

# MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS BUDAYA RELIGIUS STUDI KASUS DI SMA NEGERI 1 PAITON

Siti Baitir Rohimah<sup>a</sup>

Email: [sitibaitirr@gmail.com](mailto:sitibaitirr@gmail.com)

<sup>a</sup>Progran Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

---

## ARTICLE INFO

Received: 09<sup>th</sup> October 2023

Revised: 24<sup>th</sup> January 2024

Accepted: 30<sup>th</sup> January 2024

Published: 31<sup>th</sup> January 2024

## Permalink/DOI

<https://doi.org/10.51190/jazirah.v4i2.117>

Copyright © 2024, *Jazirah: Jurnal Peradaban & Kebudayaan*.  
All right reserved

Print ISSN: 2716-4454,  
Online ISSN: 2774-3144

---

## ABSTRACT

*In summary, the purpose of this study is to ascertain how Paiton 1 state high school manages the marketing of its religious culture-based education services. This study used a qualitative approach. field technique. Utilizing snowball and purposive selection procedures, the samples were selected. Interviews, observations, and documentation procedures were used to gather the data. In this research. Using an inductive methodology and descriptive-qualitative data analysis, the researcher study the information. The findings of this study showed that: (1) Paiton 1 state high school carries out marketing management based on religious culture to meet the needs of education customers who will create a generation of Muslims with strong and noble characters, who master the principles, have a scientific foundation, who contribute to the welfare of the world, and who are devoted to Allah SWT. (2) Through the inclusion of monotheism, the Shari'ah, and morality in the curriculum, vision, mission, school purpose, school programs, and the learning process, schools establish religious culture. (3) Paiton 1 state high school is supported in marketing education services by the following factors: a. The independent curriculum application; b. qualified human resources; c. comprehensive educational facilities; d. Promotional initiatives that employ a variety of tactics; accessible school sites; and f. a list of accomplishments in the public and religious spheres.*

## KEYWORDS

*Strategy, Marketing Management, Religious Culture.*

---

## ABSTRAK

Secara ringkas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana SMA Negeri 1 Paiton mengelola pemasaran layanan pendidikan berbasis budaya keagamaannya. SMA Negeri 1 Paiton menawarkan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat lapangan dan pengalaman. Dengan memanfaatkan prosedur pemilihan tujuan, sampel dipilih. Dengan menggunakan metodologi induktif dan analisis data deskriptif-kualitatif, peneliti mempelajari informasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) SMA Negeri 1 Paiton melaksanakan manajemen pemasaran berbasis budaya religius untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pendidikan yang akan melahirkan generasi muslim yang berakhlak mulia dan berakhlak mulia, menguasai prinsip, mempunyai landasan keilmuan, yang berkontribusi terhadap kesejahteraan dunia, dan yang bertaqwa kepada Allah SWT. (2) Melalui pencantuman tauhid, syariat, dan akhlak dalam kurikulum, visi, misi, tujuan sekolah, program sekolah, dan proses pembelajaran, sekolah membentuk budaya keagamaan. (3) SMA Negeri 1 Paiton didukung dalam pemasaran jasa pendidikan oleh faktor-faktor sebagai berikut: a. Penerapan kurikulum merdeka belajar; b. sumber daya manusia yang berkualitas; c. fasilitas pendidikan yang lengkap; d. Inisiatif promosi yang menggunakan berbagai taktik; e. situs sekolah yang dapat diakses; dan f. daftar prestasi di bidang publik dan keagamaan.

Kata Kunci: Strategi, Manajemen Pemasaran, Budaya Religius

## PENDAHULUAN

Generasi muda Indonesia yang berkualitas diciptakan dan dibentuk melalui lembaga pendidikan, dan penting bagi generasi muda Indonesia untuk mendapat dukungan dari seluruh warga negara, termasuk mereka yang berada di pemerintahan dan masyarakat luas. Tentu saja diperlukan berbagai upaya maksimal dalam lembaga pendidikan untuk meningkatkan taraf dan potensi pendidikan. Peran dan fungsi lembaga pendidikan akan berjalan ideal sesuai keinginan setiap lembaga dan masyarakat apabila dukungannya dipersiapkan dengan baik mulai dari sistem manajemen, sarana dan prasarana yang baik, sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, dan biaya pendidikan yang wajar. Institusi pendidikan harus menciptakan dan menerapkan teknik-teknik unggul agar dapat bersaing dalam lingkungan kontemporer yang perkembangannya pesat.<sup>1</sup>

Persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan lintas fungsi yang dapat membantu suatu institusi, lembaga, atau bisnis mencapai tujuannya dikenal sebagai manajemen strategis. Menetapkan tujuan organisasi, membuat aturan atau kebijakan untuk mencapai tujuan tersebut, membuat rencana untuk mencapainya, dan mengalokasikan sumber daya secara efektif merupakan bagian dari proses manajemen strategis. Perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian adalah tiga tahapan manajemen strategis yang harus digunakan, dan masing-masing tahapan penting untuk menentukan berhasil atau tidaknya suatu bisnis mencapai tujuan yang diinginkan. Kemudian, Anda dapat mengubah aturan atau kebijakan dan memutuskan bentuk perencanaan apa yang tepat untuk dilaksanakan dalam organisasi dengan memperhatikan lingkungan internal dan eksternal organisasi.

Penerapan manajemen strategis merupakan salah satu teknik untuk meningkatkan kualitas dan daya saing. Manajemen strategis, menurut Fred R. David, adalah ilmu mengembangkan, melaksanakan, dan menilai keputusan lintas fungsi yang membantu organisasi mencapai tujuannya.<sup>2</sup>

Dengan terlebih dahulu memeriksa seluruh arah organisasi, sebuah rencana dapat dikembangkan untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Seorang pemimpin dapat menggunakan analisis ini untuk menentukan rumusan atau strategi terbaik untuk menyalurkan seluruh potensi organisasi menuju pencapaian tujuan yang efektif dan efisien. Seperti inilah pemimpin yang cerdas diia mengarahkan timnya menuju masa depan, bukan hanya berkonsentrasi pada operasional sehari-hari.

Pendekatan manajemen ini diciptakan untuk memudahkan para pemimpin dalam mengembangkan kebijakan, praktik, dan alat untuk meningkatkan standar pengajaran di institusi. Strategi adalah nama lain untuk teknik, rencana, dan tindakan yang terlibat dalam melaksanakan suatu tugas dengan benar. Strategi dapat mempengaruhi tingkat perilaku, keteraturan, nilai subjektif, rentang pilihan, sifat

---

<sup>1</sup> Pratiwi EAsmarani RSundana L et al , Analisis Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar terhadap Pemahaman P5 bagi Siswa Sekolah Dasar, *Jurnal Basicedu*, (2023), 1313-1322, 7(2)

<sup>2</sup> Husni F Wahyudiati D. Relevansi Manajemen Strategik Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan dan Daya Saing di Sekolah Dasar. 2503-3506

masalah, jangka waktu, sudut pandang, dan referensi jika dikaitkan dengan faktor sosial.

Urgensi manajemen strategis dalam konteks ini bermula dari adanya keharusan bagi para pimpinan tertinggi dalam organisasi, khususnya organisasi pendidikan, untuk mampu merumuskan dan menentukan strategi organisasi seperti apa yang tepat agar organisasi yang dipimpinnya mampu mempertahankan eksistensinya. tangguh dalam melakukan penyesuaian dan perubahan yang diperlukan di masa depan, serta meningkatkan efektivitas dan produktivitas. Mengembangkan metode manajemen yang efektif dapat membantu perusahaan lebih mudah mencapai tingkat kualitas pendidikan yang diperlukan. Sebaliknya, jika perusahaan tidak dapat menerapkan manajemen strategis, perusahaan tidak akan mampu mencapai tujuannya dalam meningkatkan standar pendidikan.

Meski berbeda satu sama lain, agama dan budaya terikat erat dengan masyarakat. Masih ada pandangan yang menganggap agama dan budaya merupakan satu kesatuan. Agama dan budaya memang mempunyai peran yang berbeda dalam konteks aturan dan tidak bisa disatukan. Peran agama lebih unggul dibandingkan kebudayaan. Namun mereka saling berkaitan erat satu sama lain dalam kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa budaya berbasis agama berkembang melalui proses interaksi manusia dengan buku, yang diduga merupakan hasil daya kreatif pemeluk suatu agama, namun sebenarnya dipengaruhi oleh konteks kehidupan pelakunya sendiri, meliputi geografis, budaya, dan budaya. dan faktor obyektif lainnya.<sup>3</sup>

Karena dianggap tidak sejalan dengan perubahan modern, budaya keagamaan terkadang masih menimbulkan permasalahan di masyarakat. Akibatnya, masih banyak kekhawatiran yang belum terjawab mengenai sudut pandang psikologis terhadap budaya keagamaan. Peran agama dalam masyarakat dan manfaatnya menjadi perhatian utama agama ini. Sedangkan yang dimaksud dengan “fungsi” dan “manfaat” adalah hasil budaya keagamaan yang dicapai melalui lembaga dan agama untuk menegakkan keutuhan masyarakat dalam jangka waktu tertentu. Masyarakat dan sekolah mempunyai hubungan yang kuat karena merupakan tugas masyarakat untuk meningkatkan taraf pendidikan di lingkungannya. Partisipasi masyarakat merupakan syarat krusial dalam meningkatkan taraf pendidikan.

Semua lapisan masyarakat tampaknya terkena dampak krisis moral kontemporer. Fakta bahwa terdapat perbedaan di kalangan pelajar, termasuk perkelahian, penggunaan narkoba, intimidasi, pelecehan, pergaulan bebas, dan bahkan aborsi, semakin memperumit krisis ini. Karena baru terjadi dan banyak sekali kejadian serupa, maka keadaan ini sangat disayangkan. Penduduk Indonesia, yang sebagian besar beragama Islam dan bahkan merupakan salah satu negara dengan persentase penganut agama Islam tertinggi di dunia, sangat bertolak belakang dengan

---

<sup>3</sup> Saadatul Insaniah, “Peningkatan Mutu Pendidikan Menurut Perspektif Deming,” *Repository.Uinjkt.Ac.Id* 14 (2006), <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52034>.

hal ini baik dari segi posisi keagamaan maupun kepribadian mereka. Jika hal ini dibiarkan maka akan menjadi budaya, dan moralitas tidak lagi mendarah daging dalam diri setiap orang.

Kenyataan ini akan mendorong berkembangnya nilai, tujuan, dan peranan agama. Peran dan tujuan agama akan berhasil dipromosikan pada siswa jika dikembangkan baik dalam aspek kognitif maupun praktis dalam kehidupan sehari-hari. Siswa akan mempelajari apa itu prinsip-prinsip agama dan bagaimana cara menghayatinya agar terwujud secara utuh dan berkembang menjadi kebiasaan yang baik dengan mengembangkan budaya keagamaan di sekolah. Perkembangan budaya keagamaan sangat bergantung pada manajemen strategis. Seorang pemimpin harus memahami strategi, rencana, dan inisiatif yang diperlukan untuk memenangkan budaya keagamaan ini. Kepala sekolah harus sangat berhati-hati dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi manajemen strategis.

## **METODE**

Penelitian lapangan, khususnya penelitian lapangan kualitatif, adalah jenis penelitian yang dimaksud. Penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memahami kejadian, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, keyakinan, persepsi, dan pemikiran individu dan kelompok dikenal dengan penelitian kualitatif. Pendekatan yang dilakukan adalah deskriptif-kualitatif, atau upaya mendalami pokok bahasan untuk mencari fakta.<sup>4</sup>

Dokumen dan wawancara berfungsi sebagai dua sumber data utama penelitian ini. Dokumen yang digunakan sebagai sumber data adalah: sejarah sekolah, kurikulum, visi, misi materi yang berkaitan dengan pemasaran jasa, pendidikan berbasis budaya keagamaan, data siswa, data pendidik dan tenaga kependidikan, dokumentasi kegiatan, dan arsip sekolah lainnya. Sementara itu, informasi dikumpulkan melalui wawancara dengan kepala sekolah, humas, serta orang tua dan wali murid.<sup>5</sup>

Study lapangan merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan model analisis data Miles dan Huberman, yang menggabungkan tiga jenis aktivitas berbeda reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi secara paralel sebelum, selama, dan setelah pengumpulan data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh SMA negeri 1 Paiton berbasis budaya religius untuk meningkatkan mutu pendidikan adalah sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Alfi Haris Wanto, "Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City," *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)* 2, no. 1 (2018): 39,

<sup>5</sup> Stambol A Mappasere and Naila Suyuti, *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif, Metode Penelitian Sosial*, vol. 33, 2019.

### 1. Produk (*Product*)

Sekolah yang menumbuhkan gagasan pendidikan berdasarkan nilai-nilai tauhid adalah produk yang diberikan oleh SMA Negeri 1 Paiton. Mendirikan sekolah dengan visi pendidikan komprehensif, holistik berdasarkan prinsip tauhid, hal ini dimaksudkan bahwa dengan membekali siswa dengan perilaku, keterampilan, dan pengetahuan yang diperlukan, mereka akan mampu membantu siswa berkembang menjadi karakter yang kaffah (hampir sempurna). Kurikulum yang digunakan adalah Pendidikan Holistik dan Integral (PHI), dan sebagai sumbernya mengacu pada gagasan pendidikan Islam serta Kurikulum Inggris dan Kurikulum Pendidikan Nasional. Kecerdasan spiritual, kecerdasan moral, kecerdasan intelektual, kecerdasan fisik, kecerdasan interpersonal, kecerdasan budaya, dan kecerdasan sosial semuanya ditonjolkan dalam acuan proses pembelajaran.<sup>6</sup>

### 2. Tarif (*Tarif*)

Table 1. Biaya Pendidikan di SMA Negeri 1 Paiton

Jenis Biaya Pendidikan	Jumlah Biaya
Biaya rutin per semester	-
Biaya rutin per bulan	-
Biaya rutin per tahun - Biaya pagar (optional) - Biaya paguyuban (optional)	Rp. 75.000,- Rp. 25.000,-
PDB kit/seragam	Rp. 900.000

### 3. Lokasi (*Place*)

Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini adalah SMA negeri 1 Paiton yang terletak di Jl. Raya Pakuniran No.8, Dusun Kota Sukodadi, Sukodadi, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291. Lembaga ini adalah lembaga pendidikan sekolah menengah atas yang bernaungan dibawah kementerian Pendidikan dan kebudayaan dan pengelolaan dibawah pemerintah provinsi. Merupakan unit pendidikan yang berciri khas Islam dan berciri khas alam.

Table 2. Tempat/Lembaga Pendidikan Sekitar

No	Nama Lembaga/Tempat	Alamat	Jarak*
1	Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo	Jl. Kyai Haji Mun'im, Dusun Tj. Lor, Karanganyar, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291	3,5 Km

<sup>6</sup> Amit Saepul Malik et al., "Perspektif Visi Pendidikan Dari Sudut Pandang Agama, Filsafat, Psikologi Dan Sosiologi," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 2 (2022): 2523-37, <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2194>.

2	SMP Bhakti Pertiwi	l. Raya Pakuniran No.362, Dusun Kota Sukodadi, Sukodadi, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291	400 m
3	SMA Tunas Luhur	7GFF+CR3, Dusun Sefar, Sumberanyar, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291	3,6 Km
4	SMP Islam	7GCG+3H5, Jl. Kotaanyar, Dusun Sefar, Sukorejo, Kec. Kotaanyar, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67293	3,9 Km
5	SMP Negeri 2 Paiton	7FCG+QW9, Dusun Tirta, Jabungsisir, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291	4,4 Km
6	SMP Insan Terpadu	7GCG+9QQ, Dusun Sefar, Sumberanyar, Kec. Paiton, Kabupaten Probolinggo, Jawa Timur 67291	3,8 Km

\*Jarak dari SMA Negeri 1 Paiton

#### 4. Promosi (*Promotion*)

Membangun hubungan dengan masyarakat, mendokumentasikan seluruh kegiatan dan menerbitkannya (di web, Facebook, YouTube dan surat kabar), berkolaborasi dengan lembaga lain untuk memberikan layanan sosial, membagikan brosur, menjangkau PAUD/TK, dan berpartisipasi dalam kompetisi yang diadakan oleh pemerintah atau organisasi lain merupakan cara sekolah mempromosikan diri. SMA Negeri 1 Paiton melakukan berbagai promosi, antara lain: 1) Korespondensi pribadi, a) Tenaga penjualan (*personal sales*), yaitu melakukan penjualan pribadi sambil mengenakan seragam, berkompetisi, memberikan bakti sosial, dan lain-lain. b) Penerowongan pasar karena layanan pendidikan di SMA Negeri 1 Paiton harus diimbangi dengan kemampuan konsumennya, maka ia secara khusus menysasar pelanggan dari kalangan umat Islam, khususnya kelas menengah atas. b) Pelayanan pelanggan, khususnya penerapan 5S (*senyum, salam, sapa, sopan, dan santun*). d) Iklan dari mulut ke mulut, atau iklan yang disebarkan dari mulut ke mulut. 2) Periklanan (*Advertising*) meliputi kegiatan sebagai berikut: a) pembuatan dan pendistribusian brosur; b) internet; d) dan publisitas (*publisitas*).<sup>7</sup>

#### 5. SDM (*People*)

Pendidik dan tenaga kependidikan yang diterima di SMA Negeri 1 Paiton sebagian besar memiliki standar kelulusan S1, dan ada beberapa yang memiliki standar kelulusan S2 atau sedang menempuh jenjang S2.

<sup>7</sup> Aeni, N. S. 2022, Memahami Pengertian Implementasi, Tujuan, Faktor, dan Contohnya. *Katadata. co. id.*

Tabel 3. Jenjang Pendidikan Tenaga Pendidika dan Kependidikan SMA Negeri 1 Paiton

No.	Jenjang Pendidikan	Jumlah
1	S2	10
2	S1	47
3	D3	-
4	SMA/SMK	-

## 6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

SMA Negeri 1 Paiton dalam menunjang proses pembelajaran sudah mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap.

Tabel 4. Sarana dan Prasarana SMA Negeri 1 Paiton

No	Nama Sarana
1	Ruang Kelas
2	Ruang Kepala Sekolah
3	Wakil Kepala Sekolah
4	Ruang Guru
5	Musholla
6	UKS
7	Aula
8	Koperasi Siswa
9	Ruang Olahraga
10	Sanggar Seni
11	Ruang Musik
12	Kantin Siswa
13	Laboratorium Komputer
14	Ruang Wakil Kesiswaan
15	Ruang Waka Kurikulum
16	Ruang Guru
17	Gudang
18	Kamar Mandi
19	Tempat Parkir
20	Ruang Makan
21	Post Satpam
22	Ruang Meeting
23	Ruang Arsip
24	Ruang TU
25	Ruang BK
26	Ruang Musik
27	Ruang Pramuka
28	Green House
29	Produksi Jamur
30	Lapangan Voli
31	Lapangan Basket
32	Lapangan Futsal
33	Ruang DT
34	Musholla
35	ruang OSIS

## 7. Proses (*Process*)

Kurikulum Pendidikan Nasional yaitu Merdeka Belajar yang mengacu pada prinsip-prinsip pendidikan Islam dan mengkolaborasikan dengan ilmu pengetahuan sains dan teknologi, kurikulum inilah yang digunakan di SMA Negeri 1 Paiton.

SMA Negeri 1 Paiton sudah memenuhi Standar Nasional Pendidikan (SNP). Tiga kompetensi berikut yang diprioritaskan dalam kurikulum ini: (1) Living Skills, atau kemampuan beradaptasi dalam kehidupan sehari-hari. (2) Keterampilan belajar, atau kemampuan untuk secara konsisten meningkatkan diri melalui proses pembelajaran yang berkelanjutan. (3) Kemampuan berpikir, khususnya yang diperlukan untuk pemecahan masalah dalam kehidupan sehari-hari.<sup>8</sup>

Melalui pencantuman dimensi tauhid, dimensi syariah, dan dimensi moral dalam kurikulum, visi, misi, tujuan sekolah, kegiatan sekolah, dan proses pembelajaran, sekolah menciptakan budaya religius. Berdasarkan temuan peneliti dengan pengelola sekolah, klien layanan pendidikan SMA Negeri 1 Paiton menyatakan lebih memilih pendidikan umum yang didukung oleh komponen agama yang kuat. Di sini, pendidikan agama merujuk pada lebih dari sekedar pengajaran agama akademis; itu juga mengacu pada pengajaran yang mengajarkan anak-anak tentang arti sebenarnya dari agama. Anak-anak tidak hanya diajarkan cara beribadah (sholat, puasa, dan lain-lain), namun mereka juga diajarkan tentang nilai-nilai sosial dari agama ini, seperti menolong orang lain, bersikap baik dan ramah terhadap orang lain, membentuk budaya mencintai Al-Qur'an dengan cara mengaji sebelum memulai pembelajaran pada setiap harinya serta membuka organisasi rumah tahfidz sebagai penunjang kualitas siswa yang memiliki nilai plus dari lembaga pendidikan umum.<sup>9</sup>

Misi sekolah adalah mengembangkan generasi umat Islam yang berkarakter kuat, memiliki pemahaman yang kokoh terhadap gagasan-gagasan ilmiah, dan memberikan kontribusi positif bagi dunia. Kurikulum Merdeka Belajar dapat diwujudkan dengan mudah melalui kegiatan ekstrakurikuler dan pengkondisian lingkungan pendidikan ala Islam (budaya agama). Memanfaatkan keberagaman agama sebagai titik pemasaran SMA Negeri 1 Paiton dapat memberikan pendidikan berkualitas tinggi kepada pelanggan.

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan bapak Samsuddin selaku humas di SMA Negeri 1 Paiton, pada tanggal 27 Oktober 2023

<sup>9</sup> Adisna Nadia Phafiandita et al., "Urgensi Evaluasi Pembelajaran Agama Islam," *JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik* 3, no. 2 (2022): 111–21, <https://doi.org/10.47387/jira.v3i2.262>.

Berdasarkan temuan peneliti, segala terorganisir dengan sejumlah orang tua dan wali, diketahui mereka menyekolahkan anaknya ke SMA Negeri 1 paiton karena kurikulum sekolah yang fokus pada budaya religius. Selain itu, menurut analisis data berikut ini yang diketahui sebagai unsur pendukung pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Paiton: a. Penerapan kurikulum Merdeka Belajar; B. Sumber daya manusia yang kompeten; C. Fasilitas pendidikan yang lengkap; D. Kegiatan promosi yang menggunakan berbagai strategi; e. Lokasi sekolah yang mudah dijangkau; F. Cukup banyak prestasi yang diraih di bidang umum dan keagamaan. Hambatan-hambatan berikut ini menghambat partisipasi: a. Persaingan dengan lembaga pendidikan lain; b. Kurangnya staf dalam manajemen pemasaran; c. Kesenjangan pemahaman orang tua dan pejabat sekolah mengenai tujuan pendidikan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, manajemen pemasaran jasa Pendidikan berbasis budaya religius dilakukan dengan menggunakan strategi marketing mix yaitu strategi pembauran pemasaran dengan menggunakan 7 unsur pemasaran.

Faktor yang mendukung pemasaran jasa pendidikan di SMA Negeri 1 Paiton yaitu: 1) Penerapan kurikulum Merdeka Belajar; 2) SDM; 3). Sarana pendidikan;4) Strategi promosi; 5) Lokasi; 6) Prestasi. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu: 1) Persaingan dengan lembaga pendidikan lain yang sudah mulai memasukkan budaya religius ke dalam kurikulumnya; 2) Manajemen pemasaran yang kekurangan personil sehingga tidak ada yang fokus dalam menyusun strategi pemasaran; 3) Perbedaan pemahaman terhadap tujuan sekolah antara pengelola sekolah dan orangtua.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisna Nadia Phafiandita et al., "Urgensi Evaluasi Pembelajaran Agama Islam ," JIRA: Jurnal Inovasi Dan Riset Akademik 3, no. 2 (2022): 111-21, <https://doi.org/10.47387/jira.v3i2.262>.
- Aeni, N. S. 2022, Memahami Pengertian Implementasi, Tujuan, Faktor, dan Contohnya. Katadata. co. id.
- Alfi Haris Wanto, "Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City," JPSI (Journal of Public Sector Innovations) 2, no. 1 (2018): 39,
- Alma, Buchari, and Ratih Hurriyati. Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Alfabeta, 2008.
- Amir, M Taufiq. "Dinamika Pemasaran." Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada (2005).

- Amit Saepul Malik et al., "Perspektif Visi Pendidikan Dari Sudut Pandang Agama, Filsafat, Psikologi Dan Sosiologi," Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan 4, no. 2 (2022): 2523-37, <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2194>.
- Bogor." Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 2, no. 02 (2019): 133-151.
- Chotimah, Chusnul, and Muhammad Fathurrohman. "Komplemen Manajemen Pendidikan Islam:
- Daryanto, Hery Tarno. "Pengelolaan Budaya Dan Iklim Sekolah." Yogyakarta: Gava Media (2015).
- Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah."
- Faturrohman, Muhammad. "Budaya Religius Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan: Tinjauan
- Hasil wawancara dengan bapak Samsuddin selaku humas di SMA Negeri 1 Paiton, pada tanggal 27 Oktober 2023
- Hidayat, Ara, and Imam Machali. "Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah." Kaukaba, 2012.
- Husni F Wahyudiati D. Relevansi Manajemen Strategik Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan dan Daya Saing di Sekolah Dasar. 2503-3506
- Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 1, no. 2 (2018): 78-94.
- Konsep Integratif Pelengkap Manajemen Pendidikan Islam." Teras, 2014.
- Madaniyah 7, no. 2 (2017).
- Muhaimin, Nur Ali, Suti'ah, and Siti Lailan Azizah. Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Islam Di Sekolah. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Munir, M. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik."
- Pratiwi EAsmarani RSundana L et al , Analisis Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar terhadap Pemahaman P5 bagi Siswa Sekolah Dasar, Jurnal Basicedu, (2023), 1313-1322, 7(2)
- Saadatul Insaniah, "Peningkatan Mutu Pendidikan Menurut Perspektif Deming," Repository.Uinjkt.Ac.Id 14 (2006), <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52034>.
- Sahlan, Asmaun. Mewujudkan Budaya Religius Di Sekolah: Upaya Mengembangkan PAI Dari
- Sarifudin, Sarifudin, and Rahendra Maya. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (MAT) Darul Fallah
- Sihombing, Damos. "Prinsip-Prinsip Pemasaran." Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga (2001)

Stambol A Mappasere and Naila Suyuti, *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif, Metode Penelitian Sosial*, vol. 33, 2019.

Teoritik Dan Praktik Kontekstualisasi Pendidikan Agama Di Sekolah.” Yogyakarta: Kalimedia (2015).