

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Keberadaan seorang pemimpin sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi, hal ini dikarenakan pemimpinlah yang akan menentukan arah organisasi yang akan di bawa, kepemimpinan merupakan salah satu faktor utama dalam mencapai suatu tujuan organisasi. Seorang pemimpin juga harus mempunyai strategi agar tujuan yang telah dirumuskan dapat tercapai. Dengan adanya strategi, organisasi akan dengan mudah membuat, menyusun serta mengevaluasi apa saja yang harus dilakukan kedepannya, sehingga organisasi menjadi lebih terorganisir dan tidak hanya terombang-ambing mengikuti arus. Organisasi yang memiliki strategi yang baik akan menghasilkan daya saing yang lebih tinggi sehingga dengan mudah suatu organisasi tersebut dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Sekolah sebagai lembaga pendidikan tentunya membutuhkan kepala sekolah yang mampu memimpin dan mengelola sekolah dengan profesional. Strategi kepemimpinan sekolah merupakan cara untuk mengatasi segala kendala atau tantangan dengan memanfaatkan segala sumber daya sekolah, termasuk untuk meningkatkan profesionalisme guru untuk mencapai tujuan sekolah.¹ Kepala sekolah harus mempunyai

¹ I Wayan Aryawan, "Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah Di Era Revolusi Industri 4.0 Berlandaskan Pada Konsep Panca Upaya Sandhi," *Jurnal Ilmiah Ilmu Social* 5, No. 2 (2019).133

kemampuan untuk berpikir dari segi tindakan agar dapat membantu organisasi sekolah untuk beradaptasi dengan dunia luar.

Kepala sekolah harus mempunyai kemampuan untuk berpikir dari segi tindakan kepala sekolah agar dapat membantu organisasi sekolah untuk beradaptasi dengan dunia luar. Strategi kepala sekolah merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong sekolah untuk dapat mewujudkan visi, misi, tujuan dan sasaran sekolah melalui program yang dilaksanakan secara terencana dan bertahap.²

Dengan demikian, strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Kepala sekolah harus dapat memfungsikan perannya secara maksimal sehingga mampu memimpin sekolah dengan bijak dan terarah serta mengarah pada pencapaian tujuan maksimal demi meningkatnya kualitas dan mutu pendidikan disekolah. Pendidikan yang berkualitas ditandai dengan kepala sekolah yang mempunyai keahlian lengkap sebagai pemimpin, guru yang mempunyai keahlian memadai dalam mengajar, dan siswa yang bisa belajar dan mampu menyerap setiap materi pelajaran.

Kepala sekolah sebagai *agent of change* harus mampu mengembangkan

² Sri Banun, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Smp Negeri 2 Unggul Mesjid Raya Kabupaten Aceh Besar" *Jurnal Adminstrasi Pendidikan* 4, No. 1 (2016).138

sekolahnya melalui kepemimpinan kewirausahaan dengan mengorganisir sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama dengan perilaku proaktif, mengoptimalkan risiko, berinovasi untuk memanfaatkan peluang, mengambil tanggung jawab pribadi dan mengelola perubahan dalam lingkungan yang dinamis untuk kepentingan organisasi sekolah.

Pendidikan kewirausahaan pada dasarnya menitik beratkan pada penciptaan budaya kewirausahaan. Hal tersebut dimaksudkan untuk membantu wirausahawan potensial untuk mengidentifikasi dan mengejar peluang, tidak terbatas pada peningkatan start-up, usaha yang inovatif dan menciptakan pekerjaan baru. Melalui pendidikan kewirausahaan yang diberikan dalam pendidikan tinggi, akan membantu generasi muda untuk mempersiapkan diri dengan menjadi lebih kreatif dan percaya diri dalam melakukan berbagai macam kegiatan.³

Perubahan dalam lingkungan bisnis semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman dan kebutuhan manusia. Salah satu usaha yang sangat menjanjikan yaitu usaha di bidang perhotelan. Usaha dibidang perhotelan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari bidang pariwisata, layaknya rumah, hotel tersedia bagi masyarakat sebagai usaha penyedia akomodasi yang menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa umum lainnya yang dikelola secara komersial.⁴

³ Hurriah, Pendidikan Kewirausahaan: Konsep, Karakteristik Dan Implikasi dalam memandirikan generasi muda”jurnal kajian islam kontemporer 11, No 1(2020).104

⁴ Muhammad Rayhan Janitra, *Hotel Syariah: Konsep dan Penerapan* (Depok: Rajawali Pers, 2017). 1-2.

Pertumbuhan dan perkembangan penduduk semakin meningkat dan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat membuat para pengusaha berlomba-lomba dalam menawarkan produk atau jasanya. Berbagai hotel mulai meningkatkan fasilitas dan pelayanannya agar bisa menjadi pembeda dan unggul di antara hotel yang lain sehingga dapat menarik minat para parawisata atau konsumen untuk menggunakan layanan jasa yang ditawarkan oleh hotel tersebut.

Biasanya yang menjadi pembeda antara hotel satu dengan hotel lainnya yaitu berdasarkan pada harga, kualitas, layanan, fasilitas, promosi dan lokasi. Oleh sebab itu manajemen pemasaran yang baik serta strategi promosi yang tepat sangat diperlukan untuk menarik minat parawisata atau konsumen untuk menginap di hotel tersebut agar mendapatkan hasil yang maksimal. Bisnis perhotelan ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu, semua yang ditawarkan itu merupakan produk hotel. Produk hotel tersebut dapat dibagi dalam beberapa bentuk seperti kamar hotel, layanan makanan dan minuman restoran dan fasilitas lainnya. Sehingga jasa hotel lebih banyak menekankan pada citra fasilitas hotel.

Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan, bauran pemasaran, dan tingkat biaya pemasaran yang

di perlukan.⁵ Jadi strategi pemasaran hotel sangat diperlukan untuk menarik perhatian dan minat pengunjung, jika pengunjung merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang ada akan membuatnya betah berlama-lama di hotel yang mana nantinya setelah masa menginap selesai pengunjung tersebut mau merekomendasikan kepada orang lain, sehingga informasi mengenai hotel dapat disebarluaskan langsung oleh pengunjung tersebut.

Di SMKN 3 Pamekasan terdapat beberapa wirausaha dan salah satunya adalah hotel, hal tersebutlah yang membedakan sekolah SMKN 3 Pamekasan dengan sekolah lain. SMKN 3 Pamekasan merupakan salah satu sekolah yang mampu mengelola unit usahanya sendiri dengan menggunakan beberapa strategi yang dilakukan kepala sekolah dalam menarik minat perngunjung. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang “Strategi Kepala Sekolah Dalam Menarik Minat Pengunjung “Hotel di SMKN 3” Pamekasan”. Karena peneliti ingin mengetahui lebih luas lagi tentang strategi yang di lakukan kepala sekolah dalam menarik minat pengunjung sehingga pengunjung tertarik dengan hotel yang ada di sekolah tersebut. Hal ini menjadikan ilmu baru bagi peneliti untuk mengetahui cara mengelola unit usaha hotel tersebut.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, maka peneliti memfokuskan pembahasan penelitian pada:

⁵ Kristiana”strategi komunikasi pemasaran hotel bintang empat meraih pelanggan.”*jurnal administrasi kantor* 7,no 1(2019). 66

1. Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menarik minat pengunjung hotel SMKN 3 Pamekasan?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi kepala sekolah dalam menarik minat pengunjung hotel SMKN 3 Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian konteks dan fokus penelitian di atas, maka peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi kepala sekolah dalam menarik minat pengunjung hotel SMKN 3 Pamekasan.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi kepala sekolah dalam menarik minat pengunjung hotel SMKN 3 Pamekasan.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap bisa memberikan manfaat tentang Strategi Pemasaran Kepala Sekolah dalam menarik minat pengunjung hotel SMKN 3 Pamekasan. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada para akademisi untuk menambah pengetahuan tentang ekonomi khususnya di bidang ilmu manajemen strategi dan pemasaran dalam jasa layanan perhotelan khususnya di hotel SMKN 3 Pamekasan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan saran untuk melakukan kegiatan bisnis agar bisa berkembang lebih pesat lagi serta sebagai referensi dalam menentukan strategi yang tepat untuk pemasaran, sehingga dapat diperoleh kinerja yang lebih baik di masa yang akan datang.

Penelitian ini sangat berguna bagi kepala sekolah dan juga manager hotel, penelitian ini bisa menjadi tambahan wawasan dalam mengembangkan dan meningkatkan minat pengunjung hotel.

E. Definisi Istilah

Terdapat beberapa istilah yang perlu dijelaskan agar terdapat kesamaan penafsiran dan menghindari kekaburan makna atau untuk menghindari kurang jelasan kata kunci yang terdapat dalam judul proposal skripsi ini. Sehingga dapat menambah pemahaman yang sama antara pembaca dan peneliti.

Kepala sekolah didefinisikan sebagai seorang tenaga fungsional guru di beri tugas untuk memimpin suatu sekolah dimana di selenggarakan proses belajar mengajar atau tempat dimana terjadi interaksi antara guru yang memberi pelajaran dan murid yang menerima pelajaran. Dalam penjelasan tersebut peneliti memberi batasan istilah sebagai berikut:

1. Kepala sekolah merupakan seorang guru atau jabatan fungsional yang di angkat untuk menduduki jabatan struktural di sekolah di SMKN 3 Pamekasan. Hal ini berdasarkan pernyataan dari Noni S. Bawu.⁶
2. Minat berkunjung adalah perasaan ingin melakukan kunjungan kembali terhadap suatu tempat yang menarik. Minat memiliki pengaruh besar kepada seseorang terhadap objek yang diinginkan. Hal ini berdasarkan pernyataan dari Hengki Mangiring Parulian Simarmata.⁷
3. Hotel SMKN 3 Pamekasan merupakan sebuah penginapan yang dikelola oleh sekolah. Hotel ini bisa dikunjungi oleh siapapun untuk beristirahat dan menginap dengan harga terjangkau. Selain itu hotel SMKN 3 Pamekasan juga dijadikan sebagai tempat belajar perhotelan secara langsung bagi siswa SMKN 3 Pamekasan, maka dari itu hotel ini di beri nama EDOTEL(*education hotel*) SMKN 3 Pamekasan.

F. Kajian Terdahulu

Dalam hal ini peneliti mencari literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Dedy Fajar Maulana Yusro salah satu mahasiswa institut agama islam negeri madura pada tahun 2021 dengan judul “strategi kepala sekolah dalam mengelola unit usaha produksi srikandi bakery pada kompetensi keahlian tata boga di SMKN 3 Pamekasan”. Dalam penelitiannya memfokuskan pada

⁶ Noni S. Bawu, “Strategi Pembentukan Karakter Peserta Didik Oleh Kepala Madrasah”, *Irfani: Jurnal Pendidikan Islam* 17, no. 1 (2021): 14

⁷ Hengki Mangiring Parulian Simarmata, “Peningkatan Kualitas Layanan Untuk Kepuasan Pelanggan” *Jurnal Bk & BI Politeknik Bisnis Indonesia*, (2018), 45.

pertama strategi yang diterapkan kepala sekolah dalam mengelola unit usaha produksi bakery pada keahlian tata boga, kedua tentang faktor pendukung dalam mengelola unit usaha bakery pada keahlian tata boga, ketiga faktor penghambat dan solusi dari mengelola unit usaha produksi bakery pada kompetensi keahlian tata boga di SMKN 3 Pamekasan. Dengan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *pertama*, strategi yang diterapkan kepala sekolah dalam mengelola unit usaha yaitu dengan cara mengganti kepala bagian unit usaha yang tidak sesuai kinerjanya, dan mengevaluasi setiap unit usaha yang tidak berjalan sesuai dengan ketentuan yang sudah ditentukan. *Kedua*, faktor pendukung dalam mengelola unit usaha yakni lengkapnya peralatan untuk produksi roti, karyawan yang sudah berkompeten di bidang tata boga, dan juga semua warga sekolah yang membantu memperkenalkan produk bakery kepada masyarakat luar. *Ketiga*, faktor penghambat dan solusi dalam mengelola unit usaha yaitu banyaknya saingan yang mengelola usaha yang sama tapi kita mengantisipasinya dengan cara meningkatkan kreatifitas dan inovasi agar lebih menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan penelitian di atas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Dedy Fajar Maulana Yusro dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Persamaannya

adalah penelitian sama-sama membahas tentang kewirausahaan dalam pendidikan dan sama-sama melakukan penelitian di SMKN 3 Pamekasan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dedy lebih fokus tentang pengelolaan usaha bakery di sekolah tersebut, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih fokus kepada strategi pemasaran.

2. Skripsi yang ditulis oleh Ach.Jailani MZ salah satu mahasiswa institut agama islam negeri madura pada tahun 2020 dengan judul” Strategi Pemasaran *Event* PHBI dalam Mendorong Budaya Religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur pamekasan. Dalam penelitiannya *pertama* memfokuskan pada strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur pamekasan. *Kedua* memfokuskan faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran event PHBI dalam Mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur pamekasan yaitu menggunakan strategi yang mengandung unsur pertandingan atau perlombaan,melibatkan lembaga lain sebagai panitia, dan mengadakan lomba-lomba yang baru, yang pernah dan sering dilaksanakan. *Kedua*, faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran event PHBI dalam mendorong budaya religius di SMA Al Falah Sumber Gayam Kadur Pamekasan. Faktor pendukung

meliputi peserta yang hadir melibatkan siswa dari lembaga-lembaga yang lain dan adanya partisipasi masyarakat tidak hanya dari segi tenaga akan tetapi juga dari segi finansial. Faktor penghambat meliputi tidak ada jaringan Wifi dan lokasi perayaan bersifat permanen yaitu hanya di lokasi lembaga tersebut.

Berdasarkan penelitian di atas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ach. Jailani dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Persamaannya adalah penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran di lembaga pendidikan. Sedangkan perbedaannya penelitian yang dilakukan oleh Ach. Jailani lebih fokus tentang kepada pemasaran event yang diadakan di sekolah tersebut, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih fokus pada pemasaran hotel di sekolah tersebut.

3. Skripsi yang ditulis oleh Indah Syafawati salah satu mahasiswa institut agama islam negeri madura pada tahun 2020 dengan judul” Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Daya Saing Berbasis Nilai Spiritual di SMAN 1 Pamekasan. Dalam penelitiannya *pertama* memfokuskan pada bentuk strategi pemasaran jasa pendidikan melalui daya saing berbasis nilai spiritual di SMAN 1 Pamekasan. *Kedua* tentang faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui daya saing berbasis nilai spiritual di SMAN 1 Pamekasan. Dengan hasil penelitian adalah *pertama*,

SMAN 1 Pamekasan melakukan pemasaran jasa pendidikan menggunakan publikasi berupa brosur, banner, web sekolah, dan peningkatan kualitas internal. *Kedua*, faktor pendukung strategi pemasaran adalah adanya citra positif sekolah di masyarakat dan kualitas internal sekolah yang baik. Indikator keberhasilan strategi pemasaran jasa pendidikan di SMAN 1 Pamekasan adalah kualitas lulusan yang di terima di PTN ternama, adanya prestasi akademik dan non akademik yang di capai siswa, meningkatnya antusiasme siswa dalam mengikuti semua kegiatan yang di adakan oleh sekolah.

Berdasarkan penelitian di atas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Indah dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Persamaannya adalah penelitian sama-sama membahas tentang strategi pemasaran di lembaga pendidikan sedangkan perbedaanya adalah penelitian yang dilakukan oleh Indah lebih fokus tentang pemasaran sekolah tersebut, sedang penelitian yang dilakukan oleh penulis lebih fokus pada pemasaran hotel yang ada di sekolah tersebut.