hanya sekedar menikmati pelayanan jasa pendidikan yang telah diberikan sekolah, akan tetapi ada hal lain yang diharapkan. Yang dimaksudkan hal lain ini adalah sesuai dengan nama baik yang sudah terbentuk dari dalam diri sekolahnya, untuk itu citra baik yang dimiliki sekolah akan berpengaruh baik juga terhadap pengguna jasa pendidikan. Kebaikan dari citra tersebut dapat digunakan untuk meneruskan pendidikan ke jenjang berikutnya. Maksudnya, masyarakat akan lebih memiliki rasa percaya yang tinggi dengan sekolah yang memiliki citra serta keunggulan.

Di lapangan, ditemui banyak sekolah yang terus memperbaiki dirinya untuk menjadi lebih baik dan dikenal baik oleh masyarakat. Perbaikan diri sekolah dapat dilakukan untuk mengasah potensi internal maupun eksternal yang dimiliki agar mampu menjadi sekolah yang berkualitas tinggi dalam menghadapi persaingan global yang semakin kompleks. Untuk mendapatkan kualitas tersebut, sekolah perlu memiliki visi misi yang terarah dan pengelolaan manajemen yang baik. Salah satu lembaga pendidikan tersebut adalah SMA Negeri Jogoroto Jombang. Jika dikaitkan dengan berbagai hal yang berkembang di seluruh elemen masyarakat dan di dalam sekolah pada citra lembaga pendidikan, maka sebagai peneliti tentunya menginginkan melaksanakan penelitian di SMA Negeri Jogoroto Jombang dikarenakan sekolah ini dapat mempertahankan citra dan keberadaannya di masyarakat baik dikarenakan hasil prestasi akademik ataupun non akademik, hal tersebut dapat diyakinkan dengan segudang prestasi dan penghargaan yang diraih dari kompetisi yang diikuti baik akademik ataupun non akademik di tingkat kabupaten, provinsi ataupun

kejuaraan tingkat nasional. Cukup besar minat warga Jombang yang ingin putra-putrinya bersekolah di lembaga tersebut, selain itu juga SMA Negeri Jogoroto Jombang memiliki beberapa ekstra kulikuler yang cakap, serta kualitas lembaga yang melahirkan lulusan yang terbaik dan berprestasi diantara persaingan lembaga pendidikan yang tersedia.

Lain daripada itu dengan membuktikan keunggulan dari segi prestasi akademik maupun non akademik dan kualitas pelayanan jasa pendidikannya, SMA Negeri Jogoroto Jombang juga terkenal unggul dalam kegiatan ekstra kulikuler seperti tari dan keroncong, guna menunjang peningkatan daya saing serta citra lembaga yang baik di mata khalayak pengguna jasa pendidikan kegiatan strategi pemasaran sekolah haruslah tetap dilakukan. Sebab itu melalui penelitian ini tentunya dibutuhkan adanya optimalisasi proses strategi pemasaran sekolah yang dilakukan di SMA Negeri Jogoroto Jombang dalam rangka mengatasi permasalahan-permasalahan yang muncul terkait keberadaan sekolah SMA Negeri Jogoroto Jombang sebagai sebuah lembaga pendidikan yang unggul dan terdepan.

SMA Negeri Jogoroto Jombang menggunakan metode dalam pemasarannya yaitu sebagai berikut:

(1) Volunteer Japan Foundation, yaitu sebagai relawan guru berasal dari luar negeri yang mengajar bahasa di SMA Negeri Jogoroto Jombang dapat menarik perhatian masyarakat sekitar dan bisa dikatakan sebagai promosi berjalan, (2) alumni memberi pengalaman (*testimony*) atau bukti keberhasilannya, (3) *Special events*, yaitu kegiatan di luar sekolah seperti mengikuti lomba-lomba atau olimpiade untuk menunjukkan keberhasilan dari lembaga tersebut.

Ketiga metode pemasaran tersebut dirasa efektif karena akan langsung mengena pada target pasar. Pangsa pasar yang dimiliki terus dikelola dan dikembangkan agar tidak lepas dari target. Sebisanya mungkin SMA Negeri Jogoroto Jombang berusaha agar lembaganya adalah sebagai tujuan utama dari pilihan peserta didik bukan dari limpahan lembaga pendidikan yang berada di kota. Hal ini terlihat dari pesatnya jumlah pendaftar, artinya SMA Negeri Jogoroto Jombang mampu bersaing dengan lembaga pendidikan negeri lainnya karena memiliki keunikan program sendiri serta bisa mempertahankan citranya sehingga mendapat target pangsa pasar yang luas dan mampu menjaga keunggulannya.

Kemudian peneliti juga melakukan studi pendahuluan (*grand tour observation*) dengan melakukan pengamatan di beberapa sekolah menengah atas negeri yang letaknya berada di kabupaten Jombang yaitu selain SMA Negeri Jogoroto salah satunya ada SMA Negeri Mojoagung, SMA Negeri Ngoro, SMA Negeri Ploso, SMA Negeri Kabuh, SMA Negeri Kesamben, dan SMA Negeri Plandan. Dalam hal ini peneliti juga melakukan komparasi terhadap sekolah-sekolah tersebut sehingga dapat disimpulkan bahwa SMA Negeri Jogoroto ini lebih unggul dibandingkan dengan sekolah yang lain.

2. METODE PENELITIAN

Sesuai dengan judul yang dipaparkan yaitu “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan di SMA Negeri Jogoroto Jombang” Maka pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hal ini didasarkan pada fokus penelitian yang digunakan untuk memperoleh data tentang subjek yang diteliti secara terperinci dan lengkap. Dalam hal ini, penulis bertindak sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis, penafsir data dan sebagai pelapor hasil penelitian. Alasan peneliti memilih rancangan penelitian dengan studi kasus: Pertama, dapat memberikan informasi penting mengenai hubungan antara variabel. Kedua, dapat memberikan kesempatan untuk melakukan wawancara mendalam dan dapat menemukan karakteristik serta hubungan-hubungan yang mungkin tidak diduga sebelumnya. Ketiga, dapat menyajikan data-data dan temuan yang sangat bermanfaat. Untuk memperoleh data penelitian yang diperlukan, peneliti menentukan informan yang akan diwawancarai sebagai sumber data dalam penelitian. Dalam hal ini penetapan informan didasarkan pada beberapa subjek diantaranya 1) Kepala Sekolah, 2) Waka Kehumasan, 3) Waka Kesiswaan, 4) Guru, 5) Guru, 6) Staff, 7) Komite, 8) Wali Murid.

Tabel 1. Informan dalam Penelitian

No	Informan
1	Kepala Sekolah
2	Waka Kehumasan
3	Waka Kesiswaan
4	Guru
5	Staff
6	Komite Sekolah
7	Wali Murid

Metode Pengumpulan Data merupakan langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan dari sebuah penelitian adalah dalam mendapatkan data dari sumber data. Maka sebuah teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai setting sosial dengan memperhatikan berbagai sumber dan berbagai cara yang dianggap sesuai dengan penelitian tersebut. (Sugiyono, 2008: 15)

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di SMA Negeri Jogoroto Jombang, yang tepatnya berada di Jl. Jogoroto Nomor 75B. Kec. Jogototo, Kab. Jombang, Provinsi Jawa Timur. Sekolah tersebut menjadi subjek penelitian yang dipilih peneliti. Sekolah ini dipilih oleh peneliti karena sekolah ini memiliki citra positif dan memiliki sumber daya manusia yang kompeten, profesional dan berkomitmen kuat dalam meningkatkan mutu. Selain itu, SMA Negeri Jogoroto Jombang adalah satu-satunya sekolah yang memiliki program unggulan kelas bahasa yang tidak dimiliki oleh sekolah negeri yang lain berdasarkan dari studi pendahuluan (*grand tour observation*) yang telah peneliti lakukan.

Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan penelitian yang hendak dilakukan maka teknik dalam pengumpulan data yang dibutuhkan pada penelitian ini yakni dengan menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi partisipatif dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan pengamatan dengan melakukan pencatatan, pengambilan gambar maupun video yang dibutuhkan mengenai strategi pemasaran sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang. Kemudian melalui observasi, peneliti mengamati beberapa hal yakni, mengidentifikasi hal-hal yang perlu dilakukan oleh sekolah dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah. Selain itu juga melalui wawancara yang mendalam bertujuan untuk menggali seluruh informasi yang berupa pendapat, pengetahuan dan pengalaman guna memperoleh data secara jelas tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah. Wawancara ini dilakukan kepada kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, guru, staff, siswa, komite sekolah dan juga wali murid. Dan yang terakhir studi dokumentasi dalam penelitian ini, data yang telah diambil oleh peneliti berupa dokumen tertulis dan gambar yang berupa seperti banner, spanduk, foto-foto kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sekolah dan catatan-catatan sekolah tentang kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran jasa layanan pendidikan.

Analisis Data

Analisis data menggunakan model Miles & Huberman, data yang dikumpulkan dan sudah dicek keabsahannya lalu dianalisis dengan cara direduksi kemudian disajikan dan terakhir ditarik kesimpulan. Analisis data penulis melakukan tahapan-tahapan berikut; pertama, pengorganisasian data. Semua data hasil observasi non partisipasi, dokumendokumen dan wawancara yang berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra. Kedua, penentuan sistem kategori koding. Semua data yang direkam dalam catatan lapangan dibaca kembali dan diteliti kemudian diidentifikasi topik liputannya, dikelompokkan ke dalam kategori-kategori. Setiap kategori diberi kode yang menggambarkan ciri atau makna topik. Pengkodean dibuat berdasarkan teknik pengumpulan data, kelompok informan, hasil wawancara, hasil observasi dan dokumentasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Formulasi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang

Hasil penelitian di SMA Negeri Jogoroto Jombang menunjukkan bahwa ada beberapa langkah dalam proses pemasaran pendidikan untuk meningkatkan citra. Upaya yang dilakukan adalah dengan menerapkan formulasi pemasaran. Formulasi pemasaran sering dilakukan dengan menyusun suatu perumusan pemasaran yang berguna untuk membantu mencapai tujuan ini. Pertama-tama, yang dilakukan dalam formulasi pemasaran yaitu dengan menetapkan visi, misi dan tujuan sekolah dengan ini sekolah yang akan memberikan sasaran dan tujuan yang jelas serta kemana arah sekolah ini berjalan. Kedua, menentukan segmentasi pasar yang mana agar visi, misi dan tujuan sekolah selaras dengan harapan masyarakat. Ketiga, menjalankan strategi pembiayaan, yang mana sekolah dalam hal sumbangan pembinaan pendidikan tidak memungut biaya. Keempat, memanfaatkan strategi promosi, dalam hal ini memang pada awalnya SMA Negeri Jogoroto Jombang sudah memiliki nama di masyarakat Jombang namun masih tetap melaksanakan promosi dimana promosi ini dilakukan melalui publikasi kegiatan sekolah menggunakan *platform digital* seperti media sosial. Kemudian dengan memilih lokasi yang strategis, meningkatkan sumber daya manusia, meningkatkan kualitas lulusan,

menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, memberikan pelayanan yang terbaik, dan memperbanyak kerjasama. Tentunya juga sekolah berupaya untuk meningkatkan kualitas siswa sehingga menghasilkan lulusan yang berkualitas terbaik dan meningkatkan citra yang dibutuhkan oleh masyarakat.

B. Implementasi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang

Hasil penelitian di SMA Negeri Jogoroto Jombang bahwa implementasi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah tersebut dalam menuju proses yang lebih baik dari segi peningkatan citra dan kualitas kelembagaan serta dalam upaya menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya, yaitu dengan a) menjalankan kegiatan promosi, b) melaksanakan pembiasaan, c) meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler, c) memperbanyak dan menjalankan segala bentuk kerjasama dengan instansi yang terkait baik dalam negeri maupun luar negeri, d) menunjukkan kualitas lulusan, e) melakukan koordinasi dalam pelaksanaan segala kegiatan, f) menyelenggarakan ajang kompetisi. Selama pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan di SMA Negeri Jogoroto Jombang, yang dilakukan dalam proses penentu keberhasilan untuk meningkatkan citra sekolah adalah sebelum mengimplementasikan suatu rencana perlu dilakukan pengamatan terhadap variabel kinerja seperti apakah telah sesuai dengan kepentingan masyarakat, apakah telah sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan masyarakat, apakah akan ada perubahan pasca pelaksanaan, dan apakah program yang dikembangkan mencapai tujuan atau tidak.

Selanjutnya dengan tujuan meningkatkan citra, keberhasilan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di SMA Negeri Jogoroto tidak lepas dari sumber daya manusia yang berkualitas. Kegagalan-kegagalan yang sering terjadi dalam proses pelaksanaan pemasaran disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah personel yang tidak mencukupi, memadai, atau tidak kompeten dibidangnya. Oleh sebab itu, SMA Negeri Jogoroto Jombang berupaya untuk memenuhi kebutuhan sumber daya dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan (kompeten) dalam implementasi formulasi yang telah dibuat.

C. Evaluasi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang

Hasil dari penelitian di SMA Negeri Jogoroto Jombang dimana dalam pelaksanaan penilaian pemasaran meliputi a) melakukan evaluasi pada setiap sektor kegiatan. b) mengevaluasi hasil belajar siswa. c) melakukan penilaian kepentingan publik. Tujuan utama dilakukannya penilaian kegiatan pemasaran lembaga pendidikan adalah untuk memperoleh informasi yang akurat sejauh mana tujuan yang diharapkan telah tercapai sehingga dapat dilakukan tindakan lebih lanjut.

Berdasarkan teori di atas sesuai dengan hasil temuan di SMA Negeri Jogoroto Jombang bahwa evaluasi pemasaran yang dilakukan di sekolah tersebut merupakan kegiatan pengendalian yang dilakukan di bawah pengendalian mutu pendidikan sebagai bentuk pertanggungjawaban penyelenggara pendidikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, termasuk siswa, lembaga, dan program pendidikan. Dalam hal ini SMA Negeri Jogoroto Jombang dengan tujuan untuk meningkatkan citra institusi pendidikan melakukan penilaian pemasaran dengan tujuan untuk mengetahui efektifitas dan efisiensi sistem pemasaran, baik dari segi maksud dan tujuan, dan mengevaluasi sistem itu sendiri, serta memperbaiki kekurangan yang ada. Evaluasi pemasaran yang dilakukan SMA Negeri Jogoroto Jombang dilakukan pada setiap sektor kegiatan dengan tujuan untuk melakukan perbaikan terhadap kekurangan yang ada. Melakukan evaluasi mengenai produk siswa, evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari pembelajaran yang didapat siswa selama belajar di sekolah apakah mengalami peningkatan atau sebaliknya, serta melakukan tinjauan minat masyarakat terhadap sekolah sebab dengan evaluasi tinjauan masyarakat dapat mengetahui bagaimana tingkatan minat masyarakat setiap tahunnya terhadap sekolah tersebut.

4. SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian dan paparan data tentang pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting yaitu:

1. Formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang

Formulasi yang digunakan oleh SMA Negeri Jogoroto Jombang dalam upaya meningkatkan citra sekolah adalah dengan (a) menetapkan visi, misi dan tujuan sekolah. (b) menentukan segmentasi pasar. (c) menjalankan strategi pembiayaan. (d) memanfaatkan strategi promosi. (e) meningkatkan

- sumber daya manusia. (f) meningkatkan kualitas lulusan. (g) mengadakan sarana prasarana yang memadai. (h) memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat. (i) memperbanyak upaya kerjasama.
2. Implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang
 Dalam upaya meningkatkan citra lembaga pendidikan SMA Negeri Jogoroto Jombang melaksanakan penerapan (a) melaksanakan kegiatan promosi. (b) menyelenggarakan ajang kompetisi. (c) melakukan pembiasaan. d) meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler. (e) menjalankan segala bentuk kerjasama. (f) menunjukkan kualitas lulusan. (g) melaksanakan koordinasi dalam segala kegiatan. Evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang.
 3. Evaluasi pemasaran yang dilakukan sekolah dalam meningkatkan citra sekolah di SMA Negeri Jogoroto Jombang adalah dengan (a) melakukan evaluasi pada setiap sektor kegiatan. (b) mengevaluasi hasil belajar siswa. (c) melakukan penilaian kepentingan publik.

SARAN

Adapun saran dari penelitian ini merujuk pada kesimpulan, yaitu

- (1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan inspirasi bagi lembaga untuk selalu menjaga kehormatan dan citra positif yang sudah didapat dari masyarakat serta tetap berupaya meningkatkan citra lembaga agar senantiasa mendapat respon baik dari masyarakat luar.
- (2) Hendaknya kepala sekolah selalu bekerjasama dengan berbagai elemen masyarakat dan sebaiknya menjalankan perannya sebagai *figure* karismatik dimata masyarakat. Sehingga dapat meningkatkan citra lembaga pendidikan dimata masyarakat.
- (3) Hendaknya waka humas mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam sarana publikasi informasi perkembangan madrasah serta menjalankan tugas pokok dan fungsi bidang kehumasan sesuai dengan tupoksi yang sudah ditetapkan.
- (4) Bagi Komite Sekolah diharapkan lebih meningkatkan kerjasama yang harmonis dengan pihak orang tua/ wali murid untuk meningkatkan citra sekolah

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2003. Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan, Bandung: Alfabeta.
- Miles dan Hubberman, 1992. Analisis Data Kualitatif. Alih Bahasa: Rohidi, TR. Jakarta: Universitas Indonesia
- Moleong, Lexi J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyasa, E, 2014. Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan, Jakarta: Bumi AKsara.
- Nur Kancana P.P.N Sunartana, Wayan, 1986. Evaluasi Pendidikan, Surabaya: Usaha Naional.
- Purwanto dan Atwi Suparman, 1993. Evaluasi Program Diklat, sekolah tinggi ilmu administrasi, Jakarta: lembaga administrasi negara.
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Alfabeth: Bandung.
- Wijaya, David, 2012. Pemasaran Jasa Pendidikan, Jakarta: Salemba Empat.
- Musfiqon, M, 2015. Mendesain Sekolah Unggul, Sidoarjo: Nizamia Learning Center.
- Yusuf Tayipnapiis ,Farida, 2000.Evaluasi Program, Jakarta; Rineka Cipta.