

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data Dan Temuan Penelitian

1. Profil Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan

Madrasah diniyah Al-Hidayah palengaan ini berada dalam pimpinan K. ASYHAR dan juga sebagai pengasuh di pondok pesantren tahfidzul Quran dan sekolah Tahfidz Al-Quran Al-Hidayah ini di pimpin oleh Ustadz Ahmad Noval. Lokasi dari lembaga Al-Hidayah ini terletak di kampung Mor Oloh desa rek-kerrek kecamatan palengaan dan tahun berdirinya tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah ini pada tahun 2018. Dan tahun berdirinya madrasah diniyah Al-hidayah ini pada tahun 1993 Di lembaga Al-Hidayah ini Terdapat 9, kelas, 1 - 6 klas MD. 7 – 9 kelas tahfidz Al-Quran. Untuk tahfidz kelas 7 klas yang hafal 5 juz kebawah, kelas 8 kelas yang hafal 10 juz kebawah, kelas 9 klas yang hafal 10 juz ke atas.

Perkembangan madrasah diniyah Al-Hidayah palengaan ini tidak lepas dari adanya kemauan yang kuat untuk berkembang. Sehingga perkembangan madrasah diniyah Al-Hidayah palengaan memiliki visi yaitu “mencetak Generasi ahlul Quran, trampil Cendekia, dan berakhlakul karimah”. Untuk mencapai visi tersebut Ustadz Ahmad Noval sebagai kepala sekolah menjelaskan misi yang hendak dijalankan, yaitu 1) melakukan suatu pembelajaran secara profesional, menyeluruh, utuh, dan seimbang, 2) melakukan suatu pembelajaran yang sekiranya

mampu memberikan bekal pengetahuan berakhlak mulia, sikap mandiri, terampil. 3) Melakukan suatu pembelajaran Al-Quran yang terpadu, 4) Membangun karakter siswa dan semua warga sekolah secara Islami.

Dengan kemauan dan usaha keras dari pengasuh dan kepala sekolah serta jajaran pengurus madrasah diniyah Al-Hidayah rek-kerrek palengaan ini berkembang dengan sangat baik, baik dari segi mutu pendidikan dan sarana-prasarana pendidikan, di lembaga pendidikan Al-Hidayah ini yang asalnya hanya lembaga yang menampung suatu pembelajaran MD ; TK. TPA. ; TK. PAUD. ; dan sekarang ditambah program tahfidz yang mana program tahfidz ini sudah menjadi bagian dari semua program yang ada di lembaga Al-Hidayah, sebab adanya tahfidz Al-Quran ini di lembaga Al-Hidayah sekarang menjadi pondok pesantren tahfidz Al-Quran karena di lembaga Al-Hidayah ini sebetulnya sudah ada pengasuh (kyai) dan banyak orang tua yang menginginkan anaknya terutama yang tahfidz untuk menetap di madrasah Al-Hidayah jadi diresmikan bahwa di madrasah Al-Hidayah rek-kerrek palengaan pamekasan ini resmi jadi pesantren tahfidz Al-Quran, yang mana pengasuh dari lembaga Al-Hidayah pondok pesantren tahfidzul quran ini K. Mohammad Asyhar dan kepala sekolah tahfidz Al-Quran ini Achmad Noval. Dimadrasah Al-Hidayah tidak cuman mendirikan psantren tahfidz akan tetapi semua sarana-prasarananya termasuk sekolah atau ruangan pembelajarannya madrasah diniyah Al-Hidayah dibangun lebih luas dan juga mendirikan ruang inap santri tahfidz Al-Quran dan yang bukan

santri tahfidz-pun dibuatkan ruang inap. Itu semua tidak lepas dari peran kepala sekolah dalam pemasaran atau pengelolaan tahfidz Al-Quran.¹

2. Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Tahfidz Al-Quran Di Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan.

Peneliti akan mengkaji mengenai peran-peran kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz al-quran. Yang mana mengambil hasil wawancara oleh peneliti dengan Ahmad Noval selaku kepala sekolah Tahfidz Al-Quran.

“peran saya sebagai kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran yaitu sebagai pemimpin dalam melaksanakan pemasaran tahfidz Al-Quran, pemandu proses pemasaran, dan juga sebagai motivator, serta memberi arahan. Dalam pemasaran tahfidz Al-Quran yang melakukannya tidak cuman bawahan saja akan tetapi saya juga terjun langsung untuk memberi motivasi dan juga memberi pemahaman serta menjelaskan tentang keutamaan dalam menghafal Al-Quran terutama di waktu jam belajar tahfidz Al-Quran dan kepada masyarakat di waktu acara imtihan.”²

Dari hasil pengamatan dan dokumentasi yang peneliti lakukan, kepala sekolah berperan sebagai pemimpin, pengarah, pembimbing, motivator.³



¹ Observasi, (4 mei 2021)

² Ahmad Noval, Kepala Sekolah, *Wawancara Langsung* (29 April 2021)

³ Hasil Dokumen, (29 April 2021)

Gambar 4.2 Dokumen bersama kepala sekolah

Hal ini senada dengan hasil wawancara dari Dian Sodri selaku guru atau pembimbing di tingkat tahfidz Al-Quran, yang mana hasil kutipan wawancara sebagai berikut:

“kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran ini sangat berperan dan juga selalu memberi motivasi kepada kami, untuk selalu semangat dalam memasarkan atau mengenalkan tahfidz Al Quran kepada masyarakat, dan juga sering menyampaikan kepada kami untuk selalu meningkatkan hafalan anak-anak dalam hafalan Al-Qurannya.”⁴

Peran kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidzul quran di PP. Tahfid Al-Hidayah Al-Hidayah ini yaitu sebagai pemimpin, motivator, pengarah. Dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwasanya siswa termotivasi pemberian reward yang diberikan langsung oleh kepala sekolah atau guru sebagai tenaga pendidik dan juga mengatur semua program pembelajaran atau program tahunan.

Peranan merupakan bentuk dari perilaku yang mana perilaku itu sangat berharap kepada semua orang yang mana itu untuk bisa melaksanakan fungsi-fungsinya di dalam wadah organisasi yang terdapat sekelompok orang di dalamnya. Dari pernyataan tersebut bisa diketahui bahwasannya peran dan juga fungsi sangat bereratan hubungannya. Adapun contoh semisal lagu yang top yang dibawakan oleh Akhmad Akbar yang mana judulnya judulnya, “Panggung Sandiwara” yang mana bunyi syairnya bahwa didalam dunia ini hanyalah tempat sandiwara

⁴ Dian Sodri, Guru Tahfidz Al-Quran, *Wawancara Langsung* (1 Mei 2021)

(sementara) yang mana semua insan melakukan perannya masing-masing. Demikian juga pada halnya kepala sekolah ataupun juga kepala madrasah yaitu memainkan perannya masing-masing. Tak dapat diragukan lagi sekolah maupun madrasah yang efektif pasti dalam pengelolaan dari kepala sekolahnya ataupun madrasahnyanya itu efektif juga. Dengan apa yang sudah terjadi di lapangan itu semua telah membuktikan bahwa sekolah yang mempunyai kualitas mutu pendidikan yang tinggi pasti kepala sekolahnya dalam melakukan pengelolaan lembaga pendidikannya efektif juga atau sesuai dengan tupoksinya.⁵

Hal ini senada hasil wawancara dengan bapak Mohammad Bahri selaku masyarakat, sebagaimana petikan wawancara darinya sebagai berikut:

“ustadz Noval selaku kepala sekolah di tahfidz ini tidak pernah memberi beban yang sekiranya masyarakat tidak mampu, Contohnya ketika mengadakan acara I’lan tahfidz kepala sekolah tidak menarik sumbangan banyak kepada wali tahfidz akan tetapi diukur dengan wali yang tidak mampu.”⁶

Hal ini senada hasil wawancara dengan Lisa Failatul Qomariyah selaku siswi Tahfidz Al-Quran 30 Juz, sebagaimana petikan wawancara dengannya sebagai berikut:

“saya sendiri pertama yang tertarik untuk masuk ke program tahfidz ini pertama, ketika melihat penampilan siswi di acara wisuda juz Amma pertamanya itu saya langsung tertarik karena saya berfikir dalam hati “kok bisa ia anak kecil seusia dia (lulusan TK. TPA.) bisa menghafal Al-Quran dengan lancar tidak cuman menghafal ayat saja akan tetapi bisa tahu jumlah ayat dalam setiap surah dan bisa menyebutkan bunyi ayat yang ada di setiap surah, saya berpikir, mungkin saya masuk ke program

⁵ Husaini Usman. *Peranan Dan Fungsi Kepala Sekolah Madrasah*, Jurnal Ptk Kik Men vol.3 no. 1 april 2014 2

⁶ Mohammad Bahri, Masyarakat, *Wawancara Langsung* (3 Mei 2021)

tahfidz aja dan menghafal Al-Quran, dia masih kecil udah bisa menghafal Al-Quran apalagi saya insha Allah bisa sampai 30 juz, nah dari itu saya tertarik dan masuk ke program tahfidz Al-Quran di lembaga pendidikan Tahfidz Al-Quran Al-Hidayah ini, terus saya juga termotivasi ketika kepala sekolah memberi motivasi dengan menceritakan perjuangan sahabat ketika dalam proses menghafal Al-Quran, para sahabat dulu pernah menyerah dalam menghafal Al-Quran.⁷

Dari hasil pengamatan dan dokumentasi yang peneliti lakukan, berdasarkan dengan pernyataan dapat diketahui bahwasannya peran kepala sekolah dalam melakukan pemasaran tahfidz Al-Quran yaitu dengan menarik simpati siswi yang lain lewat acara I'lan tahfidz Al-Quran Juz Amma dan sebagai motivasi dan juga sebagai pembimbing.⁸



Gambar 4.5 Dokumen bersama siswi Al-Hidayah

3. Bentuk-Bentuk Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Tahfidz Al-Quran Yang Dilakukan Oleh Kepala Sekolah Di Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan.

Dalam hal ini peneliti akan mengkaji tentang bentuk-bentuk pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz Al-Quran di lembaga

⁷ Lisa Failatul Qomariyah. Siswa Tahfidz Al-Quran 30 Juz, *Wawancara Langsung*, (5 Mei 2021)

⁸ Hasil Dokumen, (5 mei 2021)

pendidikan madrasah diniyah PP. Tahfid Al-Quran Al-Hidayah yang dilakukan oleh kepala sekolah.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti untuk mengetahui apa saja bentuk-bentuk pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah PP. Tahfid Al-Quran Al-Hidayah palengan ini dalam wawancara kepada kepala sekolah Achmad Noval sebagai pemimpin atau yang menjadi peran utama dalam pemasaran tahfidz Al-Quran. Petikan wawancara sebagai berikut :

“kalau bentuk-bentuk pemasaran atau pengenalan yang dilakukan saya pertama saya mengenalkan kepada semua murid di lembaga Al-Hidayah melalui murid yang lulus dari tingkat TK. TPA., kenapa saya mengambil lulusan TK. TPA. ? karena alasan pertama siswi yang lulus dari TK. TPA. Setelahnya nganggur. Maka dari itu mengenalkan kepada semua siswa melalui anak-anak lulusan TK. TPA. Setelah itu pemasaran yang saya lakukan adalah mengadakan wisuda tahfidz Al-Quran 1 Juz, nah dalam melaksanakan wisuda tahfidz Al-Quran 1 Juz saya tidak memungut biaya spesial pun kepada murid tahfidz atau kepada walinya, karena semua pembiayaannya ditanggung saya dan tenaga pembimbing tahfidz pengasuh pun ikut memberi sumbangan atas terlaksananya pertama wisuda tahfidz Al-Quran Juz 1, maka dari terlaksananya acara wisuda tahfidz Al-Quran perdana pada tahun 2018 dengan tanpa dipungut biaya sepesial pun, banyak siswi yang lain atau siswi yang sudah keluar baik dari tingkat TK. TPQ. Atau dari tingkat madrasah diniyah yang tertarik untuk menghafal Al-Quran karena dirinya tidak merasa terbebani terutama dari segi pembiayaan, itu semua kurang lebih berjalan 1 tahun siswi tahfidz tidak dipungut biaya, seterusnya sampai sekarang dimintai sumbangan tapi diukur dengan kemampuan orang tuanya yang paling tidak mampu. Terus bentuk pemasaran yang lain yaitu mengenalkan melalui pengajian dan rapat kubro bersama semua wali murid dan tokoh masyarakat, dan juga melalui brosur yang berupa proposal.”⁹

Hal ini senada dengan hasil wawancara dari Dian Sodri selaku guru atau pembimbing di tingkat tahfidz Al-Quran, sebagaimana petikan wawancara dengan beliau yaitu sebagai berikut:

⁹ Ahmad Noval, Kepala Sekolah, *Wawancara Langsung* (29 April 2021)

“bentuknya ia seperti mengadakan acara itu diantaranya ketika pemberian hadiah atau reward bagi siswi yang mencapai target yang telah ditentukan dan juga karena kemeriahan acara itu banyak siswi Al-Hidayah dan masyarakat tertarik, apalagi dalam pembiayaan acara wisuda Tahfidz ini tidak mahal, itu yang menjadi masyarakat terkesan dan tidak merasa terlalu dibebani dengan pembiayaan.”¹⁰

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa bentuk-bentuk dalam pemasaran yang dilakukan kepala sekolah tahfidz Al-Quran Al-Hidayah ini dengan cara mengadakan acara I’lan tahfidz Al-Quran setiap satu tahun dua kali yang mana acara yang diadakan pertama tidak dipungut biaya. Serta melakukan pemasaran dengan melalui pengajian dan juga brosur.

Dari hasil pengamatan dan dokumentasi yang peneliti lakukan, bentuknya dengan cara mengadakan acara I’lan tahfidz Al-Quran setiap satu tahun dua kali yang mana acara yang diadakan pertama tidak dipungut biaya.¹¹



Gambar 4.6 Dokumen bersama guru tahfidz Al-Hidayah

¹⁰ Dian Sodri, Guru Tahfidz Al-Quran, *Wawancara Langsung* (1 mei 2021)

¹¹ Hasil Dokumen, (1 mei 2021)

Hal ini senada dengan hasil wawancara dari Muhammad Bahri selaku masyarakat, sebagaimana petikan wawancara dengannya yaitu sebagai berikut:

“ia nak aku sangat senang dengan adanya tahfidz disini karena orang yang hafidz itu kan pahalanya sangat besar, apalagi ketika mengadakan acara itu! saya sangat senang murid disini mengaji dengan baik ketika perlombaan itu tidak cuman permainan saja yang dilombakan, karna sebenarnya menurut saya permainan itu kurang bagus, apalagi yang sudah besar-besar itu yang perempuan jangan sampai dikasih lomba lari, karena menurut saya itu kurang pantas dan tidak bagus dilihat orang.”¹²

Hal ini senada dengan hasil wawancara dari Lisa Failatul Qomariyah selaku mahasiswa tahfidz Al-Quran 30 Juz, sebagaimana petikan wawancara dengannya yaitu sebagai berikut:

“kalau dari bentuk pemasaran tahfidz itu yang saya tahu ia itu ketika acara I'lan tahfidz Al-Quran setiap di pertengahan tahun dan akhir tahun, dengan penampilan yang memukau dari peserta I'lan tahfidz Al-Quran membuat siswi yang lain tertarik dan membuat penonton terharu”.¹³

Maka dapat kami simpulkan dengan semua pernyataan diatas bahwasanya bentuk dari pemasaran tahfidz Al-Quran yang dilakukan kepala sekolah di madrasah diniyah Al-Hidayah yaitu dengan mengenalkan kepada murid, mengadakan wisuda I'lan Juz Amma, mengenalkan lewat pengajian, mengenalkan lewat musyawarah, mengenalkan lewat brosur, ini semua adalah bentuk-bentuk dari pemasaran tahfidz Al-Quran yang dilakukan kepala sekolah.

4. Kendala Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Tahfidz Al-Quran Di Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan.

¹² Muhammad Bahri, Masyarakat, *Wawancara Langsung* (3 mei 2021)

¹³ Lisa Failatul Qomariyah. Siswa Tahfidz Al-Quran 30 Juz, *Wawancara Langsung*, (5 Mei 2021)

Dalam hal ini peneliti akan mengkaji tentang kendala-kendala kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz Al-Quran di lembaga pendidikan madrasah diniyah Al-Hidayah yang dilakukan oleh kepala sekolah. Untuk mengetahui kendala kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah palengan ini, hasil wawancara kepada kepala sekolah Achmad Noval sebagai pemimpin atau yang menjadi peran utama dalam pemasaran tahfidz Al-Quran. Petikan wawancara sebagai berikut:

“dalam pemasaran tahfidz Al-Quran ini kendala saya pertama ketika saya mau mengadakan program tahfidz Al-Quran ini saya melakukan rapat bersama para asatidz yaitu para asatidz banyak yang tidak setuju karena menurut pendapat para asatidz di lembaga Al-Hidayah ini sudah banyak program yang sudah berjalan sehingga dikhawatirkan siswanya tidak mampu menjalaninya. Tapi ketika K. Asyhar sebagai pengasuh memberi arahan dan masukan kepada semua para asatidz sehingga para asatidz menyetujui adanya tahfidz Al-Quran di lembaga Al-Hidayah ini. Kendala kedua datang dari wali murid yang ingin masuk ke tahfidz Al-Quran, bahwasanya menurut pendapatnya “apa gunanya perempuan menjadi tahfidz Al-Quran pada akhirnya ujung-ujungnya menjadi tukang masak di dapur”, dengan perkataan itu anaknya yang mau masuk ke tahfidz Al-Quran motivasinya menjadi kurang. Kendala yang ketiga yaitu dari masyarakat, “masyarakat bilang kok mau mengadakan tahfidz di Al-Hidayah emang pengasuhnya hafal Al-Quran atau emang Ahmad Naufal hafal Al-Quran, emang boleh seorang perempuan membaca Al-Quran ketika dalam keadaan hadats, nanti kalau seumpamanya siswinya ada yang hafal 30 juz sanadnya mau ngambil dari siapa, disana kan pengasuhnya atau kepala sekolahnya dan tenaga pendidik yang lain gak ada yang hafal Al-Quran. Maka dengan perkataan masyarakat yang demikian itu bisa penghambat dalam pemasaran tahfidz Al-Quran, dengan perkataan itu terbukti siswi banyak yang berhenti yang telah terdaftar Tahfidz Al-Quran dan sudah lumayan banyak hafalannya yang rumahnya dekat dengan rumah masyarakat yang berpendapat negatif itu, tapi saya hiraukan dan saya jadikan motivasi buat saya atas pendapat orang yang seperti itu karena menurut saya itu kurangnya pemahaman dan pengetahuan baginya.”¹⁴

¹⁴ Ahmad Noval, Kepala Sekolah, *Wawancara Langsung* (29 April 2021)

Hal ini senada dengan hasil wawancara dari Dian Sodri selaku guru atau pembimbing di tingkat tahfidz Al-Quran, sebagaimana petikan wawancara dengan beliau yaitu sebagai berikut:

“kalau kendala dalam pemasaran tahfidz itu menurut saya sebagian guru yang mempunyai tugas untuk melaksanakan acara I’lan tahfidz Al-Quran setiap tahun dua kali sebagian guru madrasah diniah tidak kompak dalam melaksanakan acara i’lan tahfidz Al-Quran sehingga acara I’lan tahfidz Al-Quran bagi masyarakat kurang memuaskan contohnya dari sarana prasarana yang harus dipersiapkan di acara I’lan (kursi, terop).”¹⁵

Berdasarkan dengan pernyataan tersebut bahwa kendala yang dialami kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran yaitu kendalanya pertama dari guru atau tenaga pendidik ketika mengadakan rapat, terus kendala yang kedua yaitu dari wali murid tahfidz yang memberikan pemahaman yang kurang terhadap anaknya, selanjutnya dari masyarakat yang mengatakan hal yang membuat orang lain dan siswi Al-Hidayah kurang minat atas program tahfidz Al-Quran.

Hasil wawancara dari Muhammad Bahri selaku masyarakat, sebagaimana petikan wawancara dengannya yaitu sebagai berikut:

“kendala dari pemasaran tahfidz itu saya kurang tau nak soalnya kan saya tidak berkecimpung di dalam pemasaran itu, cuman yang saya tau saya sebagai warga yang dekat dengan sekolah Al-Hidayah ketika mengadakan acara banyak ustadz dan wali murid yang tidak membantu pekerjaan persiapan acara itu karena sewaktu mempersiapkan acara saya Alhamdulillah selalu bantu-bantu persiapan acara. Yang paling sering saya lihat itu ea kepala sekolah (Ahmad Naufal) yang sering ngelakuin biasanya bersama ustadz Dian Sodri dan ustadz Moh. Zainul Hasan ea kadang ustadz Mohammad syakur.”¹⁶

¹⁵ Dian Sodri, Guru Tahfidz Al-Quran, *Wawancara Langsung* (1 mei 2021)

¹⁶ Mohammad Bahri, Masyarakat, *Wawancara Langsung* (3 mei 2021)

Dari hasil pengamatan dan dokumentasi yang peneliti melakukan, kendala kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran di madrasah dinyah Al-Hidayah Ini datang dari masyarakat, wali murid, dan guru sendiri.¹⁷



Gambar 4.6 Dokumentasi bersama masyarakat

Hasil wawancara dengan Lisa Failatul Qomariyah selaku siswi tahfidz Al-Quran 30 Juz, sebagaimana petikan wawancara dengannya yaitu sebagai berikut:

“kalau dari kendala dalam pemasaran tahfidz Al-Quran ini saya kurang tahu, cuman yang saya tahu mungkin kepala sekolah dan guru awal mengadakan tahfidz kesulitan dalam menentukan waktu program tahfidz karena terkadang programnya benturan dengan program madrasah yang lain terutama ketika ujian semesteran, program tahfidz ini harus diliburkan karena waktu jam setoran tahfidz diganti dengan program ujian.”¹⁸

Dapat kami simpulkan atas pernyataan diatas bahwa kendala yang dialami kepala sekolah yaitu kurangnya kekompakan semua tenaga pendidik artinya tidak semuanya bekerja dalam melengkapi kebutuhan acara terutamanya, dan sulitnya untuk menentukan waktu program

¹⁷ Hasil Dokumen, (3 mei 2021)

¹⁸ Lisa Failatul Qomariyah. Siswa Tahfidz Al-Quran 30 Juz, *Wawancara Langsung*, (5 Mei 2021)

tahfidz di awal permulaan adanya tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah.

B. Pembahasan

Berikut ini di madrasah diniyah Al-Hidayah palengan peneliti menemukan temuan penelitian dari hasil wawancara, observasi dokumen :

1. Peran Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Tahfidz Al-Quran Di Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan

a. Memimpin dalam melaksanakan pemasaran tahfidz.

Dalam lembaga pendidikan kepala sekolah sebagai pemimpin utama yaitu memiliki kekuatan yang merupakan kewenangan dan juga kekuasaan, serta memiliki keahlian dalam mengatur atau mengelola dan mengembangkan bawahan sebagai stafnya, (guru dan juga karyawan secara profesional) dan sekolah dalam hal ini sebagai pemberi layanan kepada pelanggan lewat tenaga administrasi sekolah. Kepala sekolah adalah pemimpin pendidikan yang yang mana mempunyai hak untuk menentukan sebuah kebijakan di sekolah.¹⁹ Kepala sekolah sebagai pemimpin harus membawa lembaga yang dikelolanya kedalam suatu kesuksesan sesuai dengan tujuan sekolah dalam kata lain visi-misi sekolah, dalam hal ini kepala sekolah sebagai pemimpin atau pengelola harus memberikan layanan yang prima atau layanan yang lebih baik dan juga memprogram tahfidz atau memenej tahfidz sesuai dengan fungsi

¹⁹ Abdullah Munir, *Menjadi Kepala Sekolah Efektif* (Jogjakarta: Ar-Ruz Media, 2008), 62

manajemen, dalam pelayanan kepala sekolah atau tenaga administrasi sekolah sangatlah penting agar pelanggan puas ketika menggunakan jasa atau produk sekolah.

Barata berpendapat mengenai hal ini bahwa kepala sekolah sangat berperan dalam memberi layanan yang lebih baik. Layanan *Service Excellent* termasuk layanan yang istimewa, dan Barata mengertikan akan layanan ini, sebagai bentuk rasa tanggung jawab peduli terhadap konsumen dengan cara melayani dengan layanan yang lebih baik agar konsumen terfasilitasi semua kebutuhan konsumen sehingga konsumen menjadi puas akan layanan dan selalu setia dalam menjadi pelanggan. Abdussamad juga meneliti tentang hal ini yang berpendapat dalam pelayanan yang terbaik harus memiliki standar yang jelas yang diantaranya jangka waktu, dan pembiayaan yang jelas atau yang memadai agar pelayanan lembaga tercipta dengan teratur dengan mengadakan sistem standarisasi pelayanan mulai dari input, sampai dengan output pelayanan.²⁰

Manajemen program tahfidz adalah suatu proses perencanaan, dan pengorganisasian SDM.-nya yang mana itu dilakukan kepala sekolah, melalui pembagian kerja untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan dalam mengimplementasikan suatu kebijakan, dalam jangka waktu yang lama dan melibatkan

²⁰ Tri Yuliani dan. Muhammad Kristiawan. *Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Membina Kompetensi Sosial (Pelayanan Prima) Tenaga Administrasi Sekolah*, Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan, Volume 1, No. 2, Juli, Desember, 2016, 127

sekelompok orang dalam organisasi di dalam sekolah atau lembaga pendidikan dan layanan dari kepala sekolah atau tenaga administrasi sangatlah penting agar konsumen merasakan kepuasan dari layanan yang diberikan. Dalam lembaga pendidikan yang mengelola program tahfidz Al-Quran pasti menggunakan fungsi manajemen adapun fungsinya yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memotivasi, mengawasi dan mengevaluasi.

Perencanaan adalah suatu proses yang sistematis dalam mengambil suatu keputusan tentang semua tindakan yang akan dilakukan pada waktu yang mendatang. Disebut sistematis karena perencanaan dilakukan dengan memakai prinsip-prinsip tertentu. Prinsip tersebut mencakup semua proses dalam mengambil keputusan, penggunaan pengetahuan dan juga menggunakan teknik secara ilmiah, serta merencanakan tindakan atau kegiatan yang terorganisir atau terencana.

Pengorganisasian program pendidikan merupakan suatu usaha mengintegrasikan semua manusia kedalam suatu kesatuan untuk melaksanakan suatu kegiatan yang telah direncanakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, pengorganisasian merupakan proses-proses kegiatan manajer untuk membuat organisasi yang telah diberi tugas untuk melakukan perencanaan yang sudah diterapkan guna mencapai tujuan suatu kelompok. Adapun tujuannya dari suatu pengorganisasian yaitu

membantu sekelompok orang untuk bekerja sama secara efektif dan efisien dalam suatu organisasi.

Motivating atau disebut pemotivasian yaitu dapat diartikan upaya pimpinan untuk menggerakkan (memotivasi) orang atau kelompok organisasi yang dipimpin dengan menumbuhkan dorongan sehingga dalam diri orang yang dipimpin untuk melaksanakan tugas yang diberikan kepada pemimpin sesuai yang direncanakan dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi. Dorongan atau motivasi itu sudah ada dalam diri seseorang, sedangkan upaya untuk menggerakkan dorongan (motivasi) harus sering dilakukan oleh pihak lain selain dirinya.

Tujuan motivasi terbagi dua tujuan, tujuan umum dan tujuan khusus, adapun tujuan khusus merupakan tumbuhnya motivasi terhadap diri seseorang atau organisasi untuk melaksanakan tugas atau sebuah kegiatan dalam upaya mencapai suatu tujuan organisasi; dan keinginan serta harapan pada diri orang yang telah dimotivasi sehingga orang diberi motivasi dapat melakukan keinginannya sebagaimana yang telah dikehendaki oleh motivator.

Pengawasan sering juga orang menyebutnya pengendalian arti pengawasan sendiri adalah mengadakan pemantauan atau mengoreksi sehingga bawahannya dapat melaksanakan tugas dengan benar sesuai dengan tujuan sebelumnya. Dalam adanya pengawasan dapat mengendalikan, mengukur atau memperbaiki

terhadap semua pelaksanaan kerja karyawan, agar perencanaan yang telah dibuat mencapai sebuah tujuan perusahaan yang telah diselenggarakan.

Adapun langkah-langkah pokok dari pengawasan atau pengendalian menurut pendapat Sudjana sebagai berikut : 1) Menetapkan tolak ukur atas hasil dari pencapaian tujuan dan semua kegiatan semua itu untuk mencapai tujuan; 2) Mengukur kegiatan pelaksana dalam berjalannya kegiatan; 3) Membandingkan atau menampilkan pelaksanaan dengan tolak ukur yang ditetapkan bersama; 4) Memperbaiki semua kegiatan, apabila kegiatan itu dipandang perlu memperbaikinya, sehingga kegiatan yang dilaksanakan itu sesuai dengan perencanaan.

Evaluasi berasal dari kata evaluation. Kata tersebut diserap ke dalam suatu perbendaharaan dalam istilah bahasa Indonesia tujuannya untuk mempertahankan kata aslinya dengan sedikit menyesuaikan dengan lafal Indonesia menjadi “evaluasi”. Evaluasi adalah kegiatan dalam mengumpulkan suatu informasi tentang apa yang telah dikerjakan, yang mana selanjutnya untuk menentukan cara yang tepat dalam pengambilan keputusan yaitu melalui informasi yang dalam suatu permasalahan. Makna dari evaluasi program itu sendiri yang telah dikemukakan oleh Ralph Tyler, yang mana telah mengatakan bahwa evaluasi program merupakan proses untuk mengetahui tujuan pendidikan yang telah terealisasi. Sedangkan menurut pendapat Cronbach dan Stufflebean yang dikutip

Arikunto dan Cepi Safruddin evaluasi program merupakan upaya untuk menyediakan suatu informasi untuk disampaikan kepada orang yang mengambil suatu keputusan.²¹

Selain kepala sekolah sebagai pemimpin dalam sebuah lembaga juga kepala sebagai pemberi motivasi terhadap staf bawahannya apa lagi kepada guru sebagai tenaga pendidik di tingkat tahfidz Al-Quran dan siswi yang sedang menjalani proses menghafal Al-Quran, diantara motivasi yang diberikan oleh kepala sekolah kepada santri tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah seperti halnya diceritakan kisah-kisah para penghafal Quran, manfaat-manfaat dalam menghafal Al-Quran, keutamaan dalam membaca dan menghafal Al-Quran, dan lain sebagainya. Adapun sebagian santri yang mendapatkan motivasi khusus dari kepala sekolah yaitu santri yang memiliki masalah atau keluhan dalam pembelajaran Tahfidz Al-Quran atau keluhan yang lainnya. Selain itu motivasi yang diberikan kepada santri oleh kepala sekolah yaitu melalui reward. Sementara motivasi yang diberikan oleh kepala sekolah kepada ustadz atau ustadzah yaitu memberikan motivasi secara ukhrawi dijelaskan bahwasannya orang yang mengajar Al-Quran itu adalah panggilan hati juga memberi semangat untuk bisa membangkitkan semangat dari ustadz atau ustadzah yang mengajar tahfidz Al-Quran. Adapun ustadz atau ustadzah yang sering diberikan motivasi yaitu yang sering tidak aktif dalam mengajar.

²¹ Yaya Suryana. *Manajemen Program Tahfidz Al-Quran*, Jurnal Iseita, Vol. 3, No. 2, 2018, 223-224

Adanya pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan Islam trasa sangat penting. Kepala sekolah sebagai pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan yaitu contoh yang paling utama yang kelakuan baiknya sangat diharapkan banyak orang, terutama karyawan atau bawahan, tujuannya supaya bisa memberi motivasi dan meningkatkan madrasah atau sekolahnya sebagai lembaga pendidikan yang rahmatan lil'alamin.²² Kepala sekolah dalam sebuah lembaga pendidikan memegang peranan penting dan juga kepala sekolah sebagai salah satu penentu maju mundurnya suatu lembaga pendidikan dan kepala sekolah juga harus bisa memandu peningkatan prestasi sekolah dan pengembangan sekolah. Adapun kompetensi kepala yang wajib dimiliki yaitu diantaranya pribadi yang baik, pengelolaan yang baik dan cerdas, memiliki kewirausahaan yang cerdas, supervisi dan kompetensi sosial dari semua kompetensi itu salah satunya wajib dimiliki.

Menurut undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan Nasional, Pasal 39 menyatakan bahwa Tenaga kependidikan mempunyai tugas untuk melaksanakan administrasi, pengembangan, pengawasan, pengelolaan, dan pelayanan teknis semua itu tiada lain untuk menunjang proses pendidikan pada satuan pendidikan. Istilah kepemimpinan yaitu bukan merupakan istilah baru bagi masyarakat. Di Semua organisasi pasti ditemukan adanya organisasi. Ditemukan seorang pemimpin yang menjalankan

²² Nurul Hidayah. *Kepemimpinan Visioner Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), 15

organisasi itu sendiri.²³ Kepala Sekolah diantaranya sebagai salah satu unsur tenaga kependidikan sekaligus juga sebagai pemimpin yang mempunyai tanggung jawab untuk melaksanakan penyelenggaraan pendidikan di sekolah yang mana sudah ditegaskan melalui Peraturan-peraturan Pemerintah no. 28, pasal 12 ayat 1 tahun 1990, menyatakan bahwasanya “Kepala sekolah bertanggung jawab atas penyelenggaraan kegiatan pendidikan sekolah, pembinaan tenaga kependidikan lainnya, administrasi sekolah, dan pendayagunaan serta pemeliharaan sarana dan prasarana yang ada di sekolah untuk menunjang kebutuhan sekolah”. Terkait dari fungsi manajerial yang harus dimiliki kepala sekolah, menurut Mulyasa, kepala sekolah harus melaksanakan manajemen pendidikan yakni sebagai rangkaian kegiatan-kegiatan bersama atau keseluruhan pengendalian usaha semua itu atas kerjasama sekelompok orang dalam mencapai tujuan pendidikan.²⁴

Dalam hal ini peran kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran di lembaga pendidikan madrasah diniyah Al-Hidayah ini harusnya dalam melakukan pemasaran dengan cara menyesuaikan dengan fungsi-fungsi manajemen karena jika tidak memakai manajemen maka pengelolaan atau pemasaran itu tidak akan berjalan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan.

²³ Din Wahyudi. *Manajemen Kurikulum*, (bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014) 194

²⁴ Mustopa Yusup. *Peran Kepala Sekolah Sebagai Pemimpin Pembelajaran*, Jurnal, Manajer Pendidikan, Vol 9, No 1, 2015, 95-100

Pengertian menghafal menurut Abdul Aziz dan juga menurut pendapat Abdul Rauf menyatakan bahawa orang yang menghafal berarti melakukan proses dalam pengulangan dalam segala sesuatu yang telah dihafalnya, baik mengulanginya itu dengan cara melihat sesuatu yang dihafal atau dengan cara mendengarkannya, segala sesuatu yang sering diulang pasti akan lebih baik, baik dari segi kuat dalam ingatan dan baik dalam pekerjaan. Ibnu Madzkur berpendapat tentang orang yang menghafal, bahwasannya orang yang selalu tekun dalam pekerjaannya berarti orang tersebut termasuk orang yang sedang menghafal. Segala sesuatu yang dimasukkan ke dalam fikiran seseorang itu dinamakan menghafal yang mana menghafal ini memiliki pengertian berusaha supaya selalu teringat atas apa yang dihafalkan. Pengertian hafalan dalam Al-Quran para ulamak berbeda-beda pendapat. Menurut pendapat imam Syafi'i, lafadz al-Qur'an itu bukan musytaq, yang artinya yaitu bukan pecahan dari akar sebuah kata manapun dan juga bukan pula berhamzah, dan juga ditengahnya tanpa ada tambahan huruf hamzah, sehingga dengan cara membacanya tidak dibaca "a". maka demikian yang telah disampaikan oleh imam syafi'i bahawa lafadz itu sudah biasa dipakai dalam asma Allah yang mana Al-Quran telah diturun kepada nabi Muhammad shallallahu'alaihi wasallam melalui malaikat jibril. Imam syafi'i berpendapat bahawa Al-Quran bukan berasal dari qara-a, adapun arti dari qa-ra-a tersebut yaitu membaca. Menurut pendapat imam syafi'i kalau Al-Quran berasal dari qa-ra-a yang

mana mempunyai arti membaca, maka segala sesuatu yang pada dasarnya membaca juga disebut Al-Quran, hal itu tidak etis atau demikian tidak masuk akal kalau segala sesuatu itu termasuk Al-Quran dan itu mustahil karena Al-Quran adalah panutan bagi kaum muslimin.

Manna' Khalil berpendapat tentang Al-Quran bahwasanya Al-Quran asalnya dari qara-a yang mempunyai arti mengumpulkan, yang mempunyai arti mengumpulkan huruf-huruf, dan kalimat dengan kalimat yang lain sehingga tersusun dengan baik yaitu lafadz qara-a. Al-Qattan juga berpendapat bahwa pengertian Al-Quran secara ilmu nahwu yaitu bentuk masdar dari kata qa-ra-a yang mana artinya dibaca (al-Qattan). Pengertian Al-Quran menurut Rosihan Anwar berpendapat bahwa Al-Quran yaitu merupakan kitab yang Allah turunkan kepada nabi pilihannya yaitu nabi Muhammad sallallahu alaihi wasallam yang mana Al-Quran ini ditulis di dalam mushaf dan diriwayatkan secara bergilir atau terus menerus tanpa adanya keraguan dari orang yang meriwayatkannya dan Al-Quran ini diturunkan melalui malaikat jibril dengan firmanNya (Allah) dan Al-Quran ini termasuk mukjizat Allah, yang paling agung yang telah diturunkan kepada nabi Muhammad sallallahu alaihi wasallam nabi yang paling agung. Menurut pendapat Hasbi Ash Shiddieqy Al-Quran adalah firman Allah yang diturunkan kepada nabi yullah nabi Muhammad sallallahu 'alaihi wasallam lewat malaikat jibril

disampaikan secara lisan oleh malaikat jibril dan juga diriwayatkan sampai kepada kita semua secara mutawatir.

Dari pemaparan tentang pengertian Al-Quran diatas bahwa dalam menghafal alQuran dapat kami simpulkan yaitu orang yang memasukkan sesuatu kedalam pikiran (menghafal) sehingga orang itu bisa mengungkapkan tanpa melihat tulisan yang telah dihafal atau bisa membacanya dengan baik dan sempurna tanpa melihat tulisan. Tujuannya menghafal Al-Quran itu agar Al-Quran terjaga dan menjaganya oleh diri kita serta menjaga kemurnian dari Al-Quran, adapun penyebab orang menghafal Al-Quran yaitu supaya tidak ada orang yang memalsukan Al-Quran dan juga supaya kita tidak lupa akan Al-Quran bahwa Al-Quran adalah panutan yang kita harus ikuti. Seseorang yang sedang melakukan proses menghafal Al-Quran disebut hafidz. Adapun pengertian ini mengandung dua unsur pokok diantaranya :

- 1) Seseorang yang sedang melakukan proses menghafal Al-Quran kemudian orang tersebut bisa melafalkannya sesuai dengan hukum-hukum tajwidnya maka orang tersebut dinamakan hafidz
- 2) Seseorang yang menghafal Al-Quran dianjurkan untuk membiasakan diri untuk selalu mengulang-ngulang Al-Quran yang telah dihafalnya supaya dalam hafalan tersebut tidak

hilang, karena biasanya Al-Quran yang telah dihafal tanpa mengulang-ngulang maka mudah hilang atau lupa.²⁵

Apabila orang yang telah menghafal Al-Quran dan tidak membacanya atau mengulanginya maka orang tersebut tidak dinamakan hafidz Quran atau orang yang menghafal Al-Quran, karena orang yang demikian tidak menjaganya secara terus menerus atas hafalannya.

b. Motivator

Kepala sekolah sebagai peran utama dalam fungsi pengelola kurikulum harus bisa dapat menumbuhkan motivasi siswa agar siswa menjadi lebih semangat dalam meraih cita-cita dan juga lebih meningkatkan kemampuannya. Menurut Sanjaya, motivasi yaitu sebuah dorongan yang dapat menumbuhkan perilaku tertentu dan terarah kepada suatu tujuan yang dituju.²⁶ Berpikir seorang juara maka anda akan menjadi juara. Begitulah kata bobby deporter dalam bukunya *Quantum learning*. Berpikir positif maka akan melahirkan generasi atau akan menjadikan positif, sedang orang yang mempunyai keyakinan yang positif akan mengantarkan dirinya ke fase kehidupan yang lebih baik, yang dahulunya hambatan menjadi kendala dengan pemikiran yang positif maka akan menjadi peluang sehingga apapun hambatan yang menghadang tidak akan

²⁵ Siti Rohmatillah. *Manajemen Kurikulum Program Tahfidz Al-Qur'an*, JPII Vol 3, No 1, Oktober 2018 109-110

²⁶ Din Wahyudi. *Manajemen Kurikulum*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014) 115

meruntuhkan mental mereka untuk menjadi yang terbaik daripada yang terbaik.²⁷

Orang tua siswa adalah di antara pengguna atau pemakai yang pertama, dalam pendidikan anaknya orang tua memiliki peran yang sangat penting, untuk pengambilan keputusan orang tua sangat berpengaruh bagi siswa, lebih-lebih terhadap murid sekolah di tingkat sekolah dasar (SD) sederajat. Maka dari itu kepada semua manajer di dalam pendidikan alangkah baiknya melayani orang tua siswa sebagaimana konsumen yang mempunyai pengaruh dalam pengambilan keputusan agar bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan dan juga keinginan semua orang tua siswa. Adapun kebutuhan orang tua siswa yaitu berupa hal yang sepantasnya diperhatikan agar kebutuhan orang tua siswa bisa meningkatkan kualitas dan efektivitas sekolah yang telah dituju dan juga bisa menjadi meningkat dalam sebuah tujuan sekolah (visi-misi sekolah). Nasib menyatakan bahwasanya jika dalam instansi atau perusahaan bisa membuat pelanggan puas terhadap konsumennya maka instansi atau pun juga lembaga pendidikan itu secara tidak langsung akan memperoleh keuntungan yang sangat tinggi dalam memberikan biaya terhadap pengeluaran instansi, maupun juga dalam pengeluaran lembaga pendidikan dan juga agar memakmurkan pihak pemakai kepentingan lembaga pendidikan atau yang memiliki tugas di perusahaan itu sendiri dalam kata lain Stakeholder. Pengertian di

²⁷ Ibid. 117

dalam kepuasan konsumen yaitu berupa salah satu tolak ukur yang sangat unggul di dalam mempromosikan kualitas sekolah pada masa yang akan datang. Kepuasan pelanggan yaitu bisa diartikan bahwa pelanggan dalam melakukan penilaian terhadap kualitas dan kuantitas sekolah atau konsumen sesudah membeli barang ataupun produk, produk merupakan termasuk penilaian yang telah dirasakan pelanggan atau konsumen antara kualitas produk jasa ataupun juga barang ataupun menentukan jasa apakah sudah bisa membuat puas terhadap konsumen ataupun lebih bisa dari apa yang sudah diharapkan konsumen dari sebelum berlangganan jasa maupun barang. Jika hasil produk ataupun jasa tidak memberikan kesan yang baik kepada pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan, hal yang demikian menumbuhkan rasa tidak puas terhadap konsumen atas pelayanan. tapi demikian jika pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan atau bahkan juga mampu melebihi apa yang diharapkan maka konsumen akan terus menerus untuk menjadi pelanggan setia, karena itu termasuk kepuasan konsumen dari pelayanan instansi atau lembaga pendidikan. Puas dalam arti yaitu termasuk pelayanan perusahaan memberikan manfaat terhadap konsumen dari hasil produk ataupun jasa pendidikan yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen atau pelanggan. Kualitas jasa yaitu termasuk sesuai dengan apa yang menjadi persyaratan konsumen. agar produk bisa dikendalikan maka dibutuhkan adanya penilaian terhadap kerja produk, adapun lima unsur dari pengukuran sebagai

cara dalam melakukan penilaian jasa atau produk untuk menentukan sebuah kualitas produk itu sendiri, adapun menentukan kualitas jasa antara lain sebagai berikut :

- 1) Reliability ataupun keandalan
- 2) Responsiveness ataupun ketanggapan
- 3) Assurance, ataupun terjamin
- 4) Empathy, ataupun empati dan
- 5) Tangible, keberwujudan

Unsur-unsur di atas termasuk contoh dalam melakukan penilaian terhadap kepuasan konsumen.

Dalam membahas kepuasan orang tua siswa dan juga kualitas pendidikan, tidak akan terhindar dari peran seorang tenaga pendidik. Sebagai seseorang yang bertatap muka langsung terhadap siswa, tenaga kependidikan yang mempunyai semangat dan mempunyai motivasi tinggi terhadap dirinya, maka siswa akan memberikan nilai yang positif atau yang baik yang siap menyampaikan terhadap orang tuanya. Sebab adanya motivasi yang dimiliki guru atau motivasi tenaga pendidik sendiri dalam pekerjaannya sangat perlu lebih memperhatikan agar orang tua siswa puas akan layanan atau produk yang dipasarkan oleh lembaga pendidikan. Schneider berpendapat dengan pengertian yang demikian bahwasanya pengalaman positif yang dirasakan oleh karyawan itu mengakibatkan bertambahnya

kepuasan yang telah dirasakan oleh karyawan sesuai dengan layanan yang diinginkan. Kepemimpinan di dalam suatu pendidikan menurut pendapat wirawan adalah sebuah proses dari seorang manajer dalam suatu lembaga pendidikan yang mana didalamnya untuk mempengaruhi siswa serta semua tenaga kependidikan dan pendidik juga menciptakan semangat kerja supaya pendidikan tercapai sesuai dengan tujuan sekolah. Adapun pengertian dari motivasi yaitu memulai suatu proses dikarenakan tidak seimbangnnya pemikiran seseorang yang memiliki kebutuhan yang menjadi penyebab orang itu termotivasi atau bisa menyebabkan pengarahannya atas kelakuannya agar bisa memiliki poin yang sudah dituju. Adapun cara yang dipakai dalam penilaian motivasi diantaranya yaitu pendapat dari Abraham Maslow merupakan teori Hirarki yang mana menurut pendapatnya kepala sekolah sebagai pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan juga sebagai motivator terhadap semua bawahan, antara lain guru. Visi kepala sekolah dalam sebuah lembaga pendidikan akan sangat berpengaruh terhadap tenaga pendidik untuk memotivasi dirinya, sebab adanya visi dari kepala sekolah dalam sebuah lembaga pendidikan akan membangun tujuan guru dalam pendidikan secara pribadi dan juga seluruh cita-cita yang mana semuanya itu agar dimasa yang akan datang dirinya menjadi lebih baik dari pada sebelumnya. Untuk lebih meningkatkan semangat guru dalam kerjanya banyak pertimbangan yang dilakukan, termasuk dalam dukungan dari seorang kepala sekolah

terhadap karyawannya yang telah berpengalaman dan mempunyai prestasi dan juga pengembangan diri sendiri yang sekiranya bisa membantu agar persaingan lebih meningkat serta motivasi dan juga keaktifan dalam pekerjaan seorang karyawan. Wirawan berpendapat bahwa kepemimpinan dalam pendidikan itu adalah termasuk proses bagi pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan yaitu kepala sekolah supaya bisa mempengaruhi siswa serta orang-orang yang membutuhkan jasa pendidikan serta untuk menciptakan semangat kerja agar tujuan pendidikan tercapai.

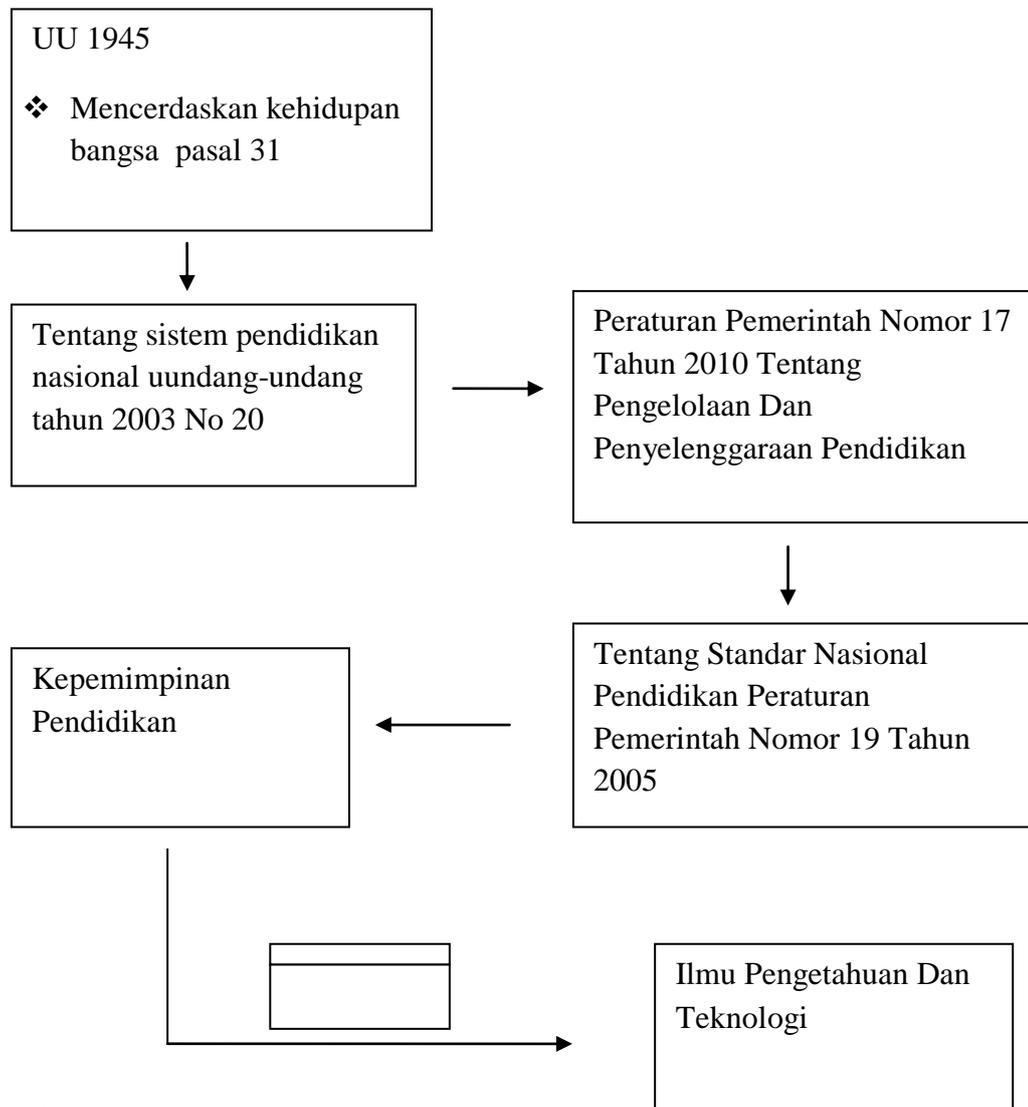
Sesuai dengan ISO 2000 kualitas pelayanan mengertikan kualitas produk baik itu berupa barang maupun jasa yang bisa mempengaruhi kelebihan produk itu sendiri yaitu termasuk karakteristik dari semua kebutuhan konsumen dalam memberi kepuasan akan layanan yang lebih baik atau yang prima. Fajar menyatakan bahwasanya produk yang memiliki keistimewaan kualitas yang baik yang bisa memenuhi kebutuhan para konsumen, sehingga konsumen akan merasakan kepuasan atas pelayanan terhadap produk yang dipakainya, hal itu termasuk pengimplementasian kualitas dari kinerja atau kualitas produk, yang mana itu semua menjadi hal paling penting bagi perusahaan dalam strateginya untuk mendapatkan keunggulan secara terus menerus, dan hal itu akan menjadi sebuah strategi untuk selalu berkembang. Apabila suatu jasa atau produk mempunyai keunikan maka itu termasuk keunggulan dari jasa atau produk itu sendiri, apakah

keunikah keunikan itu sudah mampu membuat para konsumen menjadi puas atau tidak, itu tergantung dari kualitas dan keistimewaan dari keunikan atas jasa atau produk itu sendiri. Supranto mengemukakan bahwa *Service Quality* termasuk pengukuran dari penilaian kualitas jasa, yang mana *Service Quality* mempunyai 21 atribut. Parasuraman, Zethaml dan Berry telah mengembangkan model Skala ini.²⁸ Berdasarkan dari kutipan tersebut bahwasanya peran kepala sekolah dalam memberika pelayanan yang prima atau pelayanan yang lebih baik terhadap konsumennya maka kepala sekolah harus membuat produk atau jasa yang dimilikinya mempunyai keunikan dan kualitas yang bisa menarik simpati atau bisa memuaskan pelanggan dari jasa maupun produk itu sendiri.

Kepemimpinan Pendidikan diatas sudah disampaikan oleh Wirawan yang mana menyatakan bahwasannya pemimpin di dalam dunia Pendidikan prosesnya yaitu akan memberikan pengaruh terhadap siswa dan juga kepada seseorang yang membutuhkan jasa dalam lembaga pendidikan ataupun juga sekolah maupun madrasah. Kepala sekolah sebagai pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan. Adapun karakteristik yang lain dari seorang kepala sekolah sebagai pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan menurutnya kepala sekolah dalam pendidikan adalah standar

²⁸ Tika Nirmala Sari, Muhammad Novan Prasetya . *Dapatkah Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Guru Dan Kualitas Pelayanan Pendidikan Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa*, Jurnal EduTech Vol. 6, No. 1, Maret ,2020, 90

pendidikan dan undang-undang yang telah menetapkan pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan. Gambar dibawah ini akan menunjukkan dasar-dasar kepemimpinan dalam lembaga pendidikan.



Dokumen 4.7 Kerangka Dasar Kepemimpinan Pendidikan²⁹

Indikator untuk menentukan standar kepemimpinan dalam pendidikan atau dimensi dalam model-model kepemimpinan kepala sekolah. Model kepemimpinan pendidikan diantara salah satunya yang telah diungkapkan oleh Asosiasi kepemimpinan kepala sekolah

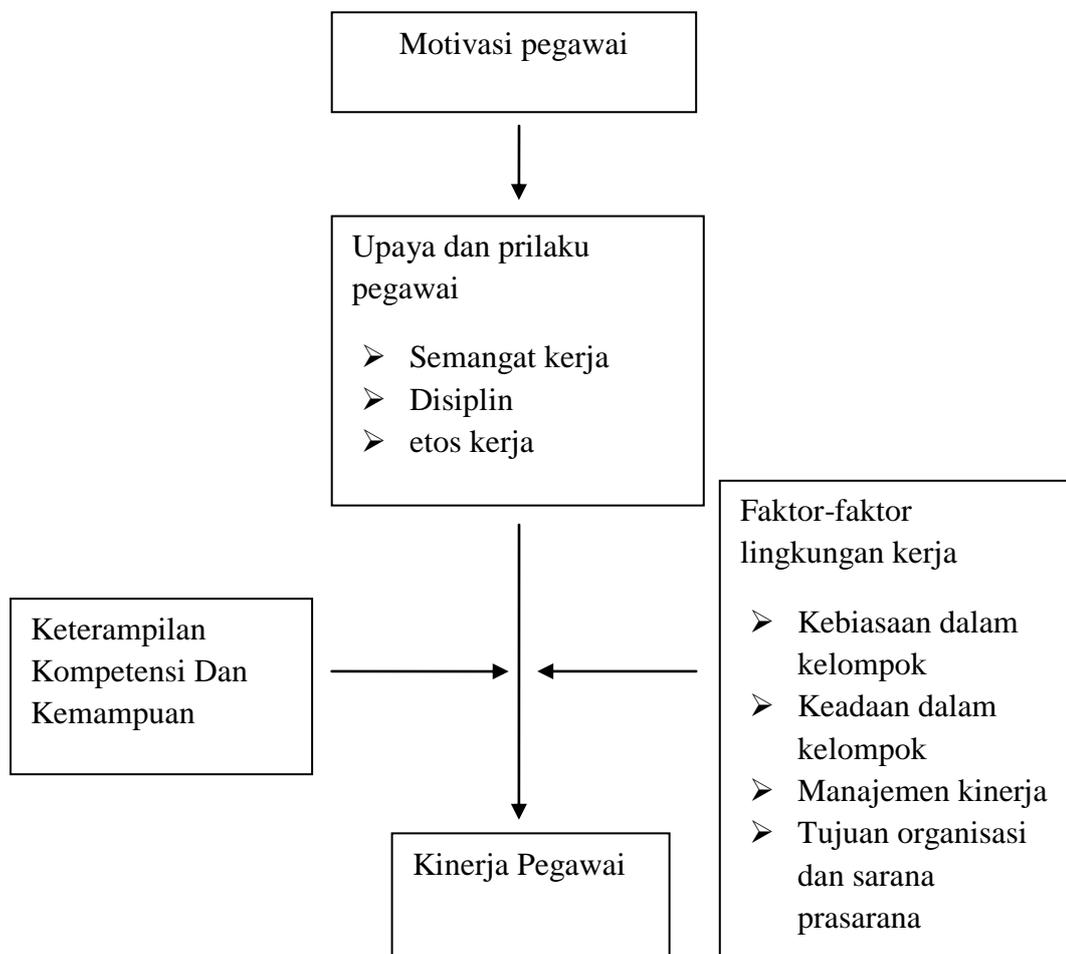
²⁹ Dokumen, dari lembaga madrasah diniyah Al-Hidayah (6 mei 2021)

australia yang mana menurut pendapatnya bahwasannya kompetensi kepala sekolah dalam pendidikan yaitu diantaranya :

- 1) Kompetensi kepemimpinan organisasi
- 2) Kompetensi mengoptimalkan pembelajaran
- 3) Kompetensi pengelolaan
- 4) Kompetensi pemimpin kurikulum
- 5) Kompetensi masyarakat
- 6) Kompetensi pemimpin politik
- 7) Kompetensi pedagogik
- 8) Kompetensi pemimpin kultural
- 9) Kompetensi dalam kebijakan
- 10) Kompetensi peningkatan siswa

Motivasi Luthans Wirawan menyatakan bahwasannya motivasi yaitu adanya tahapan-tahapan yang diawali dengan adanya kepentingan yang bisa membuat orang termotivasi ataupun bisa menyebabkan orang dalam kelakuannya terarah agar bisa tercapai sebuah tujuan. Yang dibahas dalam motivasi adalah gimana caranya supaya kemampuan itu terarah serta bagaimana para pekerja memiliki daya atau kekuatan yang sempurna, agar karyawan bisa melakukan tugasnya dengan sempurna dan konsisten dengan

demikian bisa terpenuhi dan juga mempraktekkan tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Factor-faktor yang berpengaruh terhadap motivasi kepada rendah ataupun tingginya yaitu antara lain adanya kebiasaan suatu kelompok, pengelolaan hasil kerja ,keadaan suatu kelompok, ataupun juga pekerjaan yang belum dikerjakan dan juga suatu pekerjaan



Gambar 4.8 Model Motivasi Dalam Kerja³⁰

Adapun diantara teori motivasi Abraham Maslow berpendapat mengenai hirarki kebutuhan. Menyatakan bahwasannya

³⁰ Dokumen, dari madrasah diniyah Al-Hidayah (6 mei 2021)

dalam teori hirarki terdapat beberapa keperluan manusia diantaranya yaitu: 1) Kebutuhan fisik. adalah keperluan yang paling utama terhadap manusia pada umumnya, yaitu masuk kepada keperluan secara interpersonal, seperti halnya: makanan, air, pemukiman dan juga semua macam-macam yang berhubungan dengan yang dipakai sehari-hari. 2) Perlu adanya keamanan atas dirinya. perasaan aman dan juga mempunyai keinginan untuk bisa terlindungi dari semua berbagai macam ancaman yang bisa mengancam keselamatan diri kita baik berupa fisik atau nonfisik, dan juga ingin merasa selalu terjamin atas diri sendiri. 3) Kebutuhan secara sosial antara lain perlu adanya kasih sayang terhadap diri sendiri, membutuhkan pengakuan atas dirinya untuk menjadi peserta sekelompok sosial untuk itu membutuhkan untuk selalu diperlukan oleh kelompok itu. Keperluan ini bisa terlaksanakan dengan cara berinteraksi dengan bermasyarakat misalnya dari hal ini diterima dalam persahabatan. 4) Kebutuhan penghargaan diri merupakan suatu kebutuhan manusia merasa dirinya dianggap penting bagi orang lain serta memiliki persetujuan dari pihak lain, misalnya adanya keperluan atas kuasa dalam suatu organisasi, baik dari statusnya maupun prestasinya. Keperluan yang seperti ini dinamakan keperluan harga diri orang yang membutuhkan akan dihormati orang lain, serta harga dirinya itu diakui oleh orang banyak. 5) Keperluan akan mengaktualisasikan

diri. Maslow mendefinisikan ke sebuah keinginan untuk menjadi apapun dan bagaimanapun akan mampu dicapai seseorang.³¹

Dalam sebuah lembaga pendidikan peran utama dari kepala sekolah sebagai pemimpin atau sebagai panutan bagi semua staf-stafnya dan juga bagi siswanya maka yaitu memberi contoh yang baik dan memberikan perhatian yang lebih apalagi kepada staf siswa yang mengalami kesulitan dalam pekerjaannya maka peran utama kepala sekolah yaitu memberikan motivasi dan arahan agar apa yang menjadi kendala atau kesulitan yang dialami staf atau siswanya bisa terselesaikan, karena jika seseorang mengalami kesulitan atau kendala tanpa bantuan dari orang lain itu mustahil atau nihil akan berhasil mencapai tujuan yang telah menjadi target dari suatu pekerjaan itu.

2. Bentuk-Bentuk Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Tahfidz Al-Quran Yang Dilakukan Oleh Kepala Sekolah Di Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan

- a. Mengenalkan melalui murid yang lulus dari tingkat TK. TPA.

Di madrasah diniyah Al-Hidayah palengaan ini kepala sekolah pertama dalam memasarkan tahfidz Al-Quran yaitu dengan cara melalui SDM yang ada di sekolah yaitu melalui murid dan sumber daya manusia jasa pendidikan adalah yang memiliki dampak

³¹ Tika Nirmala Sari, Muhammad Novan Prasetya. *Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Guru Dan Kualitas Pelayanan Pendidikan Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa*, Jurnal EduTech Vol. 6 No. 1 Maret 2020 89-90

terhadap sekolah. SDM jasa pendidikan dapat dikategorikan tiga kelompok

- 1) Siswa adalah termasuk peran yang sangat penting dalam penilain kinerja kepala sekolah. Oleh karena itu kita dapat menilai kepala sekolah dalam prestasi, pendaftaran, kepuasan,dan kebutuhan siswa. Akan tetapi kita juga perlu menyadari bahwasannya siswa juga termasuk dalam kategori produk yang kita butuhkan, siswa tidak cuman merupakan produk saja akan tetapi siswa termasuk pelanggan jasa pendidikan. Dari tingkat kepuasan siswa bisa dinilai ketika guru mengajar, adanya kegiatan ekstrakurikuler, dan lingkungan juga bisa dapat dinilai.

- 2) Guru dan karyawan sekolah. Ketika kita akan melakukan penilain terhadap sekolah maka kita terlebih dahulu melihat kualitas yang baik, baik kualitas itu muncul dari guru atau karyawan. Seandainya lembaga pendidikan mempunyai karyawan dan guru yang produktif dan juga pekerjaan dalam jangka panjang. Lembaga pendidikan yang mempunyai loyalitas, kelancaran, serta stabilitas sekolah maka dibuktikan dengan adanya karyawan tau guru yang mempunyai potensi yang baik dan yang produktif. Karyawan dan guru juga masuk dalam kategori masyarakat sehingga dilihat dari kepuasanya loyalitas, dan kebanggaan yang ditampilkan di luar sekolah oleh

guru dan karyawan maka dampaknya juga akan berpengaruh kepada sekolah.

- 3) Orang tua siswa dan wali siswa akan memiliki tingkat kepuasan. Oleh karena itu siswa dan wali siswa sangat perlu adanya keterlibatan ketika ada pendaftaran siswa, pembelajaran yang diajarkan oleh mereka di rumah.

Menurut undang-undang (nomor 20 tahun 2003), yang dilakukan dalam penyelenggaraan pendidikan yaitu sumber daya manusia diantaranya kependidikan dan juga masyarakat, keuangan, serta sarana dan prasarananya. Dalam pernyataan pemerintah sumber daya manusia jasa pendidikan menjadi tiga bagian yang mana antara lain :

- 1) Pendidik,
- 2) Tenaga kependidikan dan
- 3) Peserta didik.³²

Di era globalisasi seperti sekarang ini, di dalam dunia pendidikan banyak terjadi persaingan yang ketat di antara lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya, sehingga lembaga pendidikan banyak terjadi yang oleh penggunanya ditinggalkan dengan berbagai macam-macam sebab. Oleh karena itu, kemampuan pengelolaan yang profesional sangat dibutuhkan dari peran kepala

³² David Wijaya. *Pemasaran jasa pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016)158-159

sekolah sebagai manajer dalam lembaga pendidikan, agar lembaga pendidikan bisa mempraktekkan pengelolaan pemasaran jasa pendidikan yang mana keperluannya untuk bertujuan mempertahankan kepercayaan konsumen atau pelanggan dan semua kebutuhan para konsumen terpenuhi dan juga tujuan dari lembaga tersebut lebih meningkat sesuai dengan visi-misi yang ingin dicapai.

Di Akhir-akhir ini antara lembaga pendidikan yang swasta dengan lembaga pendidikan yang nonswasta sering terjadi persaingan yang sangat ketat. Biasanya yang sering menambah atau membuka jurusan/program baru yaitu sekolah umum sehingga dampaknya ke sekolah kelas semakin bertambah dan pada akhirnya kelas disekolah itu semakin banyak. Sedangkan oleh sebagian masyarakat lembaga pendidikan yang berbasis agama (madrasah atau pesantren) yaitu kurang peminatnya, maka yang terjadi dampaknya terhadap masyarakat yaitu masyarakat menganggap lembaga pendidikan yang berbasis agama (pesantren atau madrasah) berupa lembaga pendidikan yang memiliki tingkat kedua bagi orang yang kurang berminat akan kualitas sekolah madrasah yang mana dalam hal ini persaingan lembaga pendidikan yang umum lebih unggul dari lembaga pendidikan agama (pesantren atau madrasah), tidak banyak orang tua yang menyekolahkan anaknya kemadrasah mungkin hanya sebagian dari kalangan masyarakat. Namun pada zaman sekarang ini sekolah yang berbasis agama yaitu tidak kalah

saing kepada sekolah umum yang selalu melahirkan lulusan yang intelektual apalagi pesantren-pesantren pada umumnya sekarang.

Untuk meningkatkan masyarakatnya setiap bangsa pada zaman sekarang berlomba-lomba, dan untuk meningkatkan peradaban yang bersangkutan dengan masyarakat yang bermartabat maka kualitas dari pendidikan harus lebih ditingkatkan lagi. Oleh karenanya, bagaimana lembaga pendidikan dianjurkan untuk meningkatkan mutu dalam pendidikannya dan kualitas sekolah. Dengan demikian lembaga pendidikan yang mutu pendidikannya berkualitas dan sekolahnya memadai maka masyarakat selaku konsumen tidak pesimis dalam mendaftarkan anak-anaknya ke lembaga pendidikan yang bermutu dan mempunyai kualitas yang baik dan masyarakat akan mempunyai pemikiran yang selektif. Masyarakat sekarang sudah sangat pintar untuk memilih dan memilah sekolah yang pantas untuk anak-anaknya, lembaga pendidikan yang berkualitas mutu pendidikannya dan terjangkau menurut pandangan masyarakat maka masyarakat akan memilihnya untuk memasukkan anak-anaknya. Oleh karenanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat inovasi yang baru harus dilakukan oleh lembaga pendidikan yang sekiranya menarik perhatian masyarakat dan inovasi itu mempunyai kualitas yang bagus. Biasanya lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh konsumen atau pengguna dari lembaga pendidikan itu sendiri yaitu lembaga pendidikan yang tidak mengikuti keinginan dan masukan dari pelanggan atau pengguna

jasa pendidikan dari lembaga pendidikan itu dan secara otomatis masyarakat akan keluar dan pindah ke sekolah lain yang bisa memenuhi keinginannya. Sekolah yaitu sebuah lembaga pendidikan yang mana didalamnya ada penawaran kepada masyarakat publik atas semua jasa pendidikan yang ada di sekolah itu, dengan penawaran itu harusnya menarik perhatian konsumen dan membuat masyarakat menjadi yakin bahwasannya sekolah yang sedang dikelola pantas untuk menjadi tempat menambah ilmu bagi anak-anaknya. Oleh karenanya peran kepala sekolah dalam lembaga pendidikan sangat perlu adanya inisiatif terhadap lembaga pendidikan yang dikelola, adapun inisiatifnya sebagai berikut :

- 1) Menganalisa keadaan pasar,
- 2) Merencanakan terlebih dahulu,
- 3) Dalam pelaksanaan penawaran jasa pendidikan harus dilakukan dengan baik,
- 4) Mempertahankan kualitas sekolah pada sebelumnya dan
- 5) Melakukan proses evaluasi,

Bauran pemasaran dalam lembaga pendidikan harus dirancang dengan baik dan menentukan strategi yang jitu bagi sekolah, untuk memberi keyakinan terhadap pelanggan harus mempertimbangkan apa yang sekiranya diminati para pelanggan, contoh dari itu merancang atau mengadakan program (kegiatan)

serta isi didalamnya menjelaskan visi dan misi lembaga pendidikan, dan juga mengadakan serangkaian kegiatan dari program sekolah yang mana program itu terencana secara sistematis sesuai dengan apa yang direncanakan secara konsisten.

Di lembaga pendidikan peran kepala sekolah sebagai pengelolaan manajemen yang dikelolanya dalam penawaran kepada masyarakat publik bagaimana harus bisa menyakinkan masyarakat agar pemasaran yang dilakukan menarik simpati konsumen, dan masyarakat semakin berminat dan juga semakin tertarik untuk menggunakan jasa pendidikan dan mendukung atas strategi yang dilakukan madrasah/sekolah. Pemasaran jasa pendidikan merupakan usaha dalam pelayanan mutu yang ditawarkan pendidikan intelektual dengan cara komprehensif dan menyeluruh. Kegunaan dari adanya konsep pemasaran itu bagaimana pelanggan menjadi puas akan semua layanan yang diinginkan dari lembaga pendidikan, pelanggan ataupun juga konsumen yang menggunakan jasa dalam pelayanan, adapun diantara salah satu pengguna jasa pendidikan antara lain peserta didik. Dalam sebagian keriterian pendidikan adalah adanya saling tolong menolong membantu sesama satu dengan lainnya agar tujuan tercapai, semua tujuan dari lembaga pendidikan serta metodenya, isinya, lingkungannya, alatnya dan semua pendidikan dan peserta didiknya semua itu termasuk contoh komponen atau keriteria pendidikan. Langkah awal atau strategi dalam melakukan pemasaran jasa atau proses pendidikan yaitu dengan cara mengamati

kondisi atau keadaan di lembaga itu sendiri. Ketika kepala sekolah dalam melakukan langkah awal ketika melaksanakan strategi pendidikan jangan sampai adanya hambatan atau yang mengganggu ketika pelaksanaan pendidikan baik itu dalam sekolah atau luar sekolah. Adanya strategi dalam pendidikan ketika melaksanakan pemasaran jasa pendidikan bagaimana semua para pelanggan dan konsumen merasa puas akan pelayanan yang dilakukan sekolah terhadap pengguna. Diantara salah satu langkah yang tepat dalam strategi pemasaran jasa terhadap pengguna yaitu pemberian kesan yang baik dan pencitraan bagi lembaga pendidikan yang positif kepada semua pengguna jasa pendidikan, masyarakat sebagai pengguna jasa pendidikan, adapun pemahaman dari pemberian kesan dan pencitraan yang positif bagi lembaga pendidikan yaitu dengan cara memberi sesuai dengan pengetahuan masyarakat dan juga sesuai dengan apa yang menjadi pemahaman masyarakat dan juga pengalaman masyarakat dalam lembaga pendidikan. Adapun cara pemberian kesan dan pencitraan yaitu dengan cara mengadakan kegiatan operasional pendidikan.³³ Jika dalam sebuah instansi atau sebuah organisasi dalam pelaksanaan pencitraan yang baik maka dampaknya terhadap organisasi itu akan baik dan juga kepada sekolah itu sendiri, sebaliknya jika pencitraan yang dilakukan organisasi dalam lembaga pendidikan itu jelek maka prestasi organisasi dan sekolah itu akan jelek. Pelanggan dari sekolah atau

³³ Sarifudin, Rahendra Maya. *Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 02, No. 02, Juli 2019 136-138

lembaga pendidikan dalam hal ini peserta didik, dalam jasa pendidikan peserta didik terbagi menjadi dua golongan, yang mana peserta didik menjadi pelanggan dalam ruang lingkup internalnya sekolah dan eksternalnya sekolah, adapun orang-orang yang menjadi pelanggan dalam ruang lingkup internalnya sekolah antara lain tenaga pendidik, karyawan perpustakaan dan laboratorium dan juga bidang perbaikan, serta seluruh tenaga administrasi dan juga seluruh tenaga kependidikan yang ada di sekolah. adapun orang-orang yang menjadi pelanggan dalam ruang lingkup eksternalnya sekolah yaitu peserta didik dan juga orang tua, yang mana peserta didik disini termasuk pelanggan secara primer dan orang tua sebagai pelanggan secara sekunder, dan juga masyarakat serta pemerintahan yang ada di sekolah itu sendiri, pengguna lulusan, baik yang lulusan dari sekolah ataupun yang lulus dari dunia usaha semuanya termasuk pelanggan secara tersier.

- b. Melakukan pemasaran melalui pengajian serta rapat kubro bersama semua wali murid peserta tokoh masyarakat.

Di lembaga madrasah diniyah Al-Hidayah pemasaran yang dilakukan kepala sekolah di antaranya melalui pengajian, yang mana disaat pengajian berlangsung di bagian sambutan oleh pengasuh dan kepala sekolah yaitu pengasuh dan kepala sekolah memperkenalkan kepada masyarakat tentang tahfidz Al-Quran dan keutamaan orang menghafal Al-Quran dan juga tentang program-program tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah palengaan.

Bauran promosi menurut pendapat stanton berupa perpaduan strategi yang sangat baik dari semua variabel periklanan, penjualan pribadi, serta alat promosi yang lain. Penjualan pribadi dalam artian melakukan percakapan dengan satu orang konsumen atau lebih yang mana percakapan itu ditujukan untuk menciptakan penjualan. Komunikasi pribadi yaitu pemasaran secara langsung antara penjual jasa pendidikan dan pembeli jasa pendidikan. Dalam promosi penjualan aktivitas penjualan selain penjualan pribadi, periklanan, publisitas atau permintaan langsung dari konsumen jasa pendidikan yaitu dengan cara mengadakan pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan lain sebagainya.³⁴

Promosi yaitu sebagai sebuah kata yang mana sudah tidak asing kita dengar. Kata promosi adalah kata yang mana kata itu diambil dari bahasa inggris yaitu, promote, dan juga kata promosi diambil dari kata yunani, yaitu promovere. Secara sederhana pengertian promosi dapat bisa kita artikan sebagai media yang mana untuk memperkenalkan produk sehingga produk yang diperkenalkan itu dapat dikenal oleh konsumen atau pelanggan. Pembahasan mengenai promosi produk atau jasa tidak akan terlepas dari pengertian promosi yang telah dikemukakan oleh semua para ahli yang mana pengertian itu sudah sesuai dengan sudut pandang mereka masing-masing dalam melihat semua aspek-aspek tersebut. Promosi adalah sebuah kegiatan yang telah diajukan untuk

³⁴ David Wijaya. *Pemasaran jasa pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016)136

mempengaruhi konsumen atau pelanggan agar mereka bisa kenal akan produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan mereka kemudian menjadi senang setelahnya membeli produk tersebut sesuai dengan yang diminati. Kegiatan promosi produk atau jasa fungsinya tidak hanya alat komunikasi saja akan tetapi sebagai bahan pengaruh kepada pelayanan terhadap pelanggan atau konsumen dalam bertransaksi atau penggunaan jasa sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen atau pelanggan. Promosi adalah sejenis dengan komunikasi yang mana untuk memberi penjelasan yang menyakinkan calon konsumen atau pelanggan tentang produk atau jasa yang dipromosikan. Promosi adalah suatu usaha berkomunikasi dari penjual dengan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang mana bertujuan untuk merubah sikap pembeli dan juga tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal produk atau jasa sekolah setelah melakukan promosi menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli atau pelanggan yang setia dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi adalah merupakan cara berkomunikasi untuk memberikan informasi kepada pembeli oleh penjual baik kepada pelanggan yang tetap atau yang pelanggan yang baru atau kepada orang lain, kebutuhan hal ini supaya bisa mempengaruhi atas sikap dan perilaku pelanggan.

Dari berbagai pengertian para ahli yang telah dikemukakan di atas mengenai promosi, maka dapat kami simpulkan bahwa promosi adalah sebuah alat untuk menyampaikan dan mempengaruhi

konsumen atau pelanggan agar konsumen dan pelanggan mengenal produk barang atau jasa yang telah ditawarkan, sehingga konsumen dan pelanggan tertarik untuk membelinya.

Promosi perannya sangat penting dalam memasarkan barang atau jasa, kegiatan promosi tidak cuman memperkenalkan produk barang atau jasa saja, akan tetapi bagaimana cara mencapai upaya untuk bisa mempengaruhi konsumen atau pelanggan sehingga konsumen atau pelanggan bisa tertarik dan akan membeli produk kita. Adapun alat-alat yang bisa digunakan untuk mempromosikan produk adalah dengan cara sebagai berikut :

- 1) Dengan cara iklan (advertensi)
- 2) Promosi penjualan (sales promotion)
- 3) Publikasi (publication)
- 4) Penjualan pribadi (personal selling)

Advertising (periklanan) Setiap Negara mungkin memiliki istilah tersendiri mengenai sebutan periklan, di Amerika dan Inggris Iklan disebut dengan Advertising. Sedangkan di Lain disebut adverter dan juga di Belanda disebut adventantie. Reklame kata sebutan iklan di Prancis yang mempunyai arti melakukan secara berulang. Sekalipun perbedaannya begitu pengertian iklan pada dasarnya yaitu sama, yang mana artinya mentransfer pikiran serta gagasan kepada orang lain. Berbicara tentang iklan, kita juga tidak

bisa lepas dari pendapat semua para ahli. Berikut pendapat dari sudut pandang para ahli tentang iklan :

Periklanan berupa alat yang paling utama bagi semua pengusaha untuk bisa mempengaruhi konsumen atau pelanggannya. Iklan termasuk salah satu alat yang umum dipakai oleh pengusaha untuk bisa mengarahkan komunikasi yang produktif pada pembeli atau pelanggan. Periklanan yaitu termasuk salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang mana periklanan ini digunakan oleh perusahaan agar produhnya berkomunikasi dengan baik, baik berbentuk barang ataupun jasa.

Iklan sebagian meliputi setiap bentuk yang dibayar dari perolehan non- personal dan juga promosi dari gagasannya sendiri, barang atau juga jasa yang diberikan oleh sponsor yang telah diketahui. Iklan termasuk bentuk-bentuk penyajian dan promosi dari semua gagasan, produk yang berupa barang atau jasa yang telah dibiayai oleh sponsor yang tertentu yang mana bersifat non-personal. Iklan adalah termasuk penyajian penjualan non-personal yang mana telah dikomunikasikan melalui bentuk-bentuk media atau non-media untuk bisa mempengaruhi sejumlah besar konsumen atau pelanggan.³⁵ Dari semua pengertian yang telah dipaparkan di atas bahwa iklan atau advertising yaitu suatu alat atau pun juga media yang bisa digunakan oleh pembeli atau konsumen untuk

³⁵ Sri Astuti. *Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru*, Jurnal Utilitas Vol. 1 No. 1 April 2015 79-80

mempromosikan produk berupa barang atau jasa kepada pelanggan sehingga pelanggan mengenal barang dan juga jasa yang telah ditawarkan.

Dengan landasan teori diatas maka dapat disimpulkan pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah yaitu melalui pengajian dan musyawarah yaitu dengan cara melakukan promosi secara diri sendiri atau tatap muka satu orang atau lebih dengan apa yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz Al-Quran yaitu dengan cara menyampaikan di acara imtihan dan dengan cara menyampaikan di acara musyawarah.

Pada hakikatnya tidak hanya kepala sekolah yang mempunyai peran untuk mensukseskan siswa dalam menghafal Al-Quran, akan tetapi orang tua juga mempunyai peran penting. Kendatipun Al-Quran mempunyai pengaruh yang positif beserta contoh-contoh yang bagus di dalam mengasuh anak, tapi banyak orang tua yang tidak mengarahkan anak-anaknya untuk menghafal Al-Quran dan juga orang tua siswa tidak memanfaatkan liburan untuk memurojaah hafalan Al-Qurannya. Kadang anaknya ketika berada di rumah dibiarkan berada di depan televisi, atau membuang waktu untuk hal lainnya.

Kepala sekolah sebagai pemimpin harus memberi arahan terhadap bawahan dan siswa. Dalam pengarahan kepala harus

memberikan motivasi terhadap bawahan, berkomunikasi dengan baik dan menjalankan kepemimpinannya dengan baik sesuai dengan tupoksinya.³⁶

Peran ibu dalam mengarahkan anaknya untuk bisa menghafal Al-Quran sangat penting sekali. Dr. Qosim Ismail Ali, dosen di fakultas dirasah Islamiah Wa Arabiyah di Universitas Al-Azhar, berpendapat, ‘seorang ibu dan bapak hendaknya harus memotivasi anaknya untuk menghafal Al-Quran dan pergi ke masjid ; membuat mencintai kitabullah, membacanya dengan hukum tajwid, dan solat berjemaah dengannya. Jugan membuatnya suka dalam menghafal Al-Quran dengan cara memberikan hadiah-hadiah yang bermanfaat.³⁷

c. Melalui brosur.

Di tahfidz Al-Quran madrasah diniyah Al-Hidayah ini kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran juga memakai brosur yang berupa proposal, yang mana kegunaan proposal ini termasuk undangan dan sumbangsih untuk wali siswa dan masyarakat dalam pembangunan pondok pesantren tahfidz Al-Quran dan juga sarana dan prasarananya, maka dengan adanya brosur yang diedarkan kepala sekolah dalam pemasaran tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah ini masyarakat banyak yang antusias dan

³⁶ Abdul Aziz. *Manajemen Pengelolaan Sarana Dan Prasarana Di Sekolah Dan Madrasah*, (Surabaya, Pustaka Raja, 2018) 16

³⁷ Ahmad Bin Salim Baduwailan. *Cara Mudah Dan Cepat Hafalan Al-Quran*, (Solo, Kiswah Media, 2014) 218

menanggapi dengan baik serta membantu kelancaran pembangunan atau perluasan ruang pembelajaran tahfidz Al-Quran dan juga gedung pesantren dan sekolah.

Aktivitas publisitas merupakan cara untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara objektif, karena aktivitas publisitas dalam pemasaran itu tidak dibiayai sekolah itu sendiri. Media yang dipakai untuk mencari calon siswa adalah memberikan surat langsung. Dengan memberikan surat langsung, sekolah bisa dapat membuat penawaran program secara langsung kepada orang yang menerima informasi sehingga dapat diperoleh tanggapan langsung dari orang yang menerima informasi. Surat langsung yang mana berupa brosur sekolah yang dikirim melalui pos yang terdiri atas surat sekolah, buku tinjauan sekolah, formulir pendaftaran siswa, dan kartu tanggapan.³⁸

Kegiatan-kegiatan pemasaran bisa dilakukan dengan beberapa sejumlah media, yang mana ada berbagai tahapan, diantaranya: meningkatnya pengetahuan yang dimiliki, sikap yang baik dan pelayanan yang bisa membuat pelanggan atau konsumen puas. Madrasah/sekolah bisa dikatakan ilmiah maka dari itu bila komunikasi dibentuk secara ilmiah maka akan lebih berfavorit, contohnya mengadakan perlombaan dari semua pembelajaran, mengadakan seminar dengan cara mempublikasikan prestasi yang diraih bisa melalui berita melalui koran atau media lainya. Akan

³⁸ David Wijaya. *Pemasaran jasa pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016)145

tetapi perlu adanya pertimbangan jika kepala sekolah ingin melakukan promosi atau periklanan, misalnya materi harus dikemas secara simpel yang bisa menarik perhatian pelanggan, agar madrasah/sekolah tetap dalam kualitas baiknya, agar lembaga pendidikannya tetap unggul.

Segala usaha yang dilakukan kepala sekolah dalam melakukan komunikasi dengan baik yang mana hal itu untuk peningkatan mutu dan juga keberhasilan sekolah di bidang pendidikan, itu semua dapat dilakukan dengan berbagai-bagai cara. Misalnya, untuk masyarakat setempat, itu dapat dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan yang mana kegiatan itu menyebabkan masyarakat setempat tertarik untuk datang ke sekolah, misalnya seperti kegiatan olah raga dan kesenian yang mana juga melibatkan masyarakat setempat, mengadakan kunjungan orang tua dan calon siswa ke sekolah, dan keikutsertaan dalam pawai dan karnaval di kota sendiri. Pemasaran melalui brosur yaitu untuk masyarakat yang jauh dari madrasah/sekolah, atau bisa melalui surat kabar secara umum yang mana isi dari brosur atau majalah siswa sekolah terus memuat kegiatan sekolah.

Untuk menarik simpati masyarakat publik atas madrasah atau sekolah bisa melalui bangunan sekolah, kualitas akademiknya dan dll. misalnya :

- 1) Madrasah/sekolah yang menghadap jalan raya atau jalan umum harus dibenahi, agar seseorang yang melewati depan madrasah/sekolah bisa tertarik sehingga menyekolahkan anaknya ke madrasah/sekolah itu sendiri.
- 2) Kepala madrasah/sekolah agar lebih sering-sering berpidato, atau memberi sambutan ketika mengadakan acara, seminar, menginformasikan kepada publik atas semua kisi-kisi sekolah dan semua programnya.
- 3) Memberikan konsultasi dan juga memberi arahan atau solusi terhadap kebutuhan masyarakat publik sebagai bentuk pelayanan.
- 4) Mengundang masyarakat publik ketika mengadakan acara keagamaan terutama yang dekat sekolah agar masuk kampus dengan demikian sedikit demi sedikit masyarakat menjadi tertarik dengan keikutsertaan itu.³⁹ Dengan langkah ini lebih efektif dan konsumen bisa percaya, dengan mengundang para alumni dan orang-orang yang sangat berpengaruh maka bisa membagi pengalamannya dalam kata lain testimoni atau bukti keberhasilan sekolah.

Kepala sekolah dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan terlebih dahulu harus mematangkan strateginya dan harus siap untuk mengubahnya disesuaikan dengan berputarnya zaman.

³⁹ Anita Nadyasti, *Manajemen Pemasaran Dalam Pendidikan Islam Di Min 6 Bandar Lampung*, (Lampung, 2020) 64-65

Kepala sekolah dalam melakukan strategi pemasaran harus dirumuskan secara teliti selama dilakukannya proses perencanaan pemasaran. Kepala madrasah/sekolah dalam melakukan pemasaran pendidikan harusnya lebih memperhatikan setiap aspek baik aspek yang dapat dikontrol atau tidak dapat dikontrol, adapun aspek-aspek yang dapat dikontrol antarlain kurikulum atau pelayanan madrasah/sekolah, komunikasi yang baik dengan siswa, tempat pelayanan yang nyaman, donatur madrasah/sekolah dan lain sebagainya. adapun aspek-aspek yang tidak dapat dikontrol diantaranya budaya masyarakat madrasah/sekolah dan ekonomi yang dialami masyarakat serta kecenderungan sosial. Dan juga ketentuan pihak madrasah/sekolah dalam menentukan besarnya uang sekolah karena itu menentukan pelayanan baik tidaknya terhadap siswa karena jika tidak ada dana atau uang sekolah maka pelayanan itu akan kurang.

Dengan demikian, maka kepala sekolah akan melahirkan kualitas produk yang tinggi dan bisa menarik minat konsumen dalam meningkatkan produktivitas sekolah atau madrasah.

3. Kendala Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Tahfidz Al-Quran Di Madrasah Diniyah Al-Hidayah Palengaan

- a. Guru madrasah diniyah Al-Hidayah banyak yang tidak setuju.

Dalam pengelolaan hubungan masyarakat (public relation) sangat diperlukan adanya pengelolaan hubungan masyarakat dalam

dunia pendidikan pada dasarnya madrasah/sekolah, adanya sekolah sangat mempengaruhi proses pembelajaran serta semua kegiatan dalam rancangan pengembangan kualitas sekolah dalam seluruh aspeknya baik itu madrasah/sekolah supaya itu semua kebutuhan masyarakat publik konsumen bisa terpenuhi. Sesuai (UU pasal 08 No 20 Tahun 2003 Bab empat) mengenai hak serta kewajiban Masyarakat hak masyarakat dalam perencanaan sekolah yaitu berhak berperan dari semua peran yang telah direncanakan baik dari segi pelaksanaan sekolah atau pengawasan sekolah serta semua evaluasi sekolah, dan disebutkan dipasal 09 bahwa dalam adanya penyelenggaraan pendidikan masyarakat wajib memberi dukungan sumber daya kepada madrasah/sekolah.

Hubungan pengelolaan masyarakat dalam manajemen memiliki kedudukan yang sangat penting, yang mana hubungan masyarakat kedudukannya dalam organisasi madrasah/sekolah yang sudah dikemukakan Suryosubroto antara lain: pertama, kalau dari segi pengelolaan, humas yaitu sebuah daya tarik untuk berkomunikasi langsung terhadap konsumen, tugas humas merupakan fungsi manajemen yang mana diantaranya perencanaan, pengorganisasian, ekstuweting, controlling. Kedua, kalau dilihat dari sudut pandang adanya administrasi pendidikan yang ada di sekolah, maka humas merupakan bagian komponen-komponen kegiatan administrasi pendidikan disekolah. Realisasinya merupakan adanya kegiatan yang di adakan pihak madrasah/sekolah secara bersama

dengan masyarakat. Semua adanya kegiatan yang diadakan madrasah/sekolah bersama masyarakat itu diharapkan membawa daya saing dan kerjasama terhadap lembaga pendidikan yang lain.

Persaingan pendidikan di era globalisasi ini sangat banyak. Lebih-lebih dalam memasarkan jasa pendidikan di setiap madrasah/sekolah. Jika di madrasah/sekolah pemasarannya baik maka kualitasnya juga akan baik. Dengan begitu, masyarakat sekolah akan bisa menilai yang baik dan yang buruk terhadap madrasah/sekolah. Jika sekolah sudah memiliki nilai yang baik bagi masyarakat maka masyarakat akan banyak yang minat serta masyarakat akan percaya akan kualitas sekolah, baik masyarakat dalam atau masyarakat luar yang jauh dari jangkauan sekolah. Menurut pendapat orang yang tidak memahami tentang marketing atau pemasaran pasti merasa kaget akan kata marketing atau pemasaran, karena orang yang tidak memahami kata marketing atau pemasaran akan mengira bahwa sekolah akan dijual ke lembaga lain padahal kata marketing tidak sama dengan komersial, akan tetapi keduanya tersebut sering digunakan dalam bisnis. Kalau bisnis biasanya ingin mendapatkan laba akan tetapi kalau madrasah/sekolah tidak ingin mendapatkan laba atau uang tapi yang ingin didapat kepuasan dari konsumen dari pelayanan yang sudah dilakukan oleh madrasah/sekolah. Arti komersial itu sendiri sudah tampak bahwa hubungannya dengan sebuah kegiatan usaha ingin mendapatkan laba atau uang. Menurut pandangan kita kata komersial itu sudah

negatif dalam kata lain “dikomersialkan” bahwa dalam kata itu mempunyai arti “ada uang pasti akan ada pelayanan” semua pelayanan bagaimana diharuskan mendapatkan keuntungan yaitu keuntungan dalam bentuk uang. Madrasah atau sekolah yaitu juga termasuk melakukan serangkaian pelayanan terhadap konsumen yang mana konsumennya berupa siswa, mahasiswa, dan juga masyarakat yang sudah kita kenal “stakeholder”. Semua konsumen ini yang akan membantu kelancaran terlaksananya pendidikan. Tujuan dari madrasah/sekolah itu sendiri yaitu bertujuan untuk memberi pelayanan yang mana adanya pelayanan itu membuat puas konsumen antara lain siswa, mahasiswa, dan juga masyarakat.

Tujuan marketing sendiri yaitu membuat pelanggan puas. Membuat pelanggan puas tidak menjamin pelanggan menjadi pelanggan yang setia dan kembali membeli produk lagi. Hal ini sudah biasa karena jika konsumen sudah puas atas pelayanan yang didapat maka biasanya akan menjadi konsumen yang setia dan akan membeli produk dari lembaga itu dan tidak akan beralih ke pesaing yang lain. serta akan mempromosikan kepada semua teman dan kepada keluarganya yang lain untuk membeli produk dan jasa tersebut.

Lembaga pendidikan yaitu organisasi produksi yang mana lembaga pendidikan akan menghasilkan jasa yang dibeli pelanggan. Pelanggan melihat jika madrasah/sekolah tidak melakukan pemasaran dengan baik kepada pelanggan maka pelanggan tidak

akan berminat kepada madrasah/sekolah itu untuk menyekolahkan anak-anaknya disekolah tersebut. Sehingga tidak laku tawaran yang ditawarkan sekolah tersebut, dan akan mengakibatkan kemunduran atau tidak ada pelanggan atau konsumen, dan pada akhirnya sekolah yang seperti itu akan sementara ditutup. Jika hal ini sampai terjadi maka hal ini akan menjadi masalah yang sangat besar untuk madrasah/sekolah di lingkungan pendidikan. Yang mana pengaruhnya kepada perkembangan anak muda penerus bangsa terutama masyarakat publik dan pada umumnya negara kita. Dalam dunia pendidikan persaingan semakin ketat, sehingga perlu adanya perbaikan dalam pengelolaan madrasah/sekolah tersebut, supaya lebih baik dan lebih berkualitas dari sebelumnya. Agar orang tua siswa dan juga calon siswa dan masyarakat publik tidak pindah ke lembaga pendidikan yang lain yang lebih unggul dan kualitasnya terjamin. Madrasah/sekolah harus mampu memposisikan diri ke jenjang yang lebih baik dan berkualitas serta melakukan strategi yang akurat dan dapat dipercaya agar bisa diminati banyak orang dan eksistensi madrasah/sekolah terjaga. Sebab sebagus apapun lembaga pendidikan atau sekolah dan madrasah jika promosinya tidak dilakukan dengan baik juga dengan semaksimal mungkin, dampaknya maka kepada kurangnya siswa atau mahasiswa sehingga siswa dan mahasiswa tidak ingin bersekolah lagi dan tidak ada minat lagi dan dari itu eksistensi dan kualitas atau keunggulan sekolah itu akan hilang. Dalam pengelolaan pendidikan peran kepala sekolah

sebagai pemimpin ketika ingin melakukan pemasaran pendidikan alangkah baiknya sebelum melakukan pemasaran terlebih dahulu menganalisis lingkungan madrasah/sekolah terlebih dahulu, caranya dengan menentukan target dan tujuan sekolah yang artinya visi-misi madrasah/sekolah yang ingin dicapai.⁴⁰

Pelaksanaan pemasaran di madrasah diniyah Al-Hidayah pasti juga mengalami penghambat dan juga penunjang, baik yang bersifat lingkungan sekolah atau dari eksternalnya madrasah/sekolah. Dalam lembaga pendidikan jika sebuah tujuan yang sudah dikonsepsi sama dengan realita yang sudah terjadi di lembaga pendidikan maka manajemen pemasaran di madrasah/sekolah itu bisa dikatakan berhasil, akan tetapi jika tujuan tidak sesuai dengan realita yang ada maka manajemen yang dilakukan belum berhasil. Jika tujuan yang sudah dikonsepsi sesuai dengan visi-misi madrasah/sekolah dan sesuai dengan realita yang ada maka manajemen pemasaran yang dilakukan kepala sekolah dikatakan berhasil atau mengena dengan apa yang sudah menjadi tujuan (visi, misi).

Adapun faktor penghambatnya pemasaran jasa pendidikan di madrasah diniyah Al-Hidayah ini awalnya datang dari tenaga pendidik yaitu pendidik atau guru di madrasah diniyah Al-Hidayah tidak setuju karena dikhawatirkan murid tidak mampu sebab

⁴⁰ Bilqis Asrori. *Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat*, 2-3

program yang ada di madrasah diniyah Al-Hidayah ini karena programnya sudah banyak dan padat.

Adapun peran guru secara pribadi dalam sekolah :

- 1) Orang tua, dalam arti mewakili orang tua untuk mendidik anaknya di sekolah.
- 2) Petugas sosial, artinya orang yang membantu kepentingan masyarakat.
- 3) Pencari teladan, artinya senantiasa mencari jalan teladan bagi siswa dan masyarakat.
- 4) Pencari keamanan, senantiasa memberikan rasa aman bagi siswa baik secara rohani dan jasmani.⁴¹

Dalam uraian diatas peran guru sendiri terhadap peserta didik yaitu sebagai wakil dari orang tua untuk mendidik anaknya, sebagai pembantu kebutuhan masyarakat, membuat aman siswa baik secara rohani dan jasmani dan membuat siswa menjadi anak yang teladan dan berguna bagi orang tua dan masyarakat.

- b. Dalam pemasaran tahfidz Al-Quran di Al-Hidayah palengaan ini kendala yang dialami kepala sekolah yaitu datang dari Wali murid dan juga datang dari masyarakat.

Dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan melalui tahfidz Al-Quran kendala yang dialami oleh kepala sekolah yaitu

⁴¹ Badruddin. *Manajemen Peserta Didik*, (PT. Indeks Jakarta, 2014) 9

diantaranya wali murid tidak memberikan respon yang baik bagi anaknya yang mau masuk ke program tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah dengan perkataan orang tua sebagai berikut ‘’apa gunanya seorang perempuan menghafal Al-Quran pada ujung-ujungnya pekerjaannya jadi tukang masak didapur’’ dengan perkataan yang demikian maka akan menjadi kendala bagi kepala sekolah karena perkataan itu pastinya akan berpengaruh kepada orang lain sehingga yang dulunya mau masuk ke tahfidz dan mempunyai keinginan jadi tahfidz Al-Quran maka akan menjadi kurang motivasinya. Dan juga masyarakat yang tidak merespon dengan baik dengan adanya tahfidz Al-Quran di madrasah diniyah Al-Hidayah, karena menurut sudut pandang masyarakat dan pengetahuan yang nihil mereka, masyarakat berpendapat madrasah diniyah Al-Hidayah ini tidak pantas untuk mengadakan tahfidz Al-Quran karena pengasuh dan kepala sekolahnya dan juga semua gurunya tidak ada yang tahfidz Al-Quran, menurut pendapat masyarakat seandainya nanti ada siswi yang hafal 30 Juz maka itu tidak mempunyai sanad artinya hafalnya tidak sempurna atau tidak mempunyai hubungan langsung sampai ke nabi Muhammad shallallahu'alaihi wasallam.

Dalam pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan kepala sekolah orang tua siswa akan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi apabila mereka memiliki kepuasan. Serta akan menyetujui usaha yang dilakukan kepala sekolah dalam pemasaran yang dilakukan.

Oleh karena itu orang tua perlu keterlibatannya, dalam proses pendaftaran siswa, atau pembelajaran yang mereka ajarkan kepada siswa disekolah maupun dirumah, hubungan mereka kepada siswa, aktivitas kurikuler siswa dan semua program pembelajaran siswa jarak jauh yang mereka sarankan bagi siswa, serta semua kreatifitas lainnya bagi siswa yang sudah menjadi tanggungan dari kepala sekolah dalam pemasaran jasa pendidikan.⁴²

Menurut undang-undang nomor 20 tahun 2003, sumber daya pendidikan adalah menggunakan setiap sesuatu yang meliputi karyawan, orang tua siswa atau masyarakat publik, sarana dan prasarana, dan dana kebutuhan sekolah semua itu untuk menyelenggarakan pendidikan.⁴³ Sumber daya manusia dalam lembaga pendidikan pemerintah mengkatagorikan tiga unsur :

1) Pendidik

Pendidik merupakan seseorang yang mentransfer ilmunya kepada orang lain, yang mentransfer ilmu adalah guru dan yang menerimanya adalah murid

2) Tenaga kependidikan

Tenaga kependidikan merupakan seseorang yang bekerja di sekolah antara lain, kepala sekolah, kurikulum, sekretaris, humas, tata usaha, bendahara, tenaga kebersihan dll.

⁴² David Wijaya. *Pemasaran jasa pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016)195

⁴³ Ibid. *Pemasaran jasa pendidikan* , 159

3) Peserta didik

Peserta didik merupakan seseorang yang menerima ilmu dari orang lain baik secara dhohiriyah atau batiniyah, antara lain murid yang menerima ilmu dan guru yang mentransfer ilmu.

Berbagai macam fenomena yang terjadi di dalam penyelenggaraan sebuah pendidikan baik yang ada di Sekolah atau Madrasah maupun di lembaga swasta terutama saat penerimaan siswa baru. Masyarakat seakan mengerti tahu bahwa Sekolah atau Madrasah yang memang layak untuk mendidik putra atau putrinya mereka, bagi semua orangtua kriteria-kriteria Madrasah harus memiliki citra yang baik dan unggul sehingga itu tampak pasti kepada pelanggan atau konsumen bisa puas atau tidaknya bila sudah menggunakan jasa dari madrasah/sekolah tersebut.

Kepala sekolah dalam hal ini mempunyai tugas pokok dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan terhadap hubungannya dengan masyarakat, supaya madrasah/sekolah memiliki nilai yang baik bagi masyarakat publik. Sehingga menjadi penyebab tertariknya masyarakat terhadap madrasah/sekolah tersebut atas kepuasan masyarakat dari pelayanan dari madrasah/sekolah tersebut. Madrasah/sekolah termasuk organisasi produksi yang membuat kepuasan konsumen terhadap jasa pendidikan dari madrasah/sekolah. Orang tua dan peserta didik sebagai konsumen, serta semua pihak yang mempunyai hubungan dengan sekolah atau madrasah. Apabila

produsen atau dengan kata lain sekolah atau madrasah tempat sebagai penyalur ilmu tidak dapat memasarkan hasil produksinya atau jasa pendidikannya maka itu bisa menjadi kendala dan akan menjadi penyebab kurang disukai oleh para konsumen, dan itu tidak akan memberikan nilai tambah bagi suatu peningkatan pribadi setiap per individunya, dalam suatu pelayanan yang kurang memuaskan itu bisa menjadi penyebab produk yang akan dipasarkan tidak akan laku di pasaran atau di lingkungan masyarakat terutama lingkungan masyarakat sekolah atau madrasah. Akibat dari itu maka semua sekolah atau madrasah akan mundur atau akan ditutup, karena kurangnya minat masyarakat terhadap sekolah atau madrasah.⁴⁴

Adapun fungsi dari kinerja produk yaitu membuat konsumen atau pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh madrasah/sekolah terhadap masyarakat. Sehingga semua manajer harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap diri sendiri, agar produk jasa pendidikan lebih berkualitas maka masyarakat juga ikut serta dalam merumuskan strategi dan semua kebijakan agar madrasah/sekolah tersebut unggul dalam bersaing dengan lembaga lain.

⁴⁴ Anita Nadyasti, *Manajemen Pemasaran Dalam Pendidikan Islam Di Min 6 Bandar Lampung*, (Lampung, Skripsi, 2020) 10-11