

ABSTRAK

Ach Jailani MZ, 2020. Strategi Pemasaran *Event* PHBI Dalam Mendorong Budaya Religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan, Skripsi, Fakultas Tarbiyah, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Dosen Pembimbing: Dr. H. Saiful Hadi, M. Pd.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran PHBI, Budaya Religius

Penelitian ini dilatarbelakangi, pelaksanaan *event* PHBI (Peringatan Hari Besar Islam) di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan yang belum mencapai harapan maksimal, karena perilaku siswa, belum mencapai harapan yang maksimal seperti masih adanya siswa yang bolos sekolah, pergaulan siswa sampai larut malam, adanya siswa yang tidak ikut serta dalam beberapa kegiatan hari-hari besar Islam yang dilaksanakan. Selain itu masih minim respon guru terhadap perilaku-perilaku yang menyimpang, namun demikian guru SMA Al Falah telah berupaya dengan memaksimalkan organisasi sekolah seperti OSIS untuk turut serta membantu dalam memberikan pelayanan dan pelaksanaan program-program sekolah.

Fokus dalam penelitian ini yaitu: a) Bagaimana strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong sekolah religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan, b) Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong sekolah religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologis. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan informannya adalah kepala sekolah, Pembina OSIS dan ketua OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan. Sedangkan pengecekan keabsahan data melalui perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, uraian rinci, Triangulasi dan *Auditing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a. strategi pemasaran event PHBI di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan, yaitu 1) Menggunakan strategi yang mengandung unsur pertandingan (*Leisure Event*), 2) Melibatkan lembaga lain tidak hanya sebagai peserta (*Persobal Event*), 3) Mengadakan lomba yang baru dan lama, 4), Aktif melakukan kegiatan sosialisasi dan koordinasi, 5) Mengaktifkan organisasi OSIS, 6) Mengirimkan surat surat undangan kepada beberapa lembaga, 7) Memanfaatkan media sosial. b. faktor pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran event PHBI di SMA Al Falah yaitu, 1) Faktor pendukung meliputi; a) Peserta yang hadir juga melibatkan siswa dari lembaga lain, b) Adanya partisipasi masyarakat, c) Kegiatan PHBI terlaksana dengan meriah, d) Adanya keterlibatan lembaga lain dalam kepanitiaan, e) Adanya respon positif dari pihak yayasan 2) Faktor penghambat yang meliputi; a) Tidak adanya jaringan Wifi, b) Tamu undangan hanya terbatas pada siswa dan orang tua murid pada malam perayaan, c) Lokasi perayaan bersifat permanen.