

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Sejarah Singkat Berdirinya SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan.

SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan merupakan sekolah swasta yang berada di pedesaan, yang berdiri sejak tahun 1999, dibawah naungan Yayasan PP Al Falah Sumber Gayam pada 5 Desember 2018, dengan No. SK. No. P2T/505/19.03/01/XII/2018. Lembaga tersebut beralamatkan di Jl. PP Al Falah Sumber Gayam Desa Kadur Kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan yang luas bangunanya 2.150 m². Sedangkan luas tanah seluruhnya 2.460 m². Sekarang sudah terakreditasi A. SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan mengalami perkembangan semakin pesat dari tahun ke tahun tidak hanya dari segi jumlah siswa akan tetapi juga dari segi program, sarana prasana, tenaga pendidik yang sesuai dengan bidangnya dan juga lembaga tersebut eksis dan berhasil meraih beberapa penghargaan dalam beberapa ajang kompetensi baik pada bidang akademik maupun non akademik yang telah diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten Pamekasan. Pada tahun pelajaran 2018/2019 jumlah siswa SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan sebanyak 231 orang siswa. Sedangkan tenaga pendidik di lembaga tersebut sebanyak 36 orang guru .

2. Profil SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

Adapun profil SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan adalah sebagai berikut :

- a. Nama Sekolah : SMA AL FALAH

- b. NSS : 304052612014
- c. NPSN : 20552084
- d. Tahun Berdiri : 1999
- e. Alamat Sekolah : Jl. PP. Al Falah Sumber Gayam
Desa/ Kelurahan : Kadur
Kecamatan : Kadur
Kab./ Kota : Pamekasan
- f. Telp./ Fax. : -
- g. E-Mail : smalf_kdr@ymail.com
- h. Status Sekolah : Swasta
- i. Kepemilikan : Yayasan
- j. Ijin Operasional : No. P2T/505/19.03/01/XII/2018 Tanggal 5 Desember
2018
- k. Akreditasi : A/87 Tahun 2016
- l. Identitas Kepala Sekolah
Nama : Mohamad Jasuli, M. Pd
Pangkat /Golongan : Penata Tk. 1 / III d
NIP 197112121994031009
- m. E-Mail : mohamadjasuli@gmail.com

3. Visi dan Misi SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

Demi tercapainya suatu tujuan yang diinginkan dari lembaga tersebut, maka SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan memiliki visi dan misi sebagai berikut:

a. Visi

Mewujudkan insan berkualitas, unggul dalam bidang IMTAQ, IPTEK, berakhlaqul karimah, serta menjadi insane berilmu yang amaliah dan amal yang ilmiah.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan yang mengacu pada perkembangan pola pikir sesuai potensi pesertadidik.
- 2) Memupuk semangat kemajuan dan keunggulan secara intensif kepada seluruh warga dalam berbagai aspek.
- 3) Menanamkan pemahaman dan pengalaman tentang ajaran agama islam serta aqidah akhlaq sebagai acuan dalam bertindak dan bersikap.
- 4) Melaksanakan pemahaman dan pengalaman tentang pelajaran pengembangan diri peserta didik.
- 5) Melaksanakan peningkatan prestasi akademik dan non akademik.
- 6) Melaksanakan pembelajaran berbasis ICT.
- 7) Menerapkan manajemen partisipatif bagi warga sekolah sebagai wujud pengembangan budaya kepesantrenan
- 8) Keadaan Sarana dan Prasarana SMA Al Falah Kadur Pamekasan

Berikut ini tabel sarana prasarana di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan :¹

Tabel 1
Sarana Prasaran SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

No	Jenis Sarana Prasaran	Jumlah	Keterangan
1	Ruang Kelas	11	Baik

¹ Observasi, Tentang Sarana Prasarana SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan, Tanggal 15 Juli 2020.

2	Ruang Guru	1	Baik
3	Ruang Kepala Sekolah	1	Baik
4	Ruang Guru BP	1	Baik
5	Kantin	1	Baik
6	Ruang Tamu	1	Baik
7	Mushalla	1	Baik
8	Perpustakaan	1	Baik
9	Laboratorium	1	Baik
10	Gudang	1	Kurang Baik
11	Toilet Guru dan Siswa	7	Kurang Baik

B. Temuan Penelitian

Berikut ini temuan hasil penelitian tentang Strategi Pemasaran Event PHBI Dalam Mendorong Budaya Religius Di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan yaitu:

1. Strategi pemasaran *event* PHBI dalam mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

Sebuah lembaga pendidikan dapat dikatakan berhasil apabila mampu menghasilkan program-program yang bermutu sehingga dapat meningkatkan intensitas kegiatan belajar mengajar yang bermutu pula. Untuk itu diperlukan kemampuan dan keinginan personel sekolah (kepala sekolah dan guru) melaksanakan tugas-tugasnya sesuai dengan kemampuan dan keahlian yang dimilikinya, akan tetapi keberhasilan seorang guru dalam tugasnya sebagai pendidik selain pengelolaan pembelajaran yang efektif dan efisien juga pengelolaan lingkungan belajar turut menjadi penentu terwujudnya kegiatan pembelajaran yang efektif. Hal tersebut menunjukkan bahwa selain proses kegiatan belajar, program ekstrakurikuler turut serta menunjang kapasitas lembaga dalam menghasilkan agenda dan program lembaga yang mendapatkan nilai positif tidak hanya bagi siswa sendiri akan tetapi juga bagi *stakeholder*.

Kepala sekolah, guru dan organisasi sekolah sebagai pelaku utama dalam setiap kegiatan ekstrakurikuler tidak hanya bertugas dalam membuat dan melaksanakan event khususnya pada event PHBI dengan lancar, akan tetapi juga cakap dan mampu mengkondisikan suasana lingkungan sekolah dengan karakteristiknya. Oleh karena itu diperlukan beberapa strategi khusus untuk menghasilkan suatu event yang dapat menarik minat *stakeholder*, sehingga dukungan dan animo masyarakat terhadap lembaga sangat membantu peningkatan mutu pendidikan khususnya di SMA Al Falah Kadur Pamekasan. Beberapa strategi yang digunakan oleh SMA Al Falah Kadur Pamekasan dalam pemasaran event khususnya pada event PHBI, berikut ini kutipan wawancaranya;

“Untuk mendatangkan pengunjung yang banyak, kami dalam menyelenggarakan event PHBI didukung dengan kegiatan perlombaan, dimana kegiatan tersebut tentunya disesuaikan dengan jenis event dan tema yang kami angkat pada saat itu, misalnya dalam memperingati Maulid Nabi, kami juga menyelenggarakan kegiatan lomba Nasyid Islami yang melibatkan lembaga-lembaga di Kabupaten Pamekasan setiap tahunnya.”²

Kutipan wawancara tersebut menjelaskan bahwasannya strategi pemasaran event yang digunakan menggunakan jenis strategi *leisure event*, karena untuk mendatangkan pengunjung yang banyak pihak lembaga menggunakan kegiatan perlombaan setiap tahunnya untuk mendukung event PHBI yang diselenggarakan agar tetap meriah, sesuai jenis dan tema yang diangkat dalam kegiatan event PHBI.

Sedangkan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti kepala sekolah, guru dan pelaksana tugas OSIS mengadakan rapat intern untuk mengagendakan event-event yang akan dilaksanakan setiap tahunnya dan setelah mendapatkan hasil pembina OSIS melakukan koordinasi dengan OSIS lembaga

² Muhammad Jazuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Juli 2020.

mengenai event-event yang akan dilaksanakan secara terjadwal dan penanggung jawab pada masing-masing event tersebut. Salah satu event yang biasanya dilaksanakan setiap tahunnya adalah event lomba Nasyid Islami yang tentunya para peserta yang dilibatkan tidak hanya dari siswa Al Falah itu sendiri, akan tetapi juga dari lembaga-lembaga se Kabupaten Pamekasan.³

Berdasarkan kutipan wawancara dan observasi tersebut strategi pemasaran event PHBI yang digunakan oleh SMA Al Falah adalah dengan menggunakan beberapa jenis perlombaan untuk menarik pengunjung sebagai upaya dalam mendukung pelaksanaan event PHBI yang diselenggarakan agar dipenuhi oleh pengunjung, jenis strategi ini dikenal dengan istilah strategi *leisure event*, karena yang menjadi target utama adalah banyaknya pengunjung yang hadir, sehingga menghadirkan ide-ide baru yang lebih baik setiap tahunnya.

Untuk menghadirkan pengunjung yang banyak, tentunya harus ada beberapa pihak yang terlibat didalamnya, hal itu juga terjadi di SMA Al Falah, dimana dalam melaksanakan event-event PHBI setiap tahunnya selalu melibatkan tidak hanya organisasi OSIS, akan tetapi juga melibatkan lembaga lain dalam kepanitiaannya. Sebagaimana disampaikan Kepala Sekolah berikut ini;

“Dalam kegiatan event PHBI, lembaga ini tidak hanya melibatkan guru dan OSIS lembaga, akan tetapi juga melibatkan perwakilan sekolah-sekolah sesuai dengan skala event yang akan dilaksanakan, seperti halnya jika event PHBI berskala tingkat Kabupaten, maka pihak lembaga melibatkan perwakilan sekolah-sekolah se Kabupaten Pamekasan ataupun tingkat Kecamatan, sehingga dapat kita ketahui animo lembaga lain terhadap setiap event yang kami laksanakan berdasarkan dari banyaknya peserta yang ikut dalam kegiatan yang dilaksanakan.”⁴

Selain itu Pembina OSIS menambahkan;

³ Observasi, Tentang Penetapan dan Agenda Event PHBI, Tanggal 27 Juli 2020.

⁴ Muhammad Jazuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Juli 2020.

“Salah satu strategi kami dalam setiap pemasaran event, khususnya pada event PHBI adalah dengan melibatkan perwakilan para peserta /lembaga lain tidak hanya menjadi peserta, akan tetapi juga menjadi panitia pada event tersebut yang harapannya lembaga lain ikut merasakan dan memiliki tanggungjawab dalam mensukseskan kegiatan tersebut dan sampai saat ini setiap event yang dilaksanakan selau diharapkan oleh lembaga-lembaga lain pelaksanaannya.”⁵

Dalam beberapa event PHBI yang diselenggarakan oleh SMA Al Falah, melibatkan lembaga-lembaga se Kabupaten Pamekasan tidak hanya sebagai peserta akan tetapi juga ikut andil sebagai panitia dalam setiap kegiatan yang diadakan yang harapannya dapat ikut serta merasakan tidak hanya sebagai pelaksana kegiatan, akan tetapi juga memiliki tanggung jawab yang sama dalam mensukseskan kegiatan event. Jenis strategi yang digunakan tersebut dalam istilah pemasaran disebut dengan strategi *personal event*. Beberapa event PHBI yang diagendakan SMA Al Falah diantaranya sebagai berikut:

- a. Lomba Nasyid Islami
- b. Peringatan Isra' dan Mi'raj
- c. Peringatan 1 Muharram
- d. Peringatan Maulid Nabi
- e. Pondok Ramadhan
- f. Lomba Pidato Bahasa Inggris dan Bahasa Arab tingkat SLTP

Selain itu jenis strategi yang juga digunakan oleh SMA Al Falah adalah dengan tetap menyelenggarakan event-event yang telah diselenggarakan pada tahun-tahun sebelumnya juga menyelenggarakan event-event baru berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan setelah melaksanakan event. Hal ini sebagaimana disampaikan pembina OSIS berikut ini;

⁵ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Juli 2020.

”Dalam penyelenggaraan event di lembaga ini, dengan tetap melaksanakan event-event yang pernah diadakan seperti kegiatan lomba Nasyid Islami, Pidato, Shalawat al Banjari, dan ceramah agama, hal ini merupakan salah satu event yang selalu menjadi event yang menarik tidak hanya bagi pengunjung, akan tetapi juga bagi peserta yang selalu banyak setiap tahunnya, sehingga tetap kami laksanakan. Adapun event-event yang baru seperti, Qiro’ah dan yang baru-baru ini kami adakan seperti desain seni grafis.⁶

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, SMA Al Falah berupaya tetap menggunakan strategi pengadaan event yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya yang dijadikan sebagai salah satu kegiatan tahunan seperti lomba Nasyid Islami, Pidato, Shalawat al Banjari, dan ceramah agama selain sebagai ciri khas lembaga agar tetap selalu dinantikan kegiatannya oleh peserta dan pengunjung. Adapun kegiatan-kegiatan yang baru untuk selalu membuat penasaran pelaksanaannya oleh pengunjung seperti Qiro’ah dan yang baru-baru ini kami adakan event seperti desain seni grafis mengadakan event-event.

Selain hal-hal di atas strategi lembaga dalam kegiatan pemasaran event PHBI adalah dengan melakukan koordinasi tidak hanya dengan OSIS lembaga, akan tetapi juga dengan lembaga-lembaga lain yang nantinya event PHBI yang akan dilaksanakan mendapatkan respon positif dari lembaga lain, sebagaimana yang disampaikan Pembina OSIS berikut ini;

“Kami selaku penggerak setiap kegiatan ekstrakurikuler tidak henti-hentinya melakukan kegiatan sosialisasi dan koordinasi dengan lembaga-lembaga lain tidak hanya lembaga di wilayah Kabupaten Pamekasan, akan tetapi juga diluar wilayah Kabupaten Pamekasan pernah kami lakukan selain sebagai tambahan ilmu bagi lembaga dalam melaksanakan setiap event yang bermutu yang akan dilaksanakan akan tetapi juga memasarkan event-event yang pernah kami laksanakan.”⁷

Hal senada juga sebagaimana yang disampaikan ketua OSIS berikut ini;

⁶ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Juli 2020.

⁷ Syamsul Hadi, Pembina Osisi SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 19 Juli 2020.

“Dalam mengadakan kegiatan sosialisasi dan koordinasi dengan berbagai lembaga harus kami lakukan sebagai tambahan pengalaman dan wawasan bagi kami. Kegiatan sosialisasi kami gunakan untuk memasarkan kepada lembaga lain bahwa kami ada sebagai salah satu lembaga dalam mensyiarkan kegiatan-kegiatan keagamaan yang nantinya dapat diikuti oleh lembaga lain. Sedangkan kegiatan koordinasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan lembaga lain sebagai perwakilan dalam kepanitiaan event untuk menghasilkan event yang bermutu.⁸

Sedangkan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, Pembina OSIS SMA Al Falah mengarahkan ketua OSIS dan anggotanya untuk melaksanakan tugas-tugasnya sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya agar organisasi OSIS di lembaga tersebut berjalan sesuai dengan bidangnya dan menghasilkan sikap kerjasama yang baik, sehingga organisasi lembaga dapat berjalan dengan maksimal. Dalam kegiatan tersebut Pembina OSIS selalu memantau kegiatan-kegiatan yang dilakukan anggota OSIS agar tetap sesuai jalur berdasarkan tugas pokok dan fungsinya dalam setiap minggunya.⁹

Berdasarkan kutipan wawancara dan hasil observasi di atas untuk menghasilkan event yang bermutu khususnya event pada event PHBI, Pembina OSIS dan OSIS melakukan kegiatan sosialisasi dan koordinasi.

- a. Kegiatan sosialisasi berguna untuk memasarkan kepada lembaga lain bahwa SMA Al Falah sebagai salah satu lembaga yang setiap tahunnya memiliki event-event keagamaan yang nantinya dapat diikuti oleh lembaga lain.
- b. Kegiatan koordinasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh SMA Al Falah dengan lembaga lain sebagai perwakilan dalam kepanitiaan event untuk menghasilkan event yang bermutu.

untuk menarik minat siswa atau peserta event PHBI salah satu hal yang dilakukan adalah dengan mengagendakan event yang menarik dan cakupannya

⁸ Zainurruddin, Ketua OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 19 Juli 2020.

⁹ Observasi, Tentang Pemantauan Kinerja OSIS, Tanggal 02 Agustus 2020.

tidak hanya dalam lingkup lembaga, akan tetapi mencakup lembaga-lembaga pada tingkat Kabupaten. Dengan cara tersebut respon dan animo masyarakat sangat positif dan dampaknya SMA Al Falah memiliki banyak peminat untuk menyekolahkan putra-putrinya di lembaga tersebut, meskipun lembaga ini berada di daerah pelosok yang berada dibawah naungan Yayasan Pondok Pesantren. Sebagaimana disampaikan kepala sekolah berikut ini;

“Sampai saat ini lembaga ini sangat mendapatkan respon positif dari masyarakat khususnya masyarakat yang ada di lingkungan sekitar. Respon dan animo masyarakat tersebut diwujudkan dalam bentuk antusiasme masyarakat dan lembaga-lembaga di wilayah Kabupaten Pamekasan dalam ikut serta mensukseskan setiap event yang dilaksanakan. Dari hasil kegiatan tersebut dampaknya semakin meningkatnya calon peserta didik di lembaga ini setiap tahun.”¹⁰

Syamsul Hadi menambahkan bahwa dengan aktifnya kegiatan keorganisasian di SMA Al Falah Kadur Pamekasan secara tidak langsung dapat menambah nilai plus bagi lembaga terhadap penilaian masyarakat, dimana selain kemampuan dan kreatifitas siswa dapat diarahkan pada kegiatan yang positif, akan tetapi juga dapat mengembangkan wawasan siswa dalam berorganisasi”¹¹

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mendukung lembaga agar terus mendapatkan respon positif dari berbagai kalangan baik dari masyarakat maupun dari lembaga-lembaga lainnya dengan terus mengaktifkan kegiatan keorganisasian seperti OSIS di SMA Al Falah Kadur Pamekasan dan hal tersebut secara tidak langsung menambah nilai plus bagi lembaga terhadap penilaian masyarakat, karena kegiatan organisasi tersebut selain kemampuan dan kreatifitas siswa dapat diarahkan pada kegiatan yang

¹⁰ Muhammad Jazuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 20 Juli 2020.

¹¹ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 20 Juli 2020.

positif, akan tetapi juga dapat mengembangkan wawasan siswa dalam berorganisasi.

Selain itu strategi yang digunakan SMA Al Falah dalam memasarkan setiap event yang akan dilaksanakan adalah dengan mengirimkan surat kepada beberapa lembaga untuk mengirimkan atau mengutus perwakilannya untuk ikut serta dalam kegiatan event tersebut. Sebagaimana disampaikan Pembina OSIS berikut ini;

“Kegiatan pemasaran event sangat penting dilakukan oleh OSIS sebagai pelaksana tugas harian dalam rangka mensukseskan setiap event yang dilaksanakan. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengirimkan surat kepada beberapa lembaga untuk mengutus perwakilannya dalam kegiatan event yang dilaksanakan SMA Al Falah, dengan cara tersebut kami rasa sangat efektif, karena beberapa lembaga akan mengetahui jenis event yang dilaksanakan.”¹²

Hal senada juga disampaikan oleh ketua OSIS berikut ini;

“Kami selalu memberitahukan kepada beberapa lembaga jenis event yang akan dilaksanakan dan diminta untuk mengirimkan perwakilannya dalam kegiatan tersebut, semakin banyak peserta yang ikut menunjukkan bahwa jenis event tersebut sangat diminati oleh lembaga lain dan perlu dikembangkan prosedurnya sebagai hasil dari evaluasi yang dilakukan setelah event selesai.”¹³

Untuk menambah validitas data yang sudah diperoleh, peneliti mengadakan observasi ke lokasi penelitian mengenai strategi yang digunakan SMA Al Falah dalam memasarkan event yang akan dilaksanakan. Dalam melaksanakan tugas-tugas keorganisasian seluruh anggota OSIS memiliki sikap tanggung jawab dan disiplin terhadap tugas dan fungsinya sebagai anggota OSIS, sehingga organisasi di SMA Falah tetap aktif dari waktu ke waktu. Salah satu tugas dalam mengirimkan surat kepada beberapa lembaga dalam setiap pelaksanaan event tetap menjadi tugas bagian Humas pada organisasi dan menjadi tanggung jawab tersampainya surat

¹² Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 24 Juli 2020.

¹³ Zainurruddin, Ketua OSIS Periode 2020-2021 SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 02 Agustus 2020.

resmi kepada beberapa lembaga dalam memasarkan setiap event yang akan dilaksanakan.¹⁴

Dalam kutipan wawancara dan observasi di atas masalah pemasaran event sangat penting dilakukan oleh OSIS SMA Al Falah dalam rangka mensukseskan setiap event yang dilaksanakan, salah satunya dengan cara mengirimkan surat kepada beberapa lembaga untuk mengutus perwakilannya dalam kegiatan event yang dilaksanakan oleh SMA Al Falah, sehingga beberapa lembaga akan mengetahui jenis event yang dilaksanakan dan bersedia mengirim utusannya dalam kegiatan event tersebut.

Untuk lebih memaksimalkan terselenggaranya event, strategi pemasaran yang dilakukan SMA Al Falah menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp dan halaman Web lembaga. Hal tersebut dirasa menjadi salah satu strategi paling efektif, karena bisa diketahui oleh semua kalangan, sehingga dapat memungkinkan kegiatan event memiliki peserta yang banyak dan dengan banyak atau sedikitnya peserta yang ikut menunjukkan bahwa kegiatan event dapat diketahui efektif tidaknya untuk dilaksanakan. Sebagaimana disampaikan kepala sekolah berikut ini;

“Untuk lebih memaksimalkan kegiatan event yang akan dilaksanakan. Lembaga ini memanfaatkan media sosial dalam pemasarannya, karena hal itu kami rasa cukup efektif, dimana pada zaman ini semua kalangan sudah bisa mengakses dunia internet, sehingga informasi sekecil apapun sudah dapat diterima oleh masyarakat khususnya oleh lembaga-lembaga peserta yang sudah biasa mengirimkan utusannya untuk ikut serta memeriahkan kegiatan event berdasarkan informasi dari media sosial tersebut.”¹⁵

Hal senada juga disampaikan oleh Pembina OSIS berikut ini;

¹⁴ Observasi, Tentang Pelaksana Tugas Bagian Humas pada OSIS , Tanggal 10 Agustus 2020.

¹⁵ Muhammad Jasuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 05 Agustus 2020.

“Agar lembaga lain dapat mengetahui informasi secara detail mengenai sistematika kegiatan event yang akan dilaksanakan, kami menggunakan media social seperti Facebook, Whatsapp dan halaman Web lembaga. Strategi ini sangat membantu agar pihak lembaga lain lebih mudah mengakses segala informasi yang berkaitan dengan kegiatan event yang akan dilaksanakan oleh SMA Al Falah.¹⁶

Untuk menambah validitas data yang sudah diperoleh, peneliti mengadakan observasi ke lokasi penelitian mengenai strategi yang digunakan SMA Al Falah dalam memasarkan event yang akan dilaksanakan. Keaktifan organisasi OSIS di SMA Al Falah semakin meningkat dari waktu ke waktu karena dengan suksesnya kegiatan yang diadakan para anggota OSIS pada bidang Publikasi dan komunikasi semakin maksimal mendesain halaman Web sekolah untuk menampilkan beberapa informasi yang dapat diterima oleh masyarakat atau peserta jauh hari sebelumnya, sehingga pada aspek pemasarannya akan lebih baik.¹⁷

Berdasarkan kutipan wawancara dan hasil observasi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial seperti Fcebook, Whatsapp dan halaman Web sekolah merupakan salah satu jenis strategi pemasaran yang dianggap paling efektif, karena segala informasi mengenai event yang akan dilaksanakan dapat diterima dan dilihat oleh semua kalangan dan untuk itu anggota OSIS SMA Al Falah pada bidang publikasi dan dokumentasi bekerja lebih maksimal agar informasi yang diberikan dapat diterima oleh masyarakat jauh hari sebelum pelaksanaan kegiatan event, khususnya event PHBI.

Dari hasil temuan yang diperoleh mengenai strategi pemasaran *event* PHBI dalam mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan yaitu sebagai berikut:

¹⁶ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 05 Agustus 2020.

¹⁷ Observasi, Tugas Pokok Bidang Publikasi dan Dokumentasi OSIS SMA Al Falah , Tanggal 05 Aguatus 2020.

- a. SMA Al Falah menggunakan strategi yang mengandung unsur pertandingan. strategi pemasaran event PHBI dengan menggunakan beberapa jenis perlombaan berguna untuk menarik minat pengunjung sebagai upaya dalam mendukung pelaksanaan event PHBI yang diselenggarakan, jenis strategi ini dikenal dengan istilah strategi *leisure event*, karena yang menjadi target utama adalah banyaknya pengunjung yang hadir, sehingga menghadirkan ide-ide baru yang lebih baik setiap tahunnya
- b. SMA Al Falah melibatkan lembaga lain tidak hanya sebagai peserta, akan tetapi juga sebagai panitia, misalnya menjadi salah satu juri dalam beberapa lomba yang dalam teori dikenal dengan istilah *personal event*.
- c. SMA Al Falah menggunakan strategi dengan tetap menyelenggarakan event-event yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya dan juga event-event yang baru berdasarkan hasil evaluasi ataupun saran dari lembaga peserta untuk tahun berikutnya.
- d. SMA Al Falah aktif melakukan kegiatan sosialisasi dan kegiatan koordinasi dengan lembaga-lembaga lain
- e. Untuk menarik minat dan mendapatkan respon positif masyarakat, SMA Al Falah mengaktifkan organisasi OSIS sebagai nilai plus lembaga agar kreatifitas dan kemampuan siswa terarah pada hal-hal yang lebih positif
- f. Mengirimkan surat kepada beberapa lembaga agar bersedia mengutus perwakilannya dalam kegiatan event yang dilaksanakan oleh SMA Al Falah
- g. Menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp dan halaman Web lembaga untuk bisa mengakses segala informasi yang berkaitan dengan event yang bisa diterima oleh semua kalangan

2. Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Penerapan Strategi Pemasaran *Event* PHBI dalam Mendorong Budaya Religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

a. Faktor pendukung

Dalam melaksanakan setiap agenda, program ataupun tindakan, tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Demikian juga di SMA Al Falah Kadur Pamekasan salah satu faktor yang mendukung terlaksananya event PHBI yaitu antusiasme peserta didik yang tidak hanya dikalangan SMA Al Falah saja, namun dari berbagai sekolah yang ada di Kabupaten Pamekasan juga ikut andil dan turut serta dalam kegiatan tersebut, sehingga membuat kegiatan PHBI semakin meriah dan selalu dinantikan pelaksanaannya oleh lembaga-lembaga lain. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh kepala sekolah berikut ini;

"Setiap kegiatan event, khususnya event PHBI selalu terlaksana dengan meriah, karena pesertanya tidak hanya dari SMA Al Falah sendiri, namun juga melibatkan lembaga-lembaga lain, sehingga kegiatan tersebut selalu meriah dan selalu dinantikan pelaksanaannya oleh lembaga-lembaga lain, seperti dalam memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW, dimana untuk memeriahkan hari besar tersebut lembaga kami mengadakan lomba Nasyid Islami dan dan pidato bahasa Arab dan Inggris yang peserta sangat banyak, dalam pelaksanaannya lembaga kami mengundang lembaga lain tidak hanya sebagai peserta, akan tetapi juga masuk dalam kepanitiaan, sehingga sistem penilaiannya tidak ada yang diuntungkan dan dirugikan dan betul-betul berdasarkan kemampuan dari peserta sendiri"¹⁸

Apa yang disampaikan di atas senada dengan apa yang disampaikan oleh Pembina OSIS berikut ini;

“Sampai saat ini setiap pelaksanaan event, khususnya pada event PHBI, lembaga kami selalu mendapatkan respon positif dari berbagai lembaga, sehingga kegiatan PHBI menjadi agenda tahunan yang selalu dinantikan tidak hanya oleh peserta didik yang ada di SMA Al Falah sendiri, namun

¹⁸ Muhammad Jasuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 05 Agustus 2020.

juga dari berbagai lembaga yang ada di kabupaten Pamekasan, khususnya di Kecamatan Kadur.”¹⁹

Sedangkan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan jumlah peserta yang ikut dalam lomba Nasyid Islami dan lomba pidato yang banyak untuk memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW,²⁰ selain peserta yang ada di SMA Al Falah juga dari berbagai peserta didik yang ada di Kabupaten Pamekasan, kegiatan tersebut terlaksana dengan optimal, karena panitia pelaksana melibatkan lembaga-lembaga lain untuk masuk dalam kepanitiaan acara lomba tersebut, sehingga sistem penilaiannya benar-benar berdasarkan kemampuan yang dimiliki peserta.

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi kegiatan event PHBI menjadi salah satu program unggulan di SMA Al Falah karena selalu terlaksana dengan meriah, hal tersebut disebabkan karena pesertanya tidak hanya dari SMA Al Falah sendiri, namun juga melibatkan lembaga-lembaga lain, seperti dalam memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW, untuk memeriahkan hari besar tersebut SMA Al Falah mengadakan lomba Nasyid Islami dan pidato bahasa Arab dan Inggris yang peserta melibatkan lembaga-lembaga yang ada di Kabupaten Pamekasan, tidak hanya sebagai peserta, akan tetapi juga masuk dalam kepanitiaan, sehingga sistem penilaiannya tidak ada yang diuntungkan dan dirugikan dan benar-benar berdasarkan kemampuan peserta sendiri.

Setiap lembaga pasti ingin mendapatkan pengakuan positif dari masyarakat, tidak hanya dari segi prestasi akan tetapi juga dari segi program dan agenda lembaga yang efektif, sehingga lembaga mampu menghasilkan siswa lulusan tidak

¹⁹ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 05 Agustus 2020.

²⁰ Observasi, Tentang Pelaksanaan Lomba Nasyid Islami dan Pidato, Tanggal 30 Oktober 2019.

hanya cakap pada bidang keakademikan tetapi juga cakap pada bidang non akademik. SMA Al Falah meskipun merupakan sekolah swasta yang berada dibawah naungan yayasan pondok pesantren, akan tetapi juga tetap eksis dalam beberapa bidang non akademik, seperti aktifnya organisasi OSIS yang dapat menghidupkan kegiatan ekstra di sekolah, beberapa respon positif masyarakat ditunjukkan dengan adanya kerjasama antara lembaga dengan masyarakat setiap mengadakan event yang turut serta masuk dalam unsur kepanitiaan pada perayaan hari-hari besar, seperti perayaan maulid Nabi, Isra' dan Mi'raj, dan 1 Muharram, sebagaimana disampaikan kepala sekolah bahwa dengan terlibatnya masyarakat dalam beberapa event hari raya besar Islam segala permasalahan yang ada dapat dengan mudah diatasi, sehingga kegiatan yang selama ini terlaksana dapat berjalan dengan lancar.²¹

Zainurruddin menambahkan

“Dalam kegiatan perayaan hari besar Islam kami tetap melibatkan masyarakat dalam unsur kepanitiaan karena pada awal dilaksanakannya kegiatan masyarakat sendiri meminta kepada OSIS untuk dilibatkan dalam setiap melaksanakan perayaan hari besar Islam. Dengan adanya peran serta masyarakat kami tidak memiliki kendala dengan dana, karena masyarakat bersedia menyumbang tidak hanya dari segi fisik akan tetapi juga dari segi finansial dan bahkan sebagian masyarakat ada yang menyumbang nasi kotak untuk diberikan kepada para undangan dalam malam perayaan.²²

Berdasarkan kutipan wawancara di atas dalam kegiatan perayaan hari besar Islam SMA Al Falah melibatkan masyarakat dalam unsur kepanitiaan sejak awal dilaksanakannya kegiatan PHBI berdasarkan permintaan masyarakat terhadap OSIS. Dengan adanya peran serta masyarakat lembaga tidak memiliki kendala

²¹ Muhammad Jasuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 08 Agustus 2020..

²² Zainurruddin, Ketua OSIS Periode 2020-2021 SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 08 Agustus 2020.

dari tenaga maupun dari segi finansial seperti masyarakat bersedia menyumbang nasi kotak untuk diberikan kepada para undangan pada malam perayaan.

Dalam kegiatan pemasaran PHBI, SMA Al Falah melibatkan pihak lain sebagai partner. Partner yang dimaksud adalah SMA Al Falah meminta lembaga-lembaga lain tidak hanya terlibat sebagai peserta, namun juga terlibat sebagai panitia, sebagaimana yang disampaikan pembina OSIS berikut ini;

“Dalam memasarkan kegiatan event PHBI ini, kami melibatkan pihak-pihak lain tidak hanya sebagai peserta akan tetapi juga sebagai panitia, seperti dalam pelaksanaan lomba, lembaga lain diminta untuk bersedia menjadi juri untuk memutus statmen kecurangan yang akan terjadi, dengan begitu respon negatif peserta terhadap kecurangan yang akan terjadi dapat diminimalisir, karena pihak lembaga benar-benar mengharapkan kemampuan peserta menjadi prioritas dalam menjuarai lomba yang dilaksanakan.”²³

Ketua OSIS SMA Al Falah menambahkan bahwa kegiatan PHBI yang dilaksanakan SMA Al Falah selalu dinantikan tidak hanya oleh masyarakat, akan tetapi juga bagi lembaga-lembaga lain yang dijadikan ajang sebagai dalam mengukur tingkat kemampuan masing-masing siswanya.²⁴

Berdasarkan kutipan wawancara di atas bahwasannya dalam kegiatan pemasaran event PHBI, SMA Al Falah melibatkan pihak-pihak lain tidak hanya sebagai peserta akan tetapi juga sebagai panitia, seperti dalam pelaksanaan lomba, lembaga lain diminta untuk bersedia menjadi juri untuk memutus statmen kecurangan yang akan terjadi, dengan begitu respon negatif peserta terhadap kecurangan yang akan terjadi dapat diminimalisir, karena pihak lembaga benar-benar mengharapkan kemampuan peserta menjadi prioritas dalam menjuarai lomba yang dilaksanakan.

²³ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 10 Agustus 2020.

²⁴ Zainurruddin, Ketua OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 10 Agustus 2020.

Adapun dengan aktifnya organisasi OSIS di SMA Al Falah, pihak yayasan merespon dengan dengan baik, khususnya ketika organisasi tersebut melaksanakan kegiatan PHBI, karena kegiatan tersebut sesuai dengan program pondok pesantren. Artinya kegiatan dan program yang dilaksanakan oleh OSIS sangat mendapat respon positif dari pihak yayasan selama tidak melanggar aturan-aturan yang diterapkan oleh pondok pesantren. Sebagaimana yang disampaikan oleh kepala sekolah berikut ini;

"Pada dasarnya sebelum membuat program-program kegiatan, kami selaku penanggung jawab lembaga pastinya meminta izin terlebih dahulu kepada pihak yayasan termasuk sistem dan pelaksanaannya dan sampai saat ini pihak yayasan selalu memberikan dorongan kepada pihak lembaga untuk lebih mengaktifkan kegiatan keagamaan dan dengan even-even yang kami laksanakan, pihak yayasan setuju dengan langkah-langkah yang kami ambil dan sedapat mungkin untuk dilanjutkan."²⁵

Senada dengan apa yang disampaikan di atas, ketua OSIS menambahkan bahwasannya meskipun sebagian kecil siswa di SMA Al Falah berasal dari pondok pesantren menjadi bahan pertimbangan dan bahan evaluasi dalam melaksanakan event-event yang diperbolehkan dan yang dilarang oleh pondok pesantren atau yayasan, oleh karena itu pihak yayasan selalu mendukung setiap kegiatan yang diadakan oleh OSIS.²⁶

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan sebagian besar siswa SMA Al Falah berasal dari luar pondok pesantren, namun meskipun demikian peraturan dan segala tata tertib yang diterapkannya tetap mengacu pada peraturan pondok pesantren seperti diwajibkannya memakai jilbab bagi siswi, tidak boleh bersalaman secara langsung bagi siswi kepada guru laki-laki dan juga sebaliknya,

²⁵ Muhammad Jazuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 12 Agustus 2020.

²⁶ Zainurruddin, Ketua OSIS Periode 2020-2021 SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 12 Agustus 2020.

siswa dan siswi ditempatkan secara terpisah dan yang lainnya. Tatatertib tersebut merupakan sebagian tatatertib pondok pesantren yang diadopsi oleh SMA Al Falah dalam melaksanakan proses belajar mengajarnya.

Berdasarkan kutipan wawancara dan hasil observasi dalam membuat program-program kegiatan SMA Al Falah terlebih dahulu meminta izin terlebih dahulu kepada pihak yayasan termasuk sistem dan pelaksanaannya dan sampai saat ini pihak yayasan selalu memberikan dorongan kepada pihak lembaga untuk lebih mengaktifkan kegiatan keagamaan dan menyetujui langkah-langkah yang diterapkan.

b. Faktor Penghambat

Bagaimanapun baiknya suatu acara bisa dipastikan juga memiliki kelemahan, demikian juga di SMA Al Falah dalam melakukan pemasaran event PHBI juga memiliki faktor-faktor penghambatnya seperti tidak adanya sarana jaringan Wifi di lembaga, sehingga dalam memasarkan melalui media sosial bersifat individu, hal tersebut dikeluhkan oleh OSIS karena didalam bekerja menjadi terhambat meskipun tidak secara signifikan, sebagaimana disampaikan ketua OSIS berikut ini;

"Tersedianya sarana prasarana yang memadai sangat menunjang dalam memasarkan kegiatan event yang kami agendakan, seperti adanya jaringan Wifi. Selama ini yang kami lakukan dalam kegiatan pemasarannya bersifat individu bukan atas nama lembaga, hal ini kami rasa kurang efektif meskipun tidak secara signifikan juga dapat menghambat kami dalam mengeksplor tugas-tugas kami."²⁷

Hal senada juga sebagaimana disampaikan pembina OSIS berikut ini;

"Pada dasarnya untuk menunjang kegiatan pemasaran event PHBI di lembaga ini adalah dengan adanya fasilitas dan sarana yang mendukung, salah satu kelemahan kami meskipun tidak secara signifikan adalah memiliki jaringan

²⁷Zainurruddin, Ketua OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Agustus 2020.

Wifi, agar OSIS dapat bekerja secara optimal. Akan tetapi meskipun kendala tersebut ada sampai saat ini tidak mengganggu kinerja OSIS dalam melaksanakan tugas-tugasnya”²⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas SMA Al Falah tidak memiliki jaringan Wifi namun tidak mengganggu kinerja OSIS karena kegiatan pemasaran yang selama dilakukan bersifat individu, karena pihak yayasan tidak memperbolehkan lembaga untuk memiliki jaringan Wifi, disamping dana yang harus dikeluarkan lembaga membengkak, juga mudharatnya lebih besar dibanding manfaatnya. Dengan tidak disetujuinya pemasangan jaringan Wifi oleh yayasan, maka lembaga harus mengikuti peraturan yang telah ditetapkan yayasan.

Kegiatan pemasaran sedapat mungkin tersampaikan secara detail kepada khalayak umum, sehingga kegiatan event yang dilaksanakan dapat dinikmati dan dirasakan oleh masyarakat, hal tersebut berbanding terbalik dengan apa yang terjadi di SMA Al Falah dimana kegiatan pemasaran event PHBI hanya terbatas pada kegiatan lomba, sedangkan pada malam perayaannya tidak ada, hal ini membuat undangan dan orang yang hadir hanya terbatas pada siswa dan wali murid SMA Al Falah saja, sebagaimana disampaikan kepala sekolah berikut ini;

”Salah satu kelamahan kami mengapa pada malam puncak pesta perayaan hari-hari besar agama tamu-tamu yang hadir hanya terbatas pada siswa dan orang tua murid saja, itu dikarenakan kurangnya informasi yang kami sampaikan kepada masyarakat umum, sehingga terkesan malam perayaan yang dilaksanakan khusus bagi siswa dan orang tua murid saja, padahal tidak demikian dengan banyaknya tamu undangan yang hadir membuat acara semakin meriah dan sukses, namun hal ini menjadi bahan evaluasi bagi kami untuk kedepannya.”²⁹

Apa yang disampaikan kepala sekolah di atas, lain halnya apa yang disampaikan ketua OSIS berikut ini;

²⁸ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Agustus 2020.

²⁹ Muhammad Jazuli, Kepala Sekolah SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 15 Agustus 2020.

“Sebetulnya kegiatan pemasaran PHBI telah kami laksanakan tidak hanya pada acara-acara lomba saja, namun juga pada malam puncak perayaan telah kami lakukan akan tetapi tidak semeriah pada acara lomba yang memang pesertanya dari berbagai lembaga yang ada di kota Pamekasan dan dari beberapa hasil evaluasi yang kami lakukan mengenai hal ini belum menemui titik temu dan belum mendapatkan solusi mengapa pada malam puncak perayaan tidak semeriah pada acara-acara lomba yang dilaksanakan.³⁰

Berdasarkan kutipan wawancara di atas tamu undangan yang hadir hanya terbatas pada siswa dan orang tua murid SMA Al Falah saja, sehingga pada malam puncak perayaan tidak semeriah pada acara-acara lomba yang dilaksanakan, salah satu penyebabnya adalah minimnya informasi dan kegiatan pemasaran terhadap masyarakat umum.

Sedangkan mengenai lokasi pelaksanaan event PHBI di SMA Al Falah hanya terbatas pada lokasi lembaga, hal ini disebabkan karena tidak adanya koordinasi antara pelaksana (guru dan OSIS) dengan pihak yayasan, sehingga perayaan PHBI tidak bersifat umum. Hal ini sebagaimana disampaikan Pembina OSIS bahwa mengenai lokasi pelaksanaan PHBI hanya sebatas di lokasi lembaga, hal itu karena disadari bahwa SMA Al Falah masih dibawah naungan yayasan pondok pesantren, sehingga untuk merubah tradisi yang ada itu tidak bisa.³¹

Sedangkan menurut ketua OSIS salah satu keinginan yang paling diharapkan adalah lokasi perayaan hendaknya ada di luar lembaga, dengan begitu kegiatan PHBI nantinya lebih meriah karena banyak tamu undangan dari masyarakat umum yang akan hadir. Dengan banyaknya undangan yang hadir menandakan bahwa kegiatan PHBI dapat dikatakan sukses.³²

³⁰ Zainurruddin, Ketua OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 19 Agustus 2020.

³¹ Syamsul Hadi, Pembina OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 19 Agustus 2020.

³² Zainurruddin, Ketua OSIS SMA Al Falah Kadur Pamekasan, Wawancara, Tanggal 19 Agustus 2020.

Berdasarkan kutipan wawancara di atas lokasi perayaan PHBI hanya terbatas pada lokasi lembaga di SMA Al Falah sehingga kegiatan PHBI lebih terkesan bersifat terbatas pada siswa dan orang tua siswa AL Falah itu sendiri, salah satu penyebabnya karena tradisi yang ada lokasi perayaan bersifat permanen sehingga untuk merubahnya membutuhkan koordinasi dan izin dari pihak yayasan yang notabene berada dibawah naungan yayasan pondok pesantren.

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh di lokasi penelitian mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat penerapan strategi pemasaran *event* PHBI dalam mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan yaitu sebagai berikut:

a. Faktor pendukung

- 1) Peserta yang hadir tidak hanya meliputi siswa SMA Al Falah, akan tetapi melibatkan siswa dari lembaga-lembaga lain
- 2) Adanya partisipasi masyarakat tidak hanya dari segi tenaga, akan tetapi juga dari segi finansial
- 3) Kegiatan PHBI yang didukung dengan acara lomba selalu meriah karena dihadiri oleh lembaga-lembaga lain yang ada di kota Pamekasan
- 4) Adanya keterlibatan lembaga lain dalam unsur kepanitiaan pada acara-acara lomba
- 5) Adanya respon positif dari pihak yayasan terhadap kegiatan PHBI yang dilaksanakan

b. Faktor penghambat

- 1) Tidak adanya jaringan Wifi, membuat kegiatan pemasaran PHBI mengalami hambatan dalam mengeksplor informasi melalui media social

- 2) Tamu undangan yang hadir terkesan hanya terbatas pada siswa dan orang tua murid pada malam perayaan
- 3) Lokasi perayaan bersifat permanen yaitu hanya di lokasi lembaga SMA Al Falah

B. Pembahasan

Peneliti mencoba menganalisa data sesuai dengan temuan-temuan dilapangan yang dihubungkan dengan teori yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Event PHBI dalam Mendorong Budaya Religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

Penggunaan strategi dalam bidang pemasaran untuk menciptakan kondisi pemasaran yang kondusif dan stabil sehingga memberikan dampak yang positif bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut, (baik produsen maupun konsumen). Strategi pemasaran pendidikan dapat dilakukan dengan cara sekolah/madrasah mempromosikan visi-misi untuk mempengaruhi dan memperkenalkan lembaganya yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan (siswa, orang tua, masyarakat) melalui proses pertukaran dengan prinsip kepuasan konsumen, yang dilakukan secara terus-menerus dan berkesinambungan.

Penerapan Strategi pemasaran dimaksudkan sebagai proses untuk mengembangkan, dan memelihara kesesuaian strategis antara tujuan dan kemampuan lembaga, serta perubahan peluang pemasaran. Strategi pemasaran meliputi aktivitas untuk mengembangkan misi yang jelas, mendukung tujuan dan sasaran lembaga, strategi yang logis, serta pelaksanaan yang tepat.³³

³³ Syahrial labaso, PENERAPAN MARKETING MIX SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MAN 1 YOGYAKARTA, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol.3, Nomer 2, 2018, hlm. 293.

Untuk itu dalam kegiatan pemasaran event PHBI sangatlah penting agar kegiatan yang dirancang dengan tema tertentu dengan tujuan untuk menarik perhatian orang lain agar dapat memahami pesan yang ditampilkan, sehingga dapat mendekatkan konsumen atau orang lain dengan kegiatan yang dirancang.

Pendidikan dalam perspektif manajemen dapat dipahami sebagai proses pelayanan pengetahuan sehingga produk yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan ialah jasa pelayanan ilmu pengetahuan. Sebagai penyedia jasa, lembaga pendidikan diharapkan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pelanggan (masyarakat). Konsep strategi pemasaran (*marketing strategy*) untuk memprediksi permintaan dan kebutuhan masyarakat terhadap *output* lembaga pendidikan.

Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan (*need and want*) bagi pelanggannya (masyarakat). Menurut Faizin untuk menciptakan layanan yang memuaskan, maka lembaga harus menciptakan bauran pemasaran yaitu unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan/lembaga mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (masyarakat).³⁴

Sedangkan menurut Any Noor beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memasarkan event khususnya event PHBI ada 2 cara yaitu event PHBI yang baru dan event PHBI yang lama yaitu

- a. Pemasaran event yang baru. Pemasaran ini meliputi antara lain;
 - 1) Menetapkan tujuan diselenggarakannya event dengan jelas
 - 2) Menetapkan hasil apa yang diharapkan dari event
 - 3) Menetapkan komponen yang ada dalam event

³⁴ Imam Faizin, STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN NILAI JUAL MADRASAH, *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7, Nomer 2, 2017, hlm 266.

- 4) Menjelaskan target pasar yang dituju dari penyelenggaraan event
 - 5) Menjelaskan berapa biaya pemasaran yang dibutuhkan
 - 6) Menyusun jadwal pemasaran yang jelas
- b. Pemasaran event lama atau yang pernah diselenggarakan. Pemasaran ini meliputi;
- 1) Mendata jumlah pengunjung
 - 2) Mendata pengeluaran pengunjung
 - 3) Melakukan pemasaran yang efektif
 - 4) Mengetahui harapan dan kepuasan pengunjung.³⁵

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong sekolah religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan sebagai berikut:

- a. SMA Al Falah menggunakan strategi yang mengandung unsur pertandingan. strategi pemasaran event PHBI dengan menggunakan beberapa jenis perlombaan yang berguna untuk menarik minat pengunjung sebagai upaya dalam mendukung pelaksanaan event PHBI yang diselenggarakan, beberapa jenis perlombaan yang sering dilaksanakan setiap hari-hari besar Islam diantaranya;
- 1) Lomba Nasyid Islami
 - 2) Lomba Pidato bahasa Arab-Inggris
 - 3) Qiro'ah
 - 4) Shalawat Banjari

Jenis strategi ini dikenal dengan istilah strategi *leisure event*, karena yang menjadi target utama adalah banyaknya pengunjung yang hadir, sehingga menghadirkan ide-ide baru yang lebih baik setiap tahunnya.

- b. SMA Al Falah melibatkan lembaga lain tidak hanya sebagai peserta, akan tetapi juga sebagai panitia, misalnya menjadi salah satu juri dalam beberapa lomba. Dengan terlibatnya beberapa lembaga strategi pemasaran event yang

³⁵ Any Nor, *Manajemen Event*, hlm. 243-250.

diterapkan SMA Al Falah mendapatkan hasil yang maksimal, karena tidak hanya dari segi banyaknya pengunjung, akan tetapi juga dari banyaknya lembaga yang ikut serta sebagai peserta. yang dalam teori dikenal dengan istilah *personal event*.

- c. SMA Al Falah menggunakan strategi dengan tetap menyelenggarakan event-event yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya dan juga event-event yang baru berdasarkan hasil evaluasi ataupun saran dari lembaga peserta untuk tahun berikutnya.
- d. SMA Al Falah aktif melakukan kegiatan sosialisasi dan kegiatan koordinasi dengan lembaga-lembaga lain. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memasarkan kepada lembaga lain bahwa SMA Al Falah sebagai salah satu lembaga yang setiap tahunnya memiliki event-event keagamaan yang nantinya dapat diikuti oleh lembaga lain. Sedangkan kegiatan koordinasi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh SMA Al Falah dengan lembaga lain sebagai perwakilan dalam kepanitiaan event untuk menghasilkan event yang bermutu.
- e. Untuk menarik minat dan mendapatkan respon positif masyarakat, SMA Falah mengaktifkan organisasi OSIS sebagai nilai plus lembaga agar kreatifitas dan kemampuan siswa terarah pada hal-hal yang lebih positif
- f. Mengirimkan surat kepada beberapa lembaga agar bersedia mengutus perwakilannya dalam kegiatan event yang dilaksanakan oleh SMA Al Falah, sehingga beberapa lembaga akan mengetahui jenis event yang dilaksanakan dan bersedia mengirim utusannya dalam kegiatan event tersebut
- g. Menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp dan halaman Web lembaga untuk bisa mengakses segala informasi yang berkaitan dengan event yang bisa diterima oleh semua kalangan

Salah satu fungsi pemasaran event PHBI di sekolah adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu kegiatan pemasaran harus berorientasi pada pelanggan (siswa). Menurut Muhaimin beberapa langkah dalam kegiatan pemasaran yaitu sebagai berikut;

- a. Tujuan harus didefinisikan secara jelas yang mencakup hasil, proses, dan juga strategi
- b. Membuat rencana pemasaran dan usaha-usaha pemasaran pada masing-masing kelompok sasaran
- c. Melakukan komunikasi secara bertahap
- d. Membuat daftar kebutuhan logistic.³⁶

Selain itu dalam kegiatan pemasaran event harus diutamakan kebutuhan khusus masyarakat yang diperkirakan dapat memuaskannya. Sekolah/lembaga pendidikan harus mempermosikan berbagai hal kepada kelompok-kelompok masyarakat yang paling potensial. Dengan kata lain sekolah atau lembaga pendidikan harus mampu membuat program-program layanan pendidikan yang berorientasi kepada masyarakat sebagai pangsa pasar pendidikan, sekaligus berusaha mempengaruhi masyarakat yang menyesuaikan dengan kebutuhan sekolah atau lembaga pendidikan.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Pemasaran Event PHBI dalam Mendorong Budaya Religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan

Semua orang di dunia ini pada dasarnya melakukan kegiatan berjualan. Apapun profesinya pasti melakukan sebuah transaksi penjualan bagi kebutuhan masyarakat, misalnya saja seorang dokter yang menjual jasa pengobatan, guru yang menjual jasa mengajar. Banyak yang mengatakan menjual adalah pemasaran

³⁶ Muhaimin,dkk, *manajemen Pendidikan*. Jakarta: Kencana, 2009, hlm. 101.

ataupun memasang iklan, padahal menjual dan memasang iklan hanya merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran meliputi kegiatan yang lebih dari menjual atau memasang iklan, sehingga dibutuhkan strategi salah satunya strategi pemasaran. Menurut Sofjan strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya suatu tujuan.³⁷

Pemasaran tidak hanya mencakup promosi dan penjualan di bidang produk atau jasa, tetapi juga menjual konsep ide/ gagasan, karier, tempat, hiburan, maupun kegiatan-kegiatan atau event. Masalah utama dalam setiap penyelenggaraan event termasuk juga pada event PHBI adalah kekacauan yang disebabkan buruknya perencanaan yang berkenaan dengan manajemen kearsipan, tata letak kegiatan dan juga tenaga pelaksana yang kurang professional.

Setiap pelaksanaan event PHBI berlangsung melalui sebuah proses yang terdiri dari beberapa hal seperti melakukan penelitian, membuat desain event, merencanakan event, mengkoordinasikan pelaksanaan event dan evaluasi.³⁸ Oleh karena berhasil tidaknya suatu pemasaran event bergantung pada seberapa banya jumlah pengunjung bergantung pada kegiatan promosi sehingga menarik perhatian dan membangkitkan minat khalayak, peserta dan calon pengunjung event. Untuk memastikan produktivitas sebuah event termasuk juga event PHBI yang diselenggarakan mendapat perhatian dari khlayak langkah-langkah yang harus diambil menurut Sulyus yaitu;

- a. Acara yang diselenggarakan harus menarik
- b. Sebagian liputan berita oleh media tidak selalu terjadi dengan sendirinya

³⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013, hlm. 168.

³⁸ Sulyus Natoradjo, *Event Organizing*, hlm. 20.

- c. Media akan tertarik apabila ada orang penting turut mengambil bagian dalam kegiatan tersebut
- d. Hadiah dan *door-prize* yang diberikan harus menarik dan unik
- e. Kegiatan event didukung oleh kegiatan lainnya.³⁹

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor Pendukung dan faktor penghambat strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong sekolah religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan yaitu sebagai berikut:

a. Faktor pendukung. Faktor ini meliputi;

- 1) Peserta yang hadir tidak hanya meliputi siswa SMA Al Falah, akan tetapi melibatkan siswa dari lembaga-lembaga lain. Kegiatan event PHBI menjadi salah satu program unggulan di SMA Al Falah karena peserta yang ikut serta tidak hanya dari SMA Al Falah, namun juga melibatkan lembaga-lembaga lain, seperti dalam memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW, untuk memeriahkan hari besar tersebut SMA Al Falah mengadakan lomba Nasyid Islami dan pidato bahasa Arab dan Inggris yang peserta melibatkan lembaga-lembaga yang ada di Kabupaten Pamekasan, tidak hanya sebagai peserta, akan tetapi juga masuk dalam kepanitiaan.
- 2) Adanya partisipasi masyarakat tidak hanya dari segi tenaga, akan tetapi juga dari segi finansial. Aktifnya organisasi OSIS yang dapat menghidupkan kegiatan ekstra di sekolah, beberapa respon positif masyarakat ditunjukkan dengan adanya kerjasama antara lembaga dengan masyarakat baik berupa tenaga maupun finansial, seperti pada perayaan maulid Nabi, Isra' dan Mi'raj, dan 1 Muharram dll.

³⁹ Sulyus Natoradjo, *Event Organizing*, hlm. 141.

- 3) Kegiatan PHBI yang didukung dengan acara lomba selalu meriah karena dihadiri oleh lembaga-lembaga lain yang ada di kota Pamekasan. Dalam melaksanakan kegiatan event PHBI ini di dukung dengan acara-acara lomba sesuai dengan jenis perayaan yang dilaksanakan seperti acara Maulid Nabi didukung dengan acara lomba Nasyid Islami dan pidato, Isra' dan mi'raj didukung dengan acara lomba qira'ah.
 - 4) Adanya keterlibatan lembaga lain dalam unsur kepanitiaan pada acara-acara lomba. kegiatan pemasaran event PHBI. Dalam menyelenggarakan event PHBI SMA Al falah melibatkan pihak-pihak lain tidak hanya sebagai peserta akan tetapi juga sebagai panitia, seperti dalam pelaksanaan lomba, lembaga lain diminta untuk bersedia menjadi juri untuk memutus statmen kecurangan yang akan terjadi.
 - 5) Adanya respon positif dari pihak yayasan terhadap kegiatan PHBI yang dilaksanakan. Dalam membuat program-program kegiatan, SMA Al Falah terlebih dahulu meminta izin terlebih dahulu kepada pihak yayasan termasuk sistem dan pelaksanaannya, oleh karena itu yayasan selalu memberikan dorongan kepada pihak lembaga untuk lebih mengaktifkan kegiatan keagamaan dan menyetujui langkah-langkah yang diterapkan.
- b. Faktor penghambat. Faktor ini meliputi;
- 1) Tidak adanya jaringan Wifi, membuat kegiatan pemasaran PHBI mengalami hambatan dalam mengeksplor informasi melalui media sosial
 - 2) Tamu undangan yang hadir terkesan hanya terbatas pada siswa dan orang tua murid pada malam perayaan
 - 3) Lokasi perayaan bersifat permanen yaitu hanya di lokasi lembaga SMA Al Falah

Rendahnya alasan akademik yang dijadikan dasar bagi orang tua untuk memilih madrasah sesungguhnya merupakan tantangan bagi manajemen sekolah dan semua *stakeholder* yang terkait dengan sekolah agar dapat memperluas dan meningkatkan pemasaran madrasah. Sekolah dapat dipasarkan manakala mampu menunjukkan kualitas akademik yang dapat dipertanggungjawabkan. Apabila hal tersebut yang dikehendaki, maka madrasah tidak dapat lagi bertahan dengan paradigma klasiknya dalam pengelolaan sekolah, cara-cara konservatif dan jauh dari citra akademik mesti ditinggalkan. Perlu dilakukan langkah strategis dalam mengelola sekolah, cara tradisional dan konvensional tidak dapat lagi bertahan dengan paradigma klasiknya dalam pengelolaan sekolah. Justru sebaliknya, sekolah mesti dikelola secara profesional dengan manajemen yang modern, senantiasa konsen terhadap mutu, dan memperhatikan kebutuhan, harapan, dan kepuasan orang tua, serta semua *stakeholders*.

Fungsi strategi pemasaran PHBI di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat calon siswa. Oleh karena itu strategi pemasaran PHBI harus berorientasi pada pelanggan. Menurut Muhaimin untuk memilih suatu sekolah siswa dan orang tua selalu dihadapkan oleh adanya pilihan-pilihan tentang berbagi sekolah dan memilih sekolah dengan mengambil keputusan yang paling menguntungkan.⁴⁰

Dengan demikian faktor-faktor personal dan di luar personal sangat menentukan apa yang akan diputuskan. Faktor personal meliputi, kognisi (kualitas dan kuantitas), motif (dan sikap. Sedangkan faktor di luar personal meliputi kesan, perasaan dan konsepsi seseorang mengenai sekolah, objek, orang atau lembaga.

⁴⁰ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan, Aplikasi dalam penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana, 2009, hlm. 112.