

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN  
BERBASIS WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI  
DI SMK BARUNA DUKUHWARU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan S1  
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

**AZANNUR FIRDAUS**

**1903036098**

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2023**

# PERNYATAAN KEASLIAN

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azannur Firdaus

NIM : 1903036098

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Program Studi : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Website  
Sebagai Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru Tegal**

Secara keseluruhan adalah hasil penulisan atau karya sendiri,  
kecuali pada bagian tertentu yang di rujuk sumbernya.

Semarang, 2023

Pembuat Pernyataan



Azannur Firdaus

NIM: 1903036098

# LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Prof. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Semarang  
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

## PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Website Sebagai Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru**  
Penulis : Azannur Firdaus  
NIM : 1903036098  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Program Studi : S1

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 28 Desember 2023

## DEWAN PENGUJI

Ketua,

**Dr. Abdul Wahid, M.Ag**  
NIP.196911141994031003

Sekretaris,

**Drs. Muslam, M.Ag**  
NIP: 196603052005011001

Penguji I,

**Drs. Wahyudi M.Pd**  
NIP: 196803141995031001

Penguji II,

**Dr. Faskuroji, M.Pd**  
NIP:197704152007011032



Pembimbing,

**Syaiful Bakhri, M.MSI**  
NIP. 198810302019031011

# NOTA PEMBIMBING

## NOTA PEMBIMBING

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Asalamualaikum Wr. Wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Manajemen Pemasaran Berbasis Website Sebagai Sarana Media Informasi di  
SMK Baruna Dukuhwaru**

Nama : Azannur Firdaus

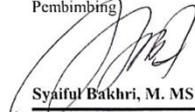
NIM : 1903036098

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Sidang Munaqosyah.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pembimbing



**Syaiful Bakhri, M. MSI**

NIP. 198810302019031011



## ABSTRAK

Judul : MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS WEBSITE  
SEBAGAI SARANA MEDIA INFORMASI DI SMK BARUNA  
DUKUHWARU KABUPATEN TEGAL

Penulis : Azannur Firdaus

NIM : 1903036098

Penelitian ini memberikan gambaran terkait dengan penggunaan pendidikan berbasis website sebagai media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan tentang: (1) Bagaimana Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Website Sebagai Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru? (2) Apa saja faktor penghambat dan faktor pendukung Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Website Sebagai Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru?

Adapun hasil yang diperoleh yaitu SMK Baruna Dukuhwaru telah melakukan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi terhadap manajemen pemasaran pendidikan berbasis website sebagai media informasi sekolah dengan menggunakan strategi 4p.

Kata kunci: *Manajemen, Pemasaran, Website*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	-
ث	ṡ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ه	l
ذ	z	م	m
ر	r	ن	n
س	s	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	·
ص	ṡ	ي	y
ض	ḍ		

### Bacaan Mad:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

### Bacaan Diftong:

au = اُو

ai = اِي

iy = اِي

## KATA PENGANTAR

### *Assalamu'alaikum Wr. Wb*

syukur atas kehadiran Puji Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia dan hidayahNya kepada penulis. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan atas Nabi Muhammad SAW, pemimpin seluruh umat manusia, dan semoga pula tercurah atas keluarga dan para sahabatnya yang menjadi sumber ilmu dan hikmah.

Alhamdulillah atas izin dan pertolongann-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Manajemen Pemasaran Berbasis Website Sebagai Media Sarana di SMK Baruna Dkuhwaru” dengan baik dan lancar.

Penulis merupakan manusia biasa yang tidak bisa hidup secara individual dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam proses penyusunan skripsi ini. Karya ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan semua pihak yang telah membimbing, memberi arahan, dukungan serta semangat dan kontribusi dalam bentuk apapun. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya dan mohon maaf sudan banyak merepotkan. Dengan tidak mengurangi rasa hormat kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, secara khusus penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., Selaku Plt. Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. Fatkurroji, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Bapak Syaiful Bakhri, M.MSI. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan masukannya kepada penulis.
4. Bapak Syaiful Bakhri, M.MSI.. Selaku dosen wali yang memberi bimbingan dan arahan selama menjalani perkuliahan di kampus.
5. Ayahanda Dukroni dan Ibunda Wasilatun Aini serta yang tidak henti-hentinya mendoakan dan mendukung penulis baik moral maupun materiil. Dan selalu mencurahkan kasih sayang dan nasehat-masehat yang akan penulis selalu tanamkan dalam hati.
6. Seluruh dosen dan staf karyawan program studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Dewan penguji, yang telah membimbing dan menguji sidang munaqosah skripsi ini.

8. Keluarga besar SMK Baruna Dukuhwaru Tegal, khususnya untuk kepala sekolah Bapak dan segenap jajaran guru dan staf, terima kasih sudah bersedia menjadi bahan penulisan skripsi penulis.
9. Diri sendiri yang telah berhasil menyusun skripsi ini dengan berbagai macam rintangan dan halangan yang tiba-tiba mengahmpiri di ujung semester, terima kasih telah bertahan.
10. Untuk kakak saya Ulfi Nur Fatimah dan M. Harsa Bahtiar yang selalu memotivasi
11. Teman-teman MPI angkatan 2019 kumbara yang senantiasa kebersamai selama perkuliahan berlangsung
12. Keluarga besar IMT Walisongo yang kebersamai dalam perjalanan belajar berorganisasi.

Penulis tidak dapat memberikan sesuatu apapun selain ucapan terimakasih dan do'a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalasnya dengan sebaik- baiknya balasan. Aamiin

Dalam penulisan skripsi ini, tentu tidak akan terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Kritik dan saran pembaca adalah hal yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini bisa diperbaiki menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam bidang

keilmuan dan kontribusi pemikiran bagi penulis maupun pembaca. Aamiin

Penulis

Semarang, Desember 2023

Azannur Firdaus

NIM. 1903036098

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
A. Deskripsi Teori .....	14
B. Kajian Pusaka Relevan.....	52
C. Kerangka Berpikir.....	55
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	58
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	58
C. Sumber Data.....	59
D. Fokus Penelitian.....	62

E. Teknik Pengumpulan Data .....	62
F. Uji Keabsahan Data.....	66
G. Teknik Analisi Data .....	67
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>69</b>
A.Deskripsi Data .....	69
B.Analisis Data .....	99
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>113</b>
A. Kesimpulan.....	113
B.Saran.....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sumber Data .....	58
Tabel 3.2 Observasi .....	62
Tabel 3.3 Jadwal Wawancara.....	63
Tabel 3.4 Dokumentas .....	64
Tabel 4.1 Jumlah siswa SMK Baruna Dukuhearuru .....	70
Tabel 4.2 Sarana Prasarana.....	71
Tabel 4.3 Jumlah Guru SMK Baruna Dukuhwaru .....	73
Tabel 4.4 Rekomendasi Perencanaan <i>Product</i> .....	100
Tabel 4.5 Rekomendasi Perencanaan <i>Price</i> .....	102
Tabel 4,6 Rekomendasi Perencanaan <i>Place</i> .....	102
Tabel 4,7 Rekomendasi Perencanaan <i>Promotion</i> .....	104
Tabel 4.8 Rekomendasi Pelaksanaan <i>Product</i> .....	105
Tabel 4.9 Rekomendasi Pelaksanaan <i>Price</i> .....	105
Tabel 4.10 Rekomendasi Pelaksanaan <i>Place</i> .....	106
Tabel 4.11 Rekomendasi Pelaksanaan <i>Promotion</i> .....	107
Tabel 4.12 Rekomendasi Evaluasi <i>Product</i> .....	108
Tabel 4.13 Rekoendasi Evaluasi <i>Price</i> .....	109
Tabel 4.14 Rekomendasi Evaluasi <i>Place</i> .....	109
Tabel 4.15 Rekomendasi Evaluasi <i>Promotion</i> .....	110

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Halaman website program keahlian .....	86
Gambar 4.2 Halaman website ekstrakurikuler.....	87
Gambar 4.3 Halaman website fasilitas .....	87
Gambar 4.4 Website SMK Baruna Dukuhwaru .....	89
Gambar 4.5 Isi fitur sekolahku .....	90
Gambar 4.6 Brosur pendaftaran website .....	91
Gambar 4.7 Halaman formulir pendaftaran.....	92
Gambar 4.8 Halaman berita sekolah .....	94

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pendidikan memiliki peran penting untuk membentuk karakter sebagai hasil pengalaman, dan pembiasaan selama proses belajar. Pendidikan merupakan upaya untuk menumbuhkan potensi sumber daya manusia, dan sebagai media untuk mewujudkan masyarakat yang berbudi luhur, adil, makmur, dan sejahtera Pendidikan sebagai investasi yang menawarkan masa depan yang lebih terarah, sehingga bisa berhasil dalam kehidupan social, maupun secara individu.

Pendidikan menumbuhkan kompetensi sumber daya manusia yang kritis, kreatif, komunikatif dan kolaboratif yang dapat mengikuti perubahan zaman, dan memenuhi tuntutan zaman.

Islam sendiri memandang pendidikan begitu penting bagi umat manusia. bahkan islam sendiri menjunjung tinggi ilmu pengetahuan, setiap umat islam memiliki kewajiban untuk mencari ilmu, Sebab derajat mereka pun akan diangkat oleh Allah SWT.

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ، وَمَنْ أَرَادَهُمَا فَعَلَيْهِ  
بِالْعِلْمِ

*“Man aroda dun yaa fa'alaihi bil 'ilmi, wa man arodal akhirota fa'alaihi bil 'ilmi, wa man aroda huma fa'alaihi bil 'ilmi”.*

Artinya: "Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, maka hendaklah ia menguasai ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat, hendaklah ia menguasai ilmu. Dan barang siapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat), hendaklah ia menguasai ilmu." (HR. Ahmad)

Hadist diatas menerangkan bahwa pentingnya ilmu dalam melakukan suatu amalan baik dunia dan akhirat apabila ingin belajar suatu ilmi maka belajarlaha pada yang ahli ilmu.

Pada era digital saat ini, perkembangan media internet begitu cepat menghantarkan perubahan teknologi informasi yang mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Kemajuan teknologi membuat aktifitas menjadi lebih mudah dan murah, selain itu kemajuan teknologi informasi dapat dengan mudah mempengaruhi, dan merubah persepsi masyarakat terhadap segala informasi yang didapat. Banyak media yang digunakan oleh para pemasar, yang memiliki kepentingan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya, baik produk barang, atau jasa melalui media digital yang disebut dengan istilah digital marketing. Digital marketing adalah aktifitas yang difasilitasi oleh teknologi informasi digital untuk mengkomunikasikan,

menginformasikan nilai-nilai suatu produk, baik produk barang atau jasa, kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan relatif cepat.

Penyebaran informasi mudah dijangkau secara luas apalagi dalam era digital seperti ini. Bagi dunia pendidikan yang mulai memiliki tingkat persaingan kompetitif, membutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan yang handal. Upaya peningkatan mutu pendidikan tidak terlepas dari manajemen pemasaran pada lembaga pendidikan tersebut, dengan memberikan informasi menarik kepada masyarakat, perihal proses dan prestasi yang diraih lembaga pendidikan. Sekolah yang memiliki tumpukan prestasi yang baik, akan memberikan nilai yang baik dari masyarakat. Sehingga ketidak mampuan sebuah lembaga pendidikan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media pemasaran, akan menjadi problem tersendiri dalam menghadapi persaingan pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang dapat memberikan wawasan dan kesadaran di kalangan lembaga pendidikan, untuk memanfaatkan teknologi informasi sebagai media komunikasi yang berdaya tarik.

Manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan Islam, manajemen pemasaran pendidikan harus bertitik-tolak dari kebutuhan dan keinginan

konsumen (masyarakat) dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Hal ini tentu menuntut lembaga pendidikan agar mampu bersaing dalam proses pemasaran pendidikan. Apabila lembaga pendidikan memiliki pemasaran pendidikan yang baik dengan didukung oleh fasilitas yang memadai, maka kualitas lembaga pendidikan akan semakin meningkat. Akan tetapi, bila lembaga pendidikan lemah dalam pemasaran pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas dan prestasinya.

Manajemen pemasaran pendidikan Menurut Sugiono adalah proses keseluruhan usaha dengan menggunakan metode yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>1</sup> Menurut Sulistyarini, menyatakan bahwa manajemen merupakan keseluruhan proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>2</sup>

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan segala aktivitas atau suatu proses dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian dalam

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Perspektif Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Lkis, 2004), hal. 5.

<sup>2</sup> Sulistyarini, *Manajemen Pendidikan Islam; Konsep, Strategi dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Penerbit TERAS, 2009), hal. 8.

mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kegiatan apapun tentunya memerlukan manajemen yang baik, manajemen yang baik tentunya akan berpengaruh pada hasil atau pencapaian tujuan pendidikan. Selain itu, antara perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian tidak bisa dipisahkan dan mempunyai hubungan keterkaitan yang sangat erat. Jika perencanaan, pengorganisasian dan penggerakan bagus namun pengendaliannya bermasalah, maka tentunya akan berpengaruh pada pencapaian tujuan pendidikan, dan begitu seterusnya.

Pemasaran, menurut Joko Setyono, adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>7</sup> Sedangkan di buku lain dijelaskan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan memperhatikan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>3</sup>

Pemasaran sebagai penghubung antara kegiatan produksi dengan konsumsi. Banyak para ahli yang telah memberikan

---

<sup>3</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I, terj. Alexander Sindoro, (Jakarta: Prenhallindo, 1996), hal. 6.

definisi atau pengertian tentang pemasaran ini. Tentunya definisi yang diberikan akan berbeda menurut ahli yang satu dengan ahli lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pandangan dari para ahli tersebut mengenai pemasaran ini.<sup>4</sup>

Konsumen juga tidak dapat memprediksi apa hasil yang akan diperoleh dengan mengonsumsi jasa pendidikan tersebut, kecuali setelah membelinya.

Tujuan utama proses ini adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan secara berkelanjutan, terus-menerus, dan terpadu. Upaya peningkatan mutu pendidikan yang dimaksudkan tidak sekaligus, tetapi dituju berdasarkan peningkatan mutu pada setiap komponen pendidikan. Penggunaan istilah pemasaran saat ini sudah sangat berkembang di semua sektor kegiatan kita.

Pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai bagaimana memuaskan konsumen atau pelanggan pendidikan dengan memakai dasar pemikiran yang logis, jika konsumen tidak puas berarti pemasaran tersebut gagal. Dengan demikian, lembaga pendidikan adalah sebuah lembaga yang bergerak dibidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa murid, siswa, mahasiswa dan masyarakat umum. Dan

---

<sup>4</sup>Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Yrama Widya)

pada makalah inilah dapat dijelaskan apa itu pemasaran pendidikan, langkah-langkah dalam pemasaran pendidikan dan lain sebagainya.

Manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan Islam, manajemen pemasaran pendidikan harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen (masyarakat) dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Hal ini tentu menuntut lembaga pendidikan agar mampu bersaing dalam proses pemasaran pendidikan. Apabila lembaga pendidikan memiliki pemasaran pendidikan yang baik dengan didukung oleh fasilitas yang memadai, maka kualitas lembaga pendidikan akan semakin meningkat. akan tetapi, bila lembaga pendidikan lemah dalam pemasaran pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas serta prestasinya.<sup>5</sup>

Perluasan pasar untuk memikat pelanggan baru tentu perlu dilaksanakan untuk meningkatkan jumlah peserta didik yang dapat melaksanakan pembelajaran di sebuah lembaga pendidikan, namun perluasan pasar tidak perlu dilakukan

---

<sup>5</sup> Samsul Anam Dkk. 2013. Manajemen Pemasaran, (Surabaya : IAIN Sapres)

dengan berjalan jauh serta membagikan brosur di daerah tersebut, namun perluasan pasar dapat dilaksanakan dengan menggunakan teknologi digital yang saat ini berkembang begitu pesat. Hal ini dibuktikan oleh hasil survey pengguna teknologi digital seperti di Indonesia pada tahun 2019-2020 menurut APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) mencapai 196,7 juta pengguna dengan penetrasi 73,3 persen dari total populasi Indonesia sekitar 266,9 juta.<sup>4</sup> Berdasarkan hasil di atas, Indonesia sudah berada pada revolusi digital yang mana seluruh teknologi mekanik dan analog berubah kepada teknologi digital. Pendekatan ilmu serta pendidikan pada era revolusi digital ini harus diimbangi dengan perkembangan serta dimanfaatkan dengan maksimal agar pendidikan serta ilmu yang didapatkan oleh peserta didik tidak tertinggal oleh zaman.<sup>6</sup>

Website merupakan salah satu media penyampaian informasi dan publikasi yang mudah diakses dari mana saja, kapan saja tanpa terbatas oleh wilayah geografis yang dapat dimanfaatkan oleh sekolah. Website adalah sebuah media presentasi online untuk sebuah perusahaan atau individu, website juga dapat digunakan sebagai media informasi secara online.

---

<sup>6</sup> Herman, APJII : Penggunaan Internet Indonesia Senin, 9 November 2020

Adanya website sebagai sarana sekolah dalam menyajikan informasi, dinamika zaman menuntut organisasi, atau lembaga untuk siap dalam kompetisi, apabila tidak memiliki kompetensi untuk memenuhi tuntutan zaman dengan cepat, maka akan mudah suatu organisasi mengalami kemunduran, dan kerterbelakangan pencapaian. Keadaan ini berlaku untuk setiap organisasi baik yang bersifat profit oriented maupun non-profit oriented. Hal ini juga berlaku pada dunia pendidikan, meskipun pendidikan bukan termasuk lembaga profit oriented.

Pendidikan sebagai sebuah produk jasa dan masyarakat akan melihat dan tertarik jika menerima informasi, mengetahui dan yakin kebenaran secara empiris dari kualitas sekolah yang ditawarkan. Jika lembaga pendidikan belum mampu menginformasikan dalam kegiatan pemasaran pendidikan kepada masyarakat, maka masyarakat tidak akan memiliki minat untuk memilih lembaga pendidikan tersebut sebagai tempat belajar putra-putrinya, tawaran sekolah menjadi sedikit peminat, bahkan tidak laku sama sekali, sehingga akan dijumpai, sekolah-sekolah yang ditutup karena tidak memiliki siswa akibat tidak adanya kemampuan pemasaran pendidikan di sekolahnya, hal ini menjadi masalah serius bagi kemajuan lembaga pendidikan.<sup>7</sup>

Manajemen pemasaran ini penting bagi sebuah lembaga pendidikan seperti halnya yang diungkapkan oleh Bapak Ahmad Fawaz bahwa

“Bahwasanya Manajemen atau strategi pemasaran ini sangat penting dalam menentukan langkah kita selanjutnya atau langkah apa yang akan kita ambil dan bagaimana cara kita mengelola tak terkecuali dalam pemasaran berbasis website ini”<sup>8</sup>.

Dari hasil observasi awal peneliti, peneliti tertarik pada sebuah sekolah di mana sekolah tersebut memiliki website dimana website ini cukup aktif dalam hal pemasaran sekolah dan penyampaian informasi kepada masyarakat khususnya untuk menarik minat calon peserta didik baru.

SMK Baruna Dukuhwaru ini adalah salah satu sekolah yang bisa menerbitkan sertifikat berlayar langsung dari sekolah dan dapat diketahui bahwa jumlah setiap tahunnya siswa dari SMK Baruna Dukuhwaru ini meningkat, ini juga salah satu berkat dari Manajemen pemasaran berbasis website yang baik seperti yang disampaikan oleh pengelola admin website Bapak Reza Willy bahwa

“Pada setiap tahun siswa kami meningkat itu semua juga karena adanya website ini yang membantu dalam penyebaran

---

<sup>8</sup>Hasil Wawancara dengan Kepala Sekolah, 18 September 2023.  
Di SMK Baruna Dukuhwaru.

informasi PPDB online dan menyebar brosur di website sekolah”

Tabel 1.1 Jumlah pengunjung wesite

Bulan	Banyak Pengunjung
Juli	75
Agustus	90
September	257
Oktober	150

Tabel diatas menunjukkan jumlah pengunjung website SMK Baruna Dukuhwaru pada 4 bulan terakhir dimana masih adanya penurunan dan juga kenaikan pengunjung yang belum konsisten pada setiap bulannya.

Melihat yang terjadi oleh karena sebuah kondisi ideal suatu lembaga pendidikan dalam memanfaatkan teknologi digital yang berbasis website inilah dibutuhkan oleh sebuah lembaga pendidikan tersebut agar pemasaran sarana promosi ini dapat menarik peserta didik yang edukatif dan kreatif guna menarik khalayak pelanggan lembaga pendidikan oleh karena itu penulis mengambil judul **“MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS WEBSITE SEBAGAI SARANA MEDIA INFORMASI SEKOLAH DI SMK BARUNA DUKUHWARU**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru ?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru

## **D. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah di rumuskan di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat secara teoritis dan praktis:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat menambah kekayaan ilmu pengetahuan dalam manajemen pemasaran berbasis website di lembaga pendidikan guna mencapai tujuan yang diinginkan dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang sejenisnya

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam rangka pengembangan penelitian.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Lembaga Sekolah

Adanya penulisan ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam manajemen berbasis website sebagai sarana media informasi sekolah.

### b. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan bagi penulis terkait manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi sekolah.

### c. Bagi Kepala Sekolah

Sebagai bahan evaluasi untuk bisa lebih perhaian kepada website sebagai alat pemasaran dan sarana media informasi.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Manajemen**

Manajemen sangat penting bagi semua aspek, dengan adanya manajemen akan mempermudah suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, untuk menjaga keseimbangan diantara tujuan-tujuan yang saling bertentangan, dan untuk mencapai sebuah efektifitas dan efisiensi. Keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan tergantung pada manajemen yang telah dibuat sejak awal. Untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan keinginan harus menerapkan manajemen yang baik dan teratur.<sup>9</sup>

Manajemen berasal dari kata “to manage” yang artinya mengatur. Artinya manajemen adalah sebagai suatu proses dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan. Dengan adanya manajemen akan mempermudah suatu pekerjaan dan juga memberikan pembagian kerja yang sesuai dengan keahlian. Manajemen

---

<sup>9</sup>Anang Firmansyah, Budi Mahardika, Pengantar Manajemen, (Yogyakarta, Budi Utama: 2020), Hlm. 1

menjadi lebih bisa berkembang dengan adanya fungsi manajemen itu sendiri

Sedangkan pengertian manajemen ada beberapa pendapat menurut para ahli sebagai berikut :

Manajemen adalah fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usahausaha individu untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama.<sup>10</sup>

George R. Terry mengatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.<sup>11</sup>

#### a. Fungsi-fungsi Manajemen

Fungsi manajemen sangat berperan penting dalam proses manajemen dan fungsi manajemen juga sebagai tolak ukur dalam melakukan tugas masing-masing yang telah diberikan oleh seorang manajer. Untuk mencapai sebuah tujuan dari organisasi atau perusahaan manajer harus menerapkan fungsi-fungsi manajemen untuk mengoptimalkan kinerja karyawan.

---

<sup>10</sup> Haiman, H (2004). *Upervision : Concept and Practice Management.. Ohio; Ohio; South-Weshtern Publicing Co*

<sup>11</sup> George R. Terry (2005), *Principles of management*, Alexandr Hamlton Institute, New York

Daft berpendapat bahwa manajemen memiliki empat fungsi yaitu, perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), kepemimpinan (leading), dan pengendalian (contorling).<sup>12</sup> Menurut G.R Terry fungsi manajemen adalah planning, organizing, actuating, controlling<sup>13</sup>. John F. Mee juga memiliki pendapat tentang fungsi manajemen diantaranya, planning, organizing, motivating, controlling.<sup>14</sup>Dari beberapa pendapat mengenai fungsi manajemen pada dasarnya hampir sama yang harus diterapkan oleh manajer secara baik.

a) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah fungsi seorang manajer yang berhubungan dengan kebijakan atau prosedur dari semua kegiatan yang telah ada.Rencana dibutuhkan untuk memberikan tujuan kepada organisasi untuk menetapkan

---

<sup>12</sup>Abdul Choliq, Pengantar Manajemen, (Semarang, Rafi Sarana Prakasa: 2011), Hlm. 36

<sup>13</sup> George R. Terry (2005), Principles of management, Alexandr Hamlton Institute, New York

<sup>14</sup>Hasibuan, Manajemen Sumber Daya Manusia, ( Jakarta, Bumi Aksara: 2005), Hlm 3-6

prosedur untuk mencapai sebuah tujuan.<sup>15</sup>  
Perencanaan adalah suatu kegiatan yang akan

Perencanaan juga memiliki arti lain yaitu kegiatan rasional dan sistematis dalam menetapkan keputusan kegiatan atau langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam melakukan sebuah perencanaan, yaitu menetapkan tujuan, mengetahui situasi terkini serta hambatan dan pendukung.

Setelah mengetahui beberapa tahapan dari sebuah perencanaan perlu diketahui juga ada beberapa manfaat dari perencanaan, yaitu perencanaan dapat meningkatkan efisiensi waktu, tenaga, pikiran, dan biaya. Perencanaan juga bisa memberikan solusi dari setiap masalah yang ada, perencanaan juga bisa memberikan petunjuk operasional dan perencanaan dapat menempatkan tanggung jawab dengan tepat.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>T. Hani Handoko, Manajemen Edisi 2, (Yogyakarta, BPFE:2018), Hlm. 23

<sup>16</sup>Indra Bastian, Akuntansi Yayasan dan Lembaga Publik, (Yogyakarta, Erlangga: 2007), Hlm. 31

Perencanaan merupakan fungsi utama dari manajemen, karena dalam perencanaan akan dilakukannya sebuah awal dari kegiatan. Jika tidak ada perencanaan manajer tidak akan pernah tau apa yang akan dilakukan dalam setiap kegiatan untuk mencapai sebuah tujuan.

b) Pengorganisasian (*Organizig*)

Setelah menetapkan tujuan-tujuan dan menyusun rencana-rencana atau program-program, untuk mencapai semua itu perlu adanya suatu organisasi untuk mengelola dan menjalankan sebuah perencanaan. Pengorganisasian telah dijelaskan dalam Pengorganisasian merupakan suatu proses menghubungkan orang-orang yang terlibat dalam organisasi tertentu untuk mengetahui tugas dan fungsinya dalam suatu organisasi.<sup>17</sup> Dalam pengorganisasian dilakukan untuk pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab secara terperinci berdasarkan bagian dan bidang masing-masing sesuai dengan

---

<sup>17</sup> Fathul Maujud, Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam, (Mataram, UIN Mataram: 2018), Jurnal penelitian keislaman Vol. 14 No. 1, Hlm34

kemampuan yang dimiliki oleh setiap anggotanya.

c) Penggerakan (*Actuating*)

Setelah menyusun perencanaan dan mengorganisasikan maka fungsi selanjutnya adalah menggerakkan atau mengarahkan anggota untuk bergerak dalam mencapai sebuah tujuan yang dicapai.

Penggerakan merupakan sebuah tugas dari setiap anggota organisasi untuk bekerjasama dalam satu tim yang bekerja sesuai yang telah ditugaskan. Fungsi dari penggerakan meliputi memberikan motivasi, memimpin, menggerakkan mengevaluasi kinerja individu, memberikan imbalan jas, mengembangkan para manajer.<sup>18</sup>

d) Pengawasan atau Evaluasi (*Controlling*)

Pengawasan adalah pengamatan terhadap jalannya sebuah perencanaan. Dalam islam, syarat yang dimiliki oleh

---

<sup>18</sup>Muhammad Kristiawan, Manajemen Pendidikan, (Yogyakarta, Budi Utama:2012 ), Hlm.49

pemimpin adalah harus baik kepada semua anggotanya, sehingga dalam melakukan pengawasan menjadi lebih mudah. Seperti yang telah dijelaskan dalam QS. At-Tahrim (6), sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا  
النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاطٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ  
مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

*"ayyuhallazīnā manu qū anfusakum  
wa ahlikum nāraw wa qūduhan-nāsu wal-  
hijāratu 'alaihā malā`ikatun gilāzun  
syidādul lā ya'sunallāha mā amarahum wa  
yaf'alūna mā yu`marūn"*

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan”.

Semua fungsi tidak akan efektif jika tidak ada pengawasan. Pengawasan

dilakukan untuk mengetahui kinerja dari setiap anggota dengan alasan untuk memastikan semua yang sudah direncanakan, disusun, dan berjalan sesuai dengan prosedur yang telah dibuat. Selain itu juga dilakukan evaluasi pada anggota yang tidak menjalankan tanggung jawabnya sesuai dengan tugas yang diberikan.<sup>19</sup>

## 2. Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Menurut Kotler dan Keller pengertian manajemen pemasaran adalah “Mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup>Roni Angger Aditama, Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi,(  
Malang, IKAPI: 2019), Hlm.20

<sup>20</sup> Kotler dan Keller, 2014. Manajeen Pemasaran. Jilid i. Edisi ke 13.  
Jakarta:Erlangga.

Senada dengan itu Mohammad Nurul Huda Definisi pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran kegiatan yang sangat penting sehingga perlu adanya pengolahan dan koordinasi secara baik dan professional.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut Daryanto mengemukakan pengertian pemasaran sebagai berikut: “Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.<sup>22</sup>

a. Jenis-jenis pemasaran

1. *Branding*

*Branding* adalah salah satu jenis pemasaran yang biasa dilakukan oleh seseorang. Fungsi dari *branding* ini adalah sebagai iklan untuk jangka panjang. Hal ini tentu akan sangat membantu dalam membuat

---

<sup>21</sup> Huda Nurul Muhammad, 2012. Pemasaran Keuangan. Jakarta: Erlangga

<sup>22</sup> Daryanto. (2016)). *Media Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media

sebuah produk atau layanan jadi lebih menarik.<sup>23</sup>

## 2. Iklan siaran

Jenis pemasaran selanjutnya adalah iklan siaran. Iklan siaran umumnya akan menggunakan radio. Penggunaan radio sebagai sebuah media pemasaran adalah salah satu jenis bentuk iklan berbayar yang cukup umum.

## 3. *Multi Level Marketing*

Pengertian pemasaran Janis MLM ini adalah salah satu bentuk penjualan yang dilakukan secara langsung. MLM akan melibatkan banyak orang, dimana perusahaan akan merekrut serta menjual berbagai produk yang mereka miliki.

## 4. Online atau internet

Media online atau internet adalah salah satu media pemasaran yang sangat diminati. Hampir semua orang tentu pernah menggunakan internet. Hal tersebut akan membuat pasarnya menjadi sangat luas.

---

<sup>23</sup>Buchari Alma, Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2003)

Pemasaran juga bisa dilakukan ke dalam beberapa cara. Seperti menggunakan *website*, email, bahkan iklan. Target dari pasarnya juga dapat ditentukan. Sebab, banyak penyedia jasa iklan yang mempunyai fitur seperti ini.

#### 5. Relationship Marketing

Jenis pemasaran selanjutnya adalah *relationship marketing*. Membangun sebuah hubungan atau *relationship* dengan konsumen adalah salah satu cara yang paling efektif, dalam memasarkan sebuah produk.

#### b. Fungsi Pemasaran

##### 1. Pengenalan Produk

Fungsi pertama dari dilakukannya kegiatan pemasaran adalah untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan. Fungsi ini disebut juga sebagai fungsi yang utama. Melalui pemasaran, sebuah produk akan lebih dikenal oleh konsumen.

##### 2. Fungsi Pertukaran

Sebuah pemasaran memungkinkan para konsumen untuk mendapatkan informasi. Hal itu akan membuat konsumen tergerak untuk membeli produk yang akan dijual. Produk

tersebut akan ditukar dengan uang, atau produk dengan produk yang memiliki nilai sama.

### 3. Riset

Pemasaran dapat menjadi sebuah lahan untuk melakukan riset. Baik riset yang dilakukan secara langsung, maupun dilakukan secara online. Riset akan memungkinkan pemilik bisnis atau perusahaannya mendapatkan informasi.

### 4. Distribusi Fisik

Fungsi pemasaran selanjutnya adalah dapat memastikan bahwa produk mudah didistribusikan dengan baik. Pendistribusian dilakukan dari tempat produk di produksi ke pasar luas. Prosesnya bisa dilakukan melalui jalur air, jalur darat bahkan jalur udara.

### 5. Layanan purna jual

Terkadang, konsumen membutuhkan layanan setelah melakukan pembelian. Pemilik bisnis atau produk harusnya dapat membantu konsumen dalam menangani hal ini. Contohnya seperti produk untuk perabotan rumah tangga.

### 6. Kompetisi

Fungsi dari pemasaran selanjutnya adalah dapat melakukan kompetisi. Dalam memenangkan sebuah persaingan, maka perusahaan harus membuat strategi pemasaran yang baik. Perusahaan harus menonjolkan keunggulan produknya dibanding dengan produk pesaingnya. Dalam hal ini, pemasaran sangat dibutuhkan.

c. Tujuan Pemasaran

1. Kegiatan untuk mengembangkan kemampuan bisnis.
2. Supaya bisnis atau perusahaan dapat beradaptasi dengan trend yang baru
3. Sebagai dasar pemikiran untuk mengambil sebuah keputusan pemasaran
4. Kegiatan untuk mengembangkan kemampuan bisnis.
5. Kegiatan untuk mengembangkan kemampuan bisnis.

Strategi pemasaran, kualitas produk yang dihasilkan dan ditawarkan haruslah berkualitas, sebab konsumen tidak senang pada produk kurang bermutu, apalagi harganya mahal. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran

pemasaran, karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis.

Produsen harus pandai menetapkan kebijakan tinggi atau rendahnya harga, yang berpedoman pada: keadaan atau kualitas barang, konsumen yang dituju, serta suasana pasar.

d. Strategi Pemasaran 4p

1. *Place* (Lokasi/Tempat)

Lokasi berarti berhubungan dengan tempat perusahaan jasa/produk harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Pemilihan lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung.<sup>24</sup>

2. *Promotion* (promosi).

Menurut Huryati, sebagaimana yang dikutip oleh Firdayanti Abbas, promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang sangat penting untuk membuka pangsa

---

<sup>24</sup>Eka.kalsum, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi swasta di (Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu Vol 3 no 1, 2010)

pasar yang baru, atau memperluas jaringan pemasaran. Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi kepada konsumen.<sup>25</sup>

### 3. *Price* (Harga)

Pada dasarnya, harga adalah biaya yang dibayar oleh pelanggan untuk suatu produk.

### 4. *Product* (Produk)

Produk adalah inti dari strategi pemasaran ini sendiri. Produk dapat berupa barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Dalam membuat produk, sangat penting untuk melakukan riset pasar agar sesuai target konsumen yang dituju.

Adanya unit produk seperti yang dipaparkan di atas, tentunya akan mempunyai pilihan yang jelas yang dikorelasikan dengan keinginan dan kebutuhan masing-masing sesuai dengan yang diharapkan. Produk pendidikan seperti reputasi, prospek, variasi pilihan dan mutu pendidikan yang baik, reputasi lembaga pendidikan yang baik akan mempengaruhi dan menarik pelanggan, begitu pula prospek lembaga pendidikan yang cerah, hal ini tidak

---

<sup>25</sup> Haryati, "Bauran Pemasaran terhadap SDN Palombang 01" (Jurnal Ilmiah Vol 4, 2015)

lepas dari naluri manusia yang ingin membangun masa depan lebih baik. Selain itu, adanya variasi pilihan jurusan akan memudahkan bagi konsumen untuk memilih jurusan yang ditawarkan tersebut disesuaikan dengan kemampuan, bakat dan minatnya dalam memperoleh dan mengembangkan pengetahuannya. Mutu pendidikan pada lembaga pendidikan yang baik juga akan sangat berpengaruh bagi konsumen dalam memilih lembaga pendidikan, semakin baik mutu pendidikannya akan semakin menarik perhatian pelanggan.<sup>26</sup>

Sedangkan harga juga akan memudahkan bagi masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan sesuai dengan kemampuan ekonominya, tentunya lembaga pendidikan yang lebih murah dengan mutu lembaga pendidikan yang cukup bagus dengan lembaga pendidikan yang lebih mahal atau bahkan yang sama-sama murah merupakan lembaga pendidikan yang didambakan oleh semua kalangan, terutama pelanggan. Begitu juga dengan lokasi, lokasi yang lebih nyaman, strategis dan lebih mudah dijangkau oleh pelanggan akan lebih menarik perhatian dari pada lokasi yang ada di pedalaman, sulit transportasi dan lain sebagainya.

---

<sup>26</sup>Kacung Wahyudi. Manajemen Pemasaran. Dosen STIT Al-Karimiyah. Jurnal Volume 05, Nomor 01, Juni 2017

### 3. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kata pemasaran dapat didefinisikan hasil aktifitas bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen kepada konsumen yang mencakup pembelian, penjualan, transportasi, pergudangan, standarisasi, tingkatan, finansing, dan risiko. Sedangkan manajemen pemasaran adalah bidang manajemen perusahaan yang menyangkut keputusan dan kebijaksanaan yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran dari perusahaan.<sup>27</sup>

Dua kata dalam manajemen pemasaran dapat disimpulkan sebagai tindakan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak, tindakan yang dilakukan ini merupakan salah satu dari rangkaian proses analisis serta rencana yang telah diteliti oleh seorang pemimpin untuk meningkatkan serta memperluas pasar.

Dilihat dari segi manajemen pemasaran, pendidikan sendiri dapat dikatakan sebagai produk jasa yang merupakan sesuatu tidak berwujud akan tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat diproses dengan menggunakan atau tidak menggunakan bantuan produk fisik, dan proses yang terjadi merupakan interaksi

---

<sup>27</sup>Ignatius Hadisoeprobo. 1985. Dasar-dasar Manajemen. Jakarta: Erlangga. Hal 215, diterjemahkan dari Joseph L. Massie. 1979. Essentials of Management. 3th edition

antara penyediaan jasa dengan pengguna jasa yang memiliki sifat tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemimpinan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran Pendidikan adalah manajemen dengan sistem yang berlandaskan pada hakikat saling berhubungan antara semua bidang fungsional dalam sebuah lembaga Pendidikan sebagai dasar pengambilan keputusan di bidang pemasaran yang berorientasi pada konsumen untuk mempengaruhi tingkat, waktu dan komposisi permintaan untuk membantu lembaga/ sekolah mencapai sasarannya.

Media pemasaran untuk melaksanakan promosi sekolah merupakan sebuah hal lumrah yang dilaksanakan oleh setiap lembaga pendidikan untuk mempertahankan lembaga pendidikan tersebut terus berdiri dan berjalan seperti lembaga pendidikan pada umumnya. dilakukan sebagai upaya lembaga pendidikan meningkatkan kualitas lembaga pendidikan tersebut.

#### 1. Konsep pemasaran pendidikan

Lembaga pendidikan perlu menggunakan dan memiliki sebuah sistem pengelolaan yang mampu mengoptimalkan perlengkapan yang dianggap oleh pelanggan jasa pendidikan sebagai salah satu hal yang penting dalam

sebuah institusi pendidikan. Dengan adanya nilai lebih dan perlengkapan sekolah yang lengkap maka sebuah konsep pemasaran jasa pendidikan akan membuat masyarakat menjadi lebih terbuka dan menjadi nilai tambah dari seorang pemasar kepada konsumen

Kegiatan yang perlu dilakukan oleh seorang pengelola dalam bidang pemasaran adalah :

1. Perencanaan / *Planning* (Perencanaan pelanggan pendidikan)

Hal penting dalam membuat perencanaan pemasaran adalah :

- a. Membuat visi, misi, tujuan umum dan tujuan khusus sebuah lembaga pendidikan.
- b. Meneliti dan menganalisa ancaman dan peluang eksternal dari sebuah lembaga pendidikan. Ancaman serta peluang eksternal dibagi menjadi 4:

- 1.) Lingkungan publik yakni sebuah kelompok atau lembaga yang tertarik pada sebuah kegiatan sosial.
- 2.) Lingkungan yang kompetitif dan bersaing merupakan lingkungan yang mana lembaga lain akan saling berkompetisi untuk meraih kesadaran serta perhatian

agar mampu mendapatkan loyalitas dari khalayak lain sebagai sasaran.

3.) ) Lingkungan makro yaitu lingkungan yang secara keseluruhan memiliki kekuatan fundamental berskala luas dan besar yang mampu membentuk peluang serta ancaman terhadap sebuah lembaga tersebut.

4.) Lingkungan pasar merupakan sekumpulan anggota dalam sebuah organisasi yang mampu bekerja sama dengan lembaga tersebut untuk mencapai visi dan misi mereka dan mencapai tujuan dari perencanaan tersebut.

c. Memahami salah satu kekurangan dalam “kondisi pasar” dan mampu menentukan cikal bakal peserta didik yang akan dipilih dan masuk ke lembaga pendidikan tersebut.

2. Pelaksanaan / *Action* (Pelaksanaan pemasaran)

Dapat diperhatikan dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan adalah memperhatikan variabel yang mampu memikat minat pelanggan.

3. Pengendalian/*Controlling* (Pengendalian pemasaran)

Dalam sebuah pencapaian perlu adanya sebuah pengamatan dan pengendalian yang efisien, karena sebuah sekolah ataupun lembaga pendidikan lainnya sangat membutuhkan informasi yang akurat dan faktual. Informasi tersebut akan digunakan sebagai sebuah acuan dalam pelaksanaan pengamatan dan pengendalian untuk menjadi bahan evaluasi dalam pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan.

Dalam pengendalian terdapat 3 jenis hal yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan yaitu:

- a.) Rencana pengamatan yang dilaksanakan setiap tahun, hal ini termasuk kegiatan monitoring pada kinerja pemasaran yang berlangsung untuk meyakinkan tingkat penjualan tahunan dan mendapatkan keuntungan yang ditargetkan. Hal yang dibutuhkan untuk mencapai target adalah sebuah analisis penjualan, analisis pangsa pasar, analisis anggaran pemasaran, dan penelusuran sikap pasar.
- b.) Pengamatan keuntungan atau biasa disebut dengan pengamatan profitabilitas, pengamatan ini merupakan determinasi keuntungan yang

aktual dari pemasaran yang telah dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan. Hal ini tentu menggunakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, segmen pasar, saluran promosi, hingga kepada kualitas yang akan diberikan kepada khalayak.

- c.) Audit pemasaran memiliki tujuan untuk menganalisis tujuan pemasaran, strategi, dan sistem yang diadaptasi secara optimum dan lingkungan tujuan pemasaran yang telah diperkirakan oleh sebuah lembaga yang melaksanakan perencanaan pemasaran tersebut.

Rencana yang telah tertata dan terkonsep dengan maksimal pada awal perencanaan maka sebuah pemasaran digital akan mempunyai pelaksanaan mendekati kata sempurna. Untuk mencapai pelaksanaan yang sempurna maka analisis dan tujuan pasar tersebut akan tepat kepada sasaran pelanggan jasa pendidikan untuk lembaga pendidikan.

#### 4. Ruang lingkup pemasaran

Manajemen pemasaran mampu melibatkan berbagai proses dalam tahapan pelaksanaannya, produsen harus mencari pembeli dan mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan mereka, merancang produk dan jasa baik

mutunya, menetapkan harga atas produk atau jasa tersebut, mempromosikan, dan kemudian mengirimkannya ke pasar. Tujuan yang ingin dicapai melalui proses pemasaran pada sebuah perusahaan tergantung dari bisnis perusahaan, di mana melalui proses pemasaran, terjadi pengenalan produk kepada konsumen, kemudian pembelian sehingga berdampak pada pendapatan perusahaan.

Pemasaran juga berbeda dengan penjualan. Perusahaan yang menggunakan konsep pemasaran dalam orientasi pada pasarnya senantiasa berpijak pada empat pilar utama, yaitu: focus pasar, orientasi pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas. Konsep pemasaran mengambil perspektif dari luar ke dalam, dimulai dengan pasar yang didefinisikan dengan baik, memfokuskan pada kebutuhan pelanggan, mempengaruhi pelanggan, dan menghasilkan keuntungan melalui penciptaan kepuasan konsumen.

Dengan demikian, pada dasarnya konsep pemasaran adalah memfokuskan pada pasar, berorientasi pada pelanggan, dan usaha pemasaran yang terkoordinir, yang ditujukan untuk menghasilkan kepuasan pelanggan sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi atau tujuan perusahaan. Pemikiran yang berorientasi pada pelanggan mengharuskan perusahaan mendefinisikan

kebutuhan pelanggan dari sudut pandang pelanggan, bukan dari sudut pandang perusahaan. Artinya, nilai kepuasan pelangganlah yang paling diutamakan. Pentingnya kepuasan pelanggan ini didasari oleh kenyataan, bahwa penjualan perusahaan setiap periode berasal dari dua kelompok pembeli yaitu pelanggan baru dan pelanggan berulang.

Menurut dua ahli pemasaran yaitu Jagdish dan Milind terjemahan Mitra Utama Tim Penerjemah Mitra Utama, bahwa selalu lebih mahal untuk menarik pelanggan baru daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan lebih penting dari pada menarik pelanggan.

Kunci dalam mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler terjemahan Adi Zakaria, seorang pelanggan akan bertindak sebagai berikut<sup>28</sup>:

1. Membeli kembali
2. Berbicara yang baik kepada orang mengenai perusahaan
3. Kurang mempertimbangkan merk pesaingnya
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang lain

---

<sup>28</sup> Kotler Philip, 2000, Terjemahan Adi Zakaria Afif, Manajemen Pemasaran, Edisi Revisi, Jakarta: Fakultas Ekonomi UI

Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas dapat bertindak lebih jauh merugikan perusahaan. Penelitian Albreht dan Zemke terjemahan Adi Zakaria , menunjukkan bahwa pelanggan yang tidak puas mengeluh mengenai perusahaan kepada lebih dari 20 orang. Jika setiap orang yang mendengar kemudian menceritakan kembali keluhan itu, maka akan semakin negatiflah citra produk dan perusahaan yang menghasilkannya. Inilah esensi dasar bagi pentingnya menciptakan kepuasan pelanggan bagi organisasi modern yang menerapkan konsep pemasaran sebagai pendekatan kepada pelanggan dalam menyampaikan produk-produknya.<sup>29</sup>

Ruang lingkup selanjutnya dari pemasaran adalah yang disebut strategi pemasaran (marketing strategy). Banyak ahli pemasaran yang mengungkapkan bahwa pemasaran tanpa strategi hanya akan berjalan di tempat, sehingga strategi adalah segalanya. Dapat dikatakan bahwa marketing strategy sebagai suatu isi sentral dan krusial dalam fungsi pemasaran. Menurut Bannett seperti dikutip oleh Fandy Tjiptono bahwa strategi pemasaran merupakan (baik secara implicit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk

---

<sup>29</sup> Philip Kotler, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Jakarta: Erlangga, 2008 )

mencapai tujuan. Sementara itu, Tull dan Kehle juga dikutip oleh Fandy Tjiptono mendefinisikan strategi pemasaran sebagai berikut:

“Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.”

Menurut Covey seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono bahwa strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling berkait. Kelima elemen tersebut adalah<sup>30</sup>:

1. Pemilihan Pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani yang dimulai dengan kegiatan segmentasi pasar
2. Perencanaan Produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual pada masing-masing lini
3. Penetapan Harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan

---

<sup>30</sup> Covey, Stephen. R, “The 8th Habit”, Jakarta : PT. Gramedia, 2005.

4. Sistem Distribusi, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan
5. Komunikasi Pemasaran (Promosi), yang meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing, dan public relations.

Berdasarkan batasan-batasan diatas maka, strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan- tujuan pemasaran dan mengimplementasikan misi pemasaran itu sendiri. Pengertian strategi pemasaran yang dikemukakan oleh para pakar tersebut juga memberikan gambaran bahwa strategi pemasaran pada hakikatnya merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Indikator penting dalam manajemen pemasaran mencakup tentang kebutuhan publik, keinginan publik, permintaan yang berbeda, produksi, totalitas, nilai dan kepuasan konsumen, pertukaran yang sah, transaksi, dan hubungan pasar itu sendiri yaitu antara pemasaran dan pasar. Kebutuhan masyarakat, keinginan dan permintaan adalah suatu konsep yang tidak sama. Kebutuhan dapat dikatakan sebagai suatu kondisi dirasakannya sesuatu yang perlu dan ketiadaan kepuasan yang didapatkan, sementara keinginan merupakan rasa yang

kuat akan kepuasan yang detail terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih banyak, sedangkan permintaan merupakan kondisi keinginan akan sesuatu yang diinginkan yang ditunjang oleh kemampuan dan kesediaan untuk menggunakan sesuatu yang diminta.

Manajemen pemasaran menjelaskan bahwa indikator untuk mencapai tujuan lembaga terdiri dari penetapan dan penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (target) serta memberikan rasa kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing lainnya. Konsep manajemen pemasaran ini berpedoman pada empat faktor terdiri dari pasar sasaran (target), kebutuhan konsumen, pemasaran terpadu (berkelanjutan) dan keuntungan yang akan didapatkan.

a. Website

Secara terminologi, *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada dalam *World Wide Web* (www) di internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai

melalui web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Web yang sering dikenal world wide web (WWW) merupakan suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (link) satu dokumen dengan dokumen lainnya (hypertext) yang dapat diakses melalui sebuah browser. Terdapat beberapa kriteria website sekolah yang baik menurut Sugeng yaitu Readability dengan aspek siapa target audien ( isi website sesuai dengan target pengunjung), pemilihan warna, desain struktur content, desain tata letak situs, desain grafis, Navigasi. Speed yaitu kecepatan situs paa saat diakses. Faktor – faktor yang mempengaruhi kecepatan situs yaitu ukuran file yang digunakan apakah situs menampilkan banyak image dan animasi dengan ukuran file besar akan menyebabkan kelambatan akses, pemilihan hosting server yang tepat, memilih hosting server yang tepat agar tidak lambat diakses, algoritma program untuk sebuah web aplikasi. Bila algoritma program yang digunakan kurang tepat atau bahkan salah, maka akan mengakibatkan lambatnya situs diakses. Komponen Accuracy melihat apakah sebuah situs bebas broken link. Komponen Mobilitas Content aspek yang dilihat yaitu kapan

situs tersebut terakhir diupdate, apakah informasi di situs selalu diperbaharui dan tidak statis, adakah kolom interaktif antara pihak situs dengan pengunjung atau antar pengunjung. Komponen Efficiency melihat mengenai konsistensi penempatan dan tampilan untuk content desain setiap halaman. Mempermudah pengunjung dalam pencarian informasi, tidak membingungkan, dengan adanya konsistensi akan mempercepat loading time halaman web.

Halaman-halaman dari website akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut homepage. ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, hyperlink-hyperlink yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Beberapa website membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para user bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi website tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs e-mail gratisan, yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

Dalam dunia pendidikan butuh sarana agar bisa melakukan presentasi atau memberikan informasi visi dan misi untuk setiap lembaga pendidikan. Selain itu, lembaga pendidikan juga harus memberikan informasi mengenai kualitas lembaga pendidikan dari segi kualitas pengajar, kualitas dan kelayakan tempat untuk

kegiatan belajar mengajar dan juga prasarana yang mendukung kegiatan lembaga pendidikan seperti laboratorium, gedung olahraga, fasilitas ilmu teknologi atau komputer serta fasilitas lain.

Ada beberapa manfaat website dalam media sarana promosi dalam sebuah lembaga pendidikan, antara lainnya :

1. Meningkatkan reputasi lembaga pendidikan

Manfaat website bagi lembaga pendidikan yang pertama adalah untuk meningkatkan reputasi lembaga pendidikan. Persaingan sendiri memang terjadi di segala bidang dari mulai dunia bisnis sampai di antara lembaga pendidikan.

2. Sarana promosi lembaga pendidikan

Dengan kemajuan yang semakin pesat, sebuah lembaga pendidikan nantinya bisa melakukan promosi tentang kelebihan kelebihan yang dimiliki lewat website.

Contoh promosi yang bisa dilakukan lembaga pendidikan lewat website diantaranya adalah menerangkan apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki oleh sebuah lembaga pendidikan dan tidak dimiliki lembaga pendidikan lainnya.

3. Media pendukung

Sekarang ini, Penggunaan E-Learning sudah mulai diterapkan dalam dunia pendidikan. Dengan sistem ini,

pembelajaran siswa jadi terasa tidak membosankan dan sistem E-Learning ini kini juga sudah bisa diterapkan pada lembaga pendidikan yang sudah memiliki website.

4. Media komunikasi stakeholder dunia pendidikan

Manfaat website untuk lembaga pendidikan selanjutnya adalah sebagai media komunikasi antara stakeholder dunia pendidikan. Website untuk lembaga pendidikan nantinya akan digunakan sebagai media interaktif seperti sumbang saran, pesan dan juga kesan.

Selain itu, website dalam dunia pendidikan juga bisa digunakan sebagai media untuk menghubungkan antara lembaga pendidikan dan juga lembaga pemerintah dengan masyarakat.

5. Mempercepat penyampaian informasi

Dengan hadirnya sebuah website, maka sekarang ini lembaga pendidikan dapat menyampaikan informasi paling baru dengan lebih cepat dan juga lebih merata. Sebagai contoh, penyampaian informasi tentang kurikulum terbaru, materi bahkan sampai soal beserta dengan penyelesaiannya.

6. Meningkatkan mutu tenaga pengajar

Dengan hadirnya website, maka guru bisa memberikan informasi pada para siswa atau wali murid

yang secara tidak langsung juga akan mengajarkan betapa pentingnya sebuah teknologi tersebut.

Fleksibilitas yang dimiliki website membuat informasi yang disajikan bisa tersampaikan dengan cepat, seperti halnya jika terdapat kegiatan yang dilakukan sekolah, melalui website berita atau informasi mengenai kegiatan tersebut bisa langsung disebarkan dan langsung diterima oleh masyarakat. Hal tersebut berbeda dengan media konvensional seperti brosur maupun banner, keduanya memiliki keterbatasan konten materi yang akan disajikan.

Sejalan dengan apa yang dikemukakan diatas Kemudahan penyebaran informasi menggunakan website sendiri ditambah dengan beberapa fitur yang disajikan oleh website seperti subscribe website, sehingga informasi-informasi yang di-publish bisa masuk sebagai notifikasi di perangkat subscriber dalam hal ini masyarakat Penyebaran informasi tersebut dimudahkan karena semua orang bisa mengakses informasi tersebut dimanapun dan kapanpun.

Penggunaan website inilah yang menjadikannya sangat penting bagi sebuah lembaga pendidikan karena sebagai media sarana informasi bagi stakeholder yang ada di lembaga tersebut, dimana pada era ini kekuatan teknologi atau media adalah yang berperan penting dalam pemasaran lembaga pendidikan agar memuat informasi dengan cepat.

Website ini menjadi sarana promosi yang dapat digunakan oleh semua kalangan, sehingga hampir setiap lembaga sekolah memiliki website. Melalui website ini setiap orang dapat mengetahui informasi atau perkembangan disuatu tempat.

Rancang bangun adalah program yang menentukan aktifitas pemrosesan yang dibutuhkan untuk penyelesaian tugas-tugas khusus dari pemakai atau pengguna komputer.<sup>31</sup>

### 1. Website

Website atau disingkat web, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa text, gambar, video, audio dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet.<sup>32</sup>

### 2. *Bootstrap*

*Bootstrap* adalah paket aplikasi siap pakai untuk membuat front-end sebuah website. Bisa dikatakan, bootstrap adalah template desain web dengan fitur plus. Bootstrap diciptakan untuk mempermudah proses desain web bagi berbagai tingkat pengguna, mulai dari level pemula hingga yang sudah berpengalaman. Cukup

---

<sup>31</sup> Usep Tanaisjaya 2015. Rancang bangun aplikasi penjualan dan pemasaran perseroan terbatas PT Halim Jaya Sakti Palembang". Jurnal Informatika, Vol 1 Januari-Juni 2017

<sup>32</sup> Abdulloh, Rohi; 2010 <sup>3</sup>Web Programming is Easy & Simple Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

bermodalkan pengetahuan dasar mengenai HTML dan CSS, anda pun siap menggunakan bootstrap.<sup>33</sup>

### 3. Pengertian *PHP*

*PHP* (Kepanjangan: *Hypertext Preprocessor*) itu bahasa pemrograman berbasis web. Jadi ,*PHP* itu adalah bahasa pemrograman yang digunakan untuk membuat aplikasi berbasis web ( website, blog atau aplikasi *web*).<sup>34</sup>

### 4. *MySQL*

merupakan *software* RDBMS (*server database*) yang dapat mengelola database dengan sangat cepat, dapat menampung data dalam jumlah sangat besar, dapat diakses oleh banyak user (*multi-user*) dan dapat melakukan suatu proses secara sinkron atau berbarengan (*multi-threaded*).<sup>35</sup>

### 5. *Xampp*

*Xampp* adalah salah satu paket installer yang berisi Apache yang merupakan *web server* tempat menyimpan filefile yang diperlukan website, dan *Phpmyadmin*

---

<sup>33</sup> Rozi A. Zaenal & Comunity Smit Dev, 2015. Bootstrap Design Framework “. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

<sup>34</sup> Nugroho, Bunafit; 2012. Dsara Web pemograman web php MySQL dengan Dreamweaver”, Yogyakarta : Gava Media.

<sup>35</sup> Raharjo Budi: 2011. “Belajar Otodidak Pemograman web degan PHP+Oracle”. Bandung Informatika.

sebagai aplikasi yang digunakan untuk perancangan database *MySQL*<sup>36</sup>

#### 6. *Dreamwaver*

*Dreamweaver* merupakan suatu perangkat lunak web editor keluaran *adobe* system yang digunakan untuk membangun dan mendesign suatu website dengan fitur-fitur yang menarik dan kemudahan dalam penggunaannya.<sup>37</sup>

#### 7. *Web Server*

*Web Server* adalah sebuah perangkat lunak *server* yang berfungsi menerima permintaan *HTTP* atau *HTTPS* dari klien yang dikenal dengan *web browser* dan mengirimkannya kembali dalam bentuk halaman-halaman web yang umumnya berbentuk dokumen *HTML*.<sup>38</sup>

Rancang bangun inilah yang sangat berkaitan dengan perancangan sebuah sistem dimana merupakan satu kesatuan untun merancang dan membangun sebuah aplikasi ataupun website ini. Perancangan sistem ini sendiri adalah penentuan sebuah proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru. Jika

---

<sup>36</sup> Abdulloh, Rohi; 2010 <sup>3</sup>Web Programing is Easy & Simple Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

<sup>37</sup> Nugroho, Bunafit; 2012. Dsara Web pemograman web php MySQL dengan Dreamweaver”, Yogyakarta : Gava Media

<sup>38</sup> Sadeli, Muhammad, 2014. “Aplikasi Bisnis dengan PHP & MySQL menggunakan Adobe Dreamweaver CS 6”. Palembang: Maxikom.

sistem itu merupakan berbasis komputer, rancangan dapat menyertakan spesifikasi jenis peralatan yang digunakan.

Penjelasan diatas dapat disimpulkan rancang bangun sistem merupakan kegiatan menerjemahkan hasil analisa kedalam bentuk paket perangkat lunak kemudian menciptakan sitem tersebut atau memperbaiki sistem yang ada.

Pemanfaatan media dan sistem inilah yang disebut bagian dari sitem informasi manajemen dimana definisi dan pengertian dari sistem informasi manajemen adalah sebuah metode formal untuk menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu bagi manajemen yang diperlukan untuk mempermudah proses pengambilan keputusan, dan memungkinkan fungsi-fungsi dari manajemen seperti perencanaan, pengendalian, dan operasional organisasi dapat dilaksanakan secara efektif. Menurut George M. Scott, sistem informasi manajemen adalah sekumpulan sistem informasi yang saling berinteraksi, yang memberikan informasi baik untuk kepentingan operasi atau kegiatan manajerial.<sup>39</sup>

Dengan mengacu kepada pengertian sistem informasi manajemen maka dapat disimpulkan bahwa konsep sistem informasi manajemen memiliki beberapa karakteristik yaitu:

---

<sup>39</sup> Geoege M. Scott, Prinsip-Prinsip Sistem Informasi Manajemen, Jakarta: PT Rajagafindo Persada, 1997.

- a. Dalam suatu organisasi terdapat satu bagian khusus sebagai pengelola sistem informasi manajemen.
- b. Sistem informasi manajemen merupakan jalinan lalu lintas data dan informasi dari setiap bagian didalam organisasi yang terpusat dibagian sistem informasi manajemen.
- c. Sistem informasi merupakan jalinan hubungan antar bagian dalam organisasi melalui satu bagian sistem informasi manajemen.
- d. Sistem informasi manajemen merupakan segenap proses yang mencakup: pengumpulan data, pengolahan data, penyimpanan data, pengambilan data, dan penyebaran informasi dengan cepat dan tepat.
- e. Sistem informasi bertujuan agar para pelaksana dapat melaksanakan tugas dengan baik dan benar serta pimpinan dapat membuat keputusan dengan cepat dan tepat.<sup>40</sup>

Untuk itu memanfaatkan sistem informasi manajemen dengan efektif dan tepat sasaran, oleh karena itu harus diketahui dengan pasti tentang organisasi yang membentuk sistem.

---

<sup>40</sup> Sutabri Tata, sistem informasi manajemen. Yogyakarta: Andi, 2005

Website ini juga bagian dari sistem informasi manajemen dimana website itu sebuah alat untuk menginformasikan pada masyarakat atau khalayak umum tentang informasi dari sebuah organisasi atau lembaga.

## **B. Kajian Pustaka Relevan**

Peneliti membandingkan dengan kajian yang sudah diteliti sebelumnya. Dalam hal ini akan memberikan penjelasan kajian yang bersifat relevan, dengan menyiapkan berbagai referensi, dan sudah mulai penelitian sehingga di dapatkan suatu permasalahan utama atau titik fokus.

Berbicara mengenai kajian pustaka, yang mana menjelaskan keterkaitan antara masalah yang akan dibahas, dengan didukung berbagai sumber yang valid, dan sesuai dengan judul penelitian. Maka dengan adanya perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya, akankah penelitian ini menjadi pelengkap atau menjadi bantahan, dan bisa jadi menjadi penelitian baru. Hal tersebut bisa ditentukan melalui hasil tinjauan pustaka. Berikut penelitian sebelumnya yang telah di rangkum oleh peneliti, diantaranya :

Skripsi yang disusun oleh Adinda Maula Auladina, Program Studi Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

(2022). Dengan Judul skripsi “*Pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan jasa pendidikan di MTS. Darul Mutaqien Parung Bogor*”.<sup>41</sup> Fokus skripsi ini adalah upaya bagaimana memasarkan jasa pendidikan melalui teknologi digital yang ada. Kesimpulan skripsi ini bahwa upaya yang dilakukan dalam memasarkan lembaga pendidikan menggunakan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan sudah berjalan dengan baik. Strategi yang digunakan oleh MTS. Darul Mutaqien menggunakan pendekatan yang komprehensif. Adapun Strategi yang dilakukan adalah dengan mengaplikasikan 4P (product, price, place dan promotion). Selain dari pada itu, proses pengembangan yang konsisten pada media digital juga membuat tujuan dari pemasaran tersebut menjadi sesuai serta efektif dan efisien.

Jurnal yang disusun oleh Abdur Rochman, Mahasiswa dari STMIK Bina Sarana Global (2020)<sup>42</sup>. Dengan judul jurnal “*Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source*”. Fokus dari jurnal ini adalah Penyebaran informasi mengenai sekolah kurang efektif, jika muatan informasi terbatas, jangkauan

---

<sup>41</sup> Adinda Maula Auladina,(2022) *Pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan jasa pendidikan di MTS. Darul Mutaqien Parung Bogor*”, Manajemen Pendidikan Islam, UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta

<sup>42</sup> Abdur Rochman (2020), “*Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source*”

penyebaran informasi kurang luas. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan mudah serta mampu dijangkau oleh siapa saja, di mana saja, kapan saja dan mengandung isi informasi yang lebih banyak. Implementasi website sekolah dengan menggunakan wordpress yang berbasis open source, merupakan suatu alternatif yang dapat dilakukan sebagai pemecahan masalah dalam hal penyampaian informasi dan promosi secara luas baik di kalangan masyarakat umum maupun pihak sekolah itu sendiri, sebagai pelengkap penggunaan brosur, spanduk dan lisan dalam penyampaian informasi dan promosi sekolah.

Jurnal yang disusun oleh Krisningtyas Kusumawati (2016) yang berjudul "*Efektivitas Website Sekolah sebagai Media Informasi di SMA Negeri 1 Kota Salatiga*"<sup>43</sup>. Faktor pendukung memenuhi kriteria website yang baik dikarenakan dari 5 komponen, pelatihan kepada operator admin website serta faktor penghambat tenaga broken link yang saat ini mengupayakan perbaikan website.

Skripsi dari Pebri Firmansyah (2019) yang berjudul "*Pengelolaan Website sebagai Media Promosi di SMK N 1 Tambun Selatan*"<sup>44</sup>. Faktor penghambat diantaranya penjkauan

---

<sup>43</sup> Kriningtyas Kusumawati (2016), "*Efektivitas Website Sekolah sebagai Media Informasi di SMA Negeri 1 Kota Salatiga*"

<sup>44</sup> Pebri Firmansyah (2019), "*Pengelolaan Website sebagai Media Promosi di SMK N 1 Tambun Selatan*".

pasar yang lebih luas, inovasi baru. Faktor penghambat diantaranya kurangnya sekolah sebagai media penyampaian informasi dan promosi.

Skripsi dari Andri Leksmana program studi Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta. Dengan judul skripsi “*Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Calon Peserta Didik*”<sup>45</sup>.

Pembahasan dari dua kajian pustaka diatas hampir sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai website sekolah sebagai media pemasaran dan sarana informasi bagi sekolah. Perbedaan dua penelitian diatas dengan penelitian ini adalah lebih menekankan pada upaya sekolah dalam memanfaatkan website sebagai sarana informasi sekolah guna memasarkan lembaga pendidikan, karena pada era digital ini sangat penting agar semua informasi tentang sekolah dapat di akses secara efektif dan bisa di jangkau kapanpun dan dimanapun. Juga guna untuk memasarkan suatu lembaga pendidikan agar bisa lebih dikenal.

### **C. Kerangka Berpikir**

---

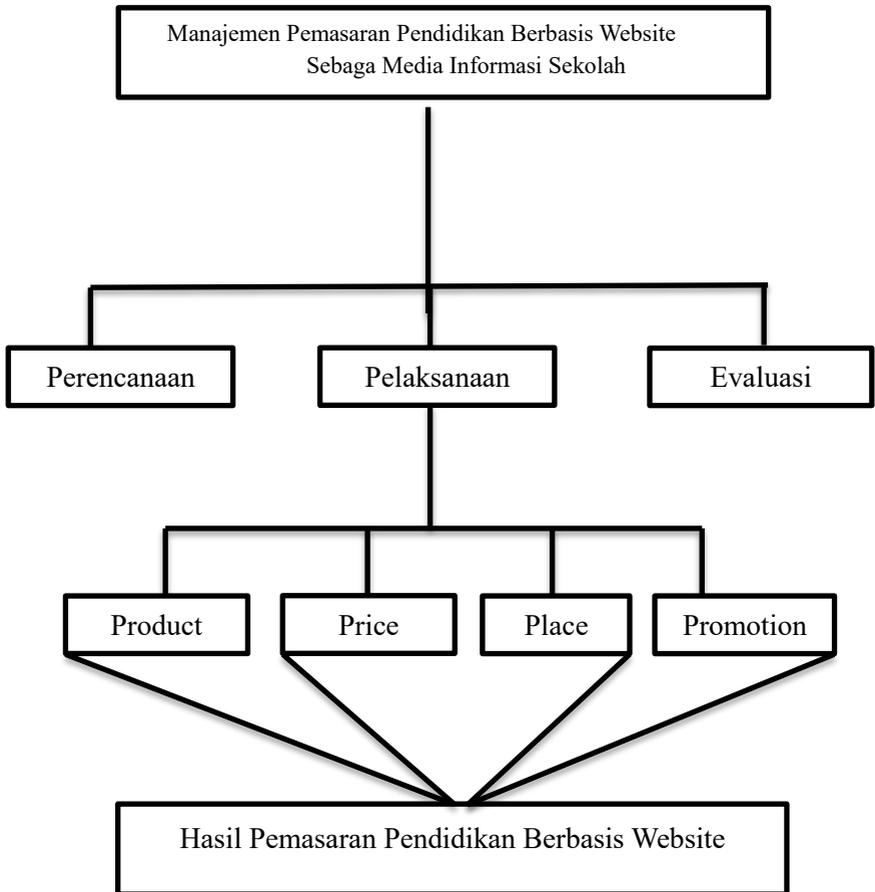
<sup>45</sup> Andri Leksmana (2020), “*Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Calon Peserta Didik*”. Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.

Website sekolah sebagai salah satu media informasi seharusnya dapat digunakan secara maksimal oleh pihak sekolah. Melalui website sekolah, informasi sekolah dapat dipublikasikan tidak terbatas ruang dan waktu. Pengguna website sekolah tidak terbatas murid sekolah saja, semua orang mampu melihat informasi. Publikasi yang dilakukan humas melalui website sekolah tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan visi dan misi sekolah, juga membangun citra positif di mata publiknya.

Website sekolah memiliki peran sebagai media promosi sekolah dalam upaya branding sekolah. Branding sekolah sendiri memiliki keterkaitan erat dengan promosi, keduanya merupakan satu kesatuan. Jika tujuan branding sekolah ialah untuk memperoleh citra positif di masyarakat maka salah satu jalannya ialah dengan promosi.

Sebuah lembaga pendidikan mempunyai sebuah website sekolah juga adalah sebagai media promosi dan pemasaran agar nantinya lembaga pendidikan bisa mempublisg segala hal yang berkaitan dengan lembaga untuk meningkatkan daya saing.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian pendidikan dapat diartikan sebagai suatu proses penyelidikan yang ilmiah melalui pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyimpulan data berdasarkan pendekatan, metode dan teknik tertentu untuk menjawab permasalahan dalam bidang pendidikan.

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode yang bertujuan menggambarkan bagaimana keadaan dan fenomena yang sebenarnya, kemudian dideskripsikan kedalam laporan penelitian. Metode kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang dilakukan secara wajar dan natural sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Baruna Dukuhwaru, yang terletak di Jl. Jatibarang - Slawi No.51, Gumayun, Kalisapu, Kec. Dukuhwaru, Kabupaten Tegal . Waktu penelitian berlangsung

selama kurang lebih satu bulan terhitung dari tanggal 25 Juli 2022 sampai 30 Agustus 2022.

### C. Sumber Data

#### 1. Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini mengarah pada pencarian dari beberapa orang guru di SMK Baruna Dukuhwaru Jl. Jatibarang - Slawi No.51, Gumayun, Kalisapu, Kec. Dukuhwaru, Kabupaten Tegal . Pencarian data dimulai dari kepala sekolah, 1 orang guru (yang dipandang cukup untuk mewakili dari 20 guru) dan 1 orang admin dari website yang ada di Jl. Jatibarang - Slawi No.51, Gumayun, Kalisapu, Kec. Dukuhwaru, Kabupaten Tegal.

#### 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder yang didapat peneliti adalah dengan mengelola informasi yang diperoleh dari lapangan. Informasi yang diperoleh dari lapangan diantaranya:

catatan, dokumen-dokumen, dan dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Tabel 3.1 Sumber Data

NO	Objek Data	Sumber Data	Tujuan Data
----	------------	-------------	-------------

		Primer	Sekunder	
1.	Kepala Sekolah	Wawancara	-	Pendapat dan proses sekolah dalam menerapkan pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi sekolah
2.	Admin atau Promotor website sekolah	Wawancara	-	Proses, pendapat dan peran admin dalam media website sebagai sarana media informasi sekolah
3.	Guru	Wawancara	-	Untuk Mengetahui apakah website ini berperan penting dalam pemasaran dan

				sarana media informasi sekolah
5.	Jurnal		Refrensi	Untuk membantu penulis dalam hal memberikan pandangan, Serta memperbaiki penelitian terdahulu
6.	Buku		Refrensi	Penambah wawasan untuk melengkapi penulisan
7.	Foto Kegiatan		Dokumentasi	Sebagai penguat bahwasanya penelitian benar adanya
8.	Data Guru		Dokumentasi	Untuk memperkuat serta menjadi bandingan agar

				penulis dapat menulis secara fakta.
--	--	--	--	-------------------------------------

#### **D. Fokus Penelitian**

Fokus dalam penelitian ini lebih pada penggunaan website sebagai sarana media informasi dan juga manajemen pemasaran sekolah serta berakhir pada pemanfaatan website untuk pemasaran di SMK Baruna Dukuhwaru.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.<sup>46</sup>Pada teknik pengumpulan data, baik itu angket, wawancara, observasi maupun dokumentasi, semuanya mempunyai kekurangan dan kelebihan. Oleh karenanya untuk memperkecil kemungkinan ketidakakuratan dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik sekaligus dengan harapan antara satu dengan yang lainnya dapat saling melengkapi.

##### **a. Observasi**

Observasi merupakan pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan yang mana memiliki arti tidak mengajukan

pertanyaan. Observasi digunakan agar memperoleh gambaran yang menyeluruh yang berkaitan dengan subjek yang diteliti. Dalam penulisan ini penulis melakukan observasi di SMK Baruna Dukuwaru Kab.Tegal, yang mana observasi yang dilakukan antara lain mengambil foto serta melakukan pencatatan secara sistematis tentang struktur organisasi, keadaan website, sarana prasarana, dan data pendukung lainnya.

Tabel 3.2 Jadwal Observasi

No	Tanggal Observasi	Kegiatan Observasi
1	5 September 2023	Melihat proses website SMK Baruna Dukuwaru
2	6 September 2023	Melihat Sarana Prasarana penunjang media informasi sekolah termasuk website
3.	18 September 2023	Diskusi dengan admin website sekolah

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses dialog yang mana oleh pewawancara guna memperoleh sebuah informasi dari narasumber yang mana tujuannya untuk menilai suatu keadaan.

Penulis melakukan wawancara kepada Ahmad Fawaz Al Shuluhi, S. T., M.B.A selaku kepala sekolah dan Reza Willy Alwaysy, A.MD.T selaku admin/ operator sekolah juga murid dan guru-guru bidang study lainnya. Teknik ini dilakukan secara langsung guna memperoleh informasi tentang manajemen pemasaran berbasis website sebagai media sarana informasi sekolah.

Tabel 3.3 Jadwal Wawancara

No	Nama	Jabatan	Tanggal
1	Reza Willy Alwaysy, A.MD.T	Admin dan operator sekolah	6 September 2023 dan 2 Oktober 2023
2	Ahmad Fawaz Al Shuluhi, S. T., M.B.A	Kepala Sekolah	18 September 2023 dan 2 Oktober

			2023
3	Daffa Fariz Zulhaq	Guru	10 September 2023 dan 5 Oktober 2023

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu “mencari data mengenai hal-hal dan variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agendan dan sebagainya”. Adapun dokumen yang dimaksud disini adalah data atau dokumen yang tertulis.

Dengan metode ini, penulis mengumpulkan data dari dokumen yang sudah ada, sehingga dengan metode ini penulis dapat memperoleh catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian seperti: gambaran umum dan juga kondisi khusus di SMK Baruna Dukuhwaru.

Tabel 3.4 Dokumentasi

No	Sumber	Keterangan
1.	Milik Penulis	Foto kegiatan dari mulai observasi wawancara dan penelitian dilaksanakan

2.	Milik Sekolah	Sejarah singkat serta gambaran umum sekolah secara detail
3.	Milik Sekolah	Website Sekolah
4.	Milik Sekolah	Database Guru

## F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan yang penulis gunakan dalam penulisan kali ini ialah dengan menggunakan uji triangulasi yang mana teknik ini adalah sebuah teknik yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk sebuah keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan data tersebut.

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu, data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini, teknik

yang digunakan adalah teknik wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada kepala sekolah, guru, admin di SMK Baruna Dukuhwaru Kab. Tegal

## **G. Teknik Analisi Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan selama ada di lapangan, dan hasil dokumentasi.<sup>37</sup> Analisis data dalam penelitian kualitatif dapat melalui tiga proses, diantaranya :

### **1. Reduksi Data**

Data yang diperoleh ketika di lapangan tentunya sangat banyak. Oleh karena itu, data perlu di analisis kembali melalui reduksi data. Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum dan memilih hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas, mudah dimengerti dan mempermudah bagi peneliti untuk mencari data tersebut apabila diperlukan kembali.

Dalam penelitian ini akan dilakukan pengolahan data dari hasil wawancara dari para informan, observasi serta dokumentasi terhadap Manajemen Pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

## 2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dengan bentuk uraian singkat. Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Andi Prastowo dalam bukunya, bentuk penyajian data yang paling sering dilakukan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Penyajian data yang dilakukan peneliti berbentuk teks naratif atau uraian yang didapatkan dari hasil wawancara. Hasil penelitian juga akan diperjelas dengan mencantumkan data tabel yang nantinya akan membantu peneliti dalam pengambilan keputusan dilangkah selanjutnya.

## 3. Melakukan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah dilakukan reduksi dan penyajian data, selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan. Kesimpulan pertama masih bersifat sementara. Maksudnya, kesimpulan tersebut bisa berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung. Kesimpulan peneliti tentang Manajemen pemasaran berbasis website sebagai edia sarana informasi di SMK Baruna Dukuhwaru ini akan menjawab mengenai rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

##### 1. Gambaran Umum SMK Baruna Dukuhwaru

###### a. Sejarah SMK Baruna Dukuhwaru

SMK Baruna Dukuhwaru Kab.Tegal merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang berada di Kabupaten Tegal tepatnya beralamat di Jalan. Jatibarang-Slawi No 51, Gumayun, Kalisapu, Kecamatan Dukuhwaru, Kabupaten Tegal. SMK Baruna Dukuhwaru secara resmi berdiri pada tanggal 16 Juni 2014 dengan surat keputusan izin operasional No 0825/103.08/MN/98. SMK Baruna Dukuhwaru berada dibawah naungan Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten.Tegal yang bertugas untuk memberikan layanan pendidikan bagi peserta didik jenjang menengah kejuruan di lingkungan Kecamatan Dukuhwaru dan sekitarnya.

Terdapat 3 rombongan belajar pada masing-masing tingkat kelas, sehingga total SMK Baruna Dukuhwaru memberikan pelayanan kepada 15 rombongan belajar yang menerapkan kurikulum merdeka pada semua

kelas. Dalam menunjang menunjang proses pembelajaran disediakan berbagai sarana dan prasarana pendukung seperti mushola, perputakaan, laboratorium, ruang osis, ruang praktik, dan lain-lain. Selain itu, untuk mengembangkan potensi yang dimiliki peserta didik, sekolah juga menyediakan kegiatan ekstrakurikuler yaitu, pramuka, drumband, paskibra, futsal, English club, rohis, dan paduan suara. Logo SMK Baruna Dukuhwru ditunjukkan oleh Gambar 1. Dan foto SMK Baruna Dukuhwaru tampak depan.



Gambar 4.1 Logo SMK Baruna Dukuhwaru



Gambar 4.2 SMK Baruna Dukuhwaru Tampak Depan dan Tampak Dalam

b. Program/Jurusan

SMK Baruna Dukuwaru mempunyai program dan jurusan diantaranya:

1. Nautika kapal niaga
2. Teknika kapal niaga
3. Farmasi
4. Keperawatan

c. Keadaan Siwa

Keberadaan siswa sangat penting dan sangat menentukan dalam dunia pendidikan, dikarenakan siswa adalah salah satu komponen dalam proses pembelajaran disamping faktor guru, tujuan dan metode pengajaran. Adapun mengenai jumlah peserta didik menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah, sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah siwa SMK Baruna Dukuwaru  
2022/2023

No	Peserta Didik		Jumlah
	L	P	
1.	216	130	346

d. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan peralatan serta perlengkapan yang dibutuhkan dalam kegiatan belajar mengajar dalam proses pendidikan. Dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai akan meningkatkan kualitas pendidikan seperti yang diharapkan. Adapun sarana dan prasarana yang dimiliki oleh SMK Baruna Dukuhwaru sebagai berikut:

Tabel 4.2 Sarana dan Prasaran di SMK Baruna  
Dukuhwaru

No	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Ruang Kelas	15
2	Ruang Perpustakaan	1
3	Ruang Laboratorium	3
4	Ruang Praktik	4
5	Ruang Pimpinan	1
6	Ruang Guru	1
7	Ruang Ibadah	1

8	Ruang UKS	1
9	Ruang Toilet	3
10	Ruang Gudang	1
11	Ruang Sirkulasi	0
12	Tempat Bermain/Olahraga	1
13	Ruang TU	1
14	Ruang Konseling	1
15	Ruang Osis	1
16	Ruang Bangunan	7

e. Keadaan Guru

Dalam rangka menunjang keberhasilan proses kegiatan pembelajaran dibutuhkan dukungan tenaga pengajar yang memadai sesuai dengan kebutuhan sekolah. SMK Baruna Dukuhwaru memiliki jumlah pendidik dan tenaga kependidikan yang sesuai dan cukup dalam menjalankan kelancaran kegiatan belajar mengajar. Adapun mengenai data guru dan pegawai serta tambahan tugas yang ada dapat dilihat pada tabel dibawah, sebagai berikut:

Tabel 4.3 Guru di SMK Baruna Dukuhwaru

Uraian	Guru	Tendik	PTK
Laki-laki	11	6	17
Perempuan	9	2	11
Total	20	8	28

## 2. Manajemen Pemasaran Berbasis Website Sebagai Media Sarana Informasi Sekolah

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 31 ayat (3) mengamanatkan bahwa pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional, yang meningkatkan keimanan dan ketakwaan serta akhlak mulia dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang diatur dengan undang-undang. Atas dasar amanat tersebut telah diterbitkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Sesuai dengan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, bahwa pendidikan nasional berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Sedangkan Pasal 3 menegaskan bahwa pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Berdasarkan undang undang yang telah dijabarkan bahwa pendidikan nasional sangat mendukung penuh adanya pengembangan ilmu yang semakin cakap dan kreatif. Hal ini berkaitan dengan teknologi yang semakin berkembang di berbagai sektor salah satunya adalah pendidikan.

Seiring berkembangnya zaman maka media pemasaran dalam pendidikan pun perlu adanya perkembangan dan peningkatan yang signifikan. Ide yang telah dirumuskan harus mampu diimplementasikan kedalam media pemasaran melalui teknologi digital yang nantinya dikemas secara kreatif dan inovatif.

Namun hal ini banyak lembaga pendidikan yang tidak mengimplementasikannya dan masih terjebak kedalam metode lama dan belum mampu membuka mata terkait

teknologi dan informasi yang terus berkembang pesat. Oleh karena itu hal ini menyebabkan tidak sedikit lembaga pendidikan yang terpaksa menutup sekolah karena berkurangnya peserta didik dari tahun ke tahun. Adanya sebuah strategi pemasaran dapat mempertahankan eksistensi sebuah lembaga pendidikan agar tetap bertahan sebagai sarana pendidikan yang mampu mencerdaskan bangsa. Berikut adalah strategi yang penulis peroleh dari sumber penelitian terkait strategi yang telah diterapkan di SMK Baruna Dukuhwaru.

Lembaga pendidikan ini memanfaatkan teknologi digital dengan mengemasnya kedalam sebuah media kreatif yang berada di media social yaitu website. Lembaga pendidikan ini telah menerapkan media digital sejak tahun 2017 melalui situs website ini melalui situs tersebut Pusat Sumber Belajar telah mengunggah kegiatan yang dilakukan di SMK Baruna Dukuhwaru guna menarik perhatian masyarakat luas. Penggunaan situs media sosial ini cukup efektif dalam menarik perhatian kepada pengguna lain sehingga SMK Baruna Dukuhwaru dilirik dari segi penggunaan media yang kreatif.

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti selama penelitian di SMK Baruna Dukuhwaru. Peneliti memperoleh beragam macam informasi dan data yang tentunya mengenai SMK Baruna Dukuhwaru di Kabupaten Tegal untuk melakukan strategi manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

Dalam upaya minat menarik siswa dan sebagai media informasi sekolah untuk memilih SMK Baruna Dukuhwaru dari bagian pilihannya untuk bersekolah, SMK Baruna Dukuhwaru telah mempersiapkan strategi pemasaran dengan membuat sebuah website dengan tujuan untuk membantu pemasaran dan media informasi sekolah.

Berikut adalah hasil wawancara observasi dan dokumentasi yang dilakukan peneliti di SMK Baruna Dukuhwaru tentang manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru Kabupaten Tegal :

Manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru dalam hal ini menggunakan strategi yang sederhana yaitu 4p *product, price, place, promotion*. Melalui strategi ini kepala sekolah merumuskan apa saja yang dibutuhkan SMK Baruna Dukuhwaru melalui riset dimana tim admin dari media

digital dalam hal ini website bisa mengaplikasikan pada platform yang digunakan salah satunya adalah website untuk memberikan informasi pada masyarakat umum.

Straegi pemasaran yang digunakan oleh SMK Baruna Dukuhwaru menggunakan pendekatan yang komprehensif, yang mana menurut kepala sekolah yakni Ahmad Fawaz Al Shuluhi, S. T., M.B.A

“Kami merencanakan cukup matang dalam setiap yang kecil maupun yang besar sekalipun. Bukan hanya masalah strategi pemasaran saja yang berkaitan dengan penerimaan peserta didik baru dan pendaftaran, diluar hal itupun kami rencanakan dengan baik. Strategi pemasaran di SMK Baruna Dukuhwaru mungkin bisa dikatakan sangat simple karena menurut kami strategi yang baik tidak bisa baik jika tidak dilaksanakan dengan bak pula”<sup>47</sup>

Berdasarkan pernyataan diatas yang disampaikan oleh Bapak Kepala Sekolah hal seruo juga dsampaikan oleh admin website SMK Baruna Dukuhwaru Reza Willy Alwaysy, A.MD.T bahwasnya

“Konsep strategi dari kami tentang website ini adalah setiap kegiatan yang ada dalam SMK Baruna Dukuhwar untuk bisa dipublikasikan kepada masyarakat umum, entah itu bersifat harian, mingguan, bulanan hingga tahunan. Kami juga

---

<sup>47</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 18 September 2023

menonjolkan keunggulan sekolah kami dalam hal sarana prasarana, prestasi, juga program unggulan sehingga nantinya *audience* lebih percaya dan tahu akan keunggulan dari lembaga kami”.<sup>48</sup>

Sebagaimana strategi pada umumnya, sebuah rencana tidak akan terlaksana tanpa implementasi dan aktualisasi. Kedua hal tersebut memiliki peran penting sebagai ujung tombak dari strategi pemasaran. Oleh karena itu pemanfaatan media digital website yang efektif dan efisien perlu adanya perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi untuk menciptakan hasil yang sesuai dengan tujuan dari pemasaran jasa pendidikan yang telah direncanakan.

Adapun Pelaksanaan, Perencanaan, serta Evaluasi yang dilaksanakan di SMK Baruna Dukuhwaru dalam hal manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi sekolah diantaranya:

#### 1. Perencanaan

Perencanaan merupakan kegiatan menetapkan tujuan serta merumuskan dan mengatur pendayagunaan manusia, informasi finansial, metode dan waktu untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas pencapaian tujuan.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Wawancara dengan Reza, selaku ASMK Baruna Dukuhwaru tanggal 18 September 2023

<sup>49</sup> Sastrohadwiryo, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007).

Dalam melakukan manajemen pemasaran berbasis website perlu adanya menyusun perencanaan strategi pemasaran apa yang dibutuhkan dalam pemasaran berbasis website mulai dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dalam hal ini perencanaan dalam produk manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dkuwaru adalah merapatkan terlebih dahulu produk apa saja yang akan ditampilkan dalam website sekolah.

a.) Perencanaan *Product* (produk)

Produk berarti segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan calon konsumen. Produk tidak hanya mencakup barang berwujud, tetapi juga mencakup jasa/layanan, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau campuran dari entitas ini.<sup>50</sup>

Dalam hal ini, sekolah harus memperhatikan semua kualitas yang ada di lembaganya dan terus mengembangkannya agar lebih baik kedepannya dan perkembangannya. Produk juga adalah ciri khas sebuah sekolah dalam menarik calon siswanya juga mempertahankan eksistensinya sekolah dimata masyarakat.

---

<sup>50</sup> Muhammad Dzaki Abdillah, Analisis pengaruh *product*, *price*, *place*, *promotion* Terhadap Keputusan Pembelian (Universitas Brawijaya Malang, 2021)

Produk dari SMK Baruna Dukuhwaru adalah dari tujuan yang tertuang dalam visi dan misi sekolah dengan mewujudkan SMK pelayaran dan kesehatan yang meliputi etika, Nalar, Disiplin, Unggul, Nurani, Intelektual, Aktif dan Akhlakul Karimah. SMK Baruna Dukuhwaru membekali para siswanya dengan beberapa hal yang penting diantaranya sebagai berikut :

#### 1. Program Unggulan

Terdapat beberapa program unggulan di SMK Baruna Dukuhwaru diantaranya adalah program kejuruan yang berpariatif : Teknik kapal niaga, Nautika kapal niaga, Asisten keperawatan, Farmasi industry dan tentunya ada ekstrakurikuler druamband swaratama, paskibra brigasus, English club, pramuka, futsal fotografer dan video, rohis, dan paduan suara. Seluruh program yang ada adalah salah satu daya tarik calon peserta didik dan masyarakat.

Hal ini sejalan dengan pendapat kepala sekolah Bapak Ahmad Fawaz Al Shuluhi yang menyatakan bahwa

“SMK Baruna Dukuhwaru ini memiliki beberapa jurusan Teknik kapal niaga, Nautika kapal niaga, Asisten keperawatan, Farmasi industry yang dimana hanya kami di Kabupaten Tegal SMK dengan jurusan pelayaran yang sudah *Approval* Kemenhub dan bisa memberikan sertifikat pelayaran kepada siswanya. Begitu juga dengan program ekstra kami agar siswa kami bisa mengembagkan potensinya seperti druamband swaratama, paskibra

brigasus, English club, pramuka, futsal fotografer dan video, rohis, dan paduan suara. Dan itu semua sejalan dengan tujuan dan visi sekolah kita”.<sup>51</sup>

Sejalan dengan pernyataan Kepala Sekolah diatas, Reza Willy Alwaysy sebagai guru juga mengungkapkan bahwa

“Sekolah kejuruan kami ini khususnya pada kejuruan pelayaran adalah satu-satunya di Kabupaten Tegal yang bisa menerbitkan surat untuk berlayar bagi jurusan pelayaran tanpa melalui jasa dan lulusan kami sudah pasti untuk langsung bisa bekerja Karen kami juga sudah menjalin kerja sama dengan perusahaan”<sup>52</sup>

Perencanaan yang dilakukan oleh pihak sekolah SMK Baruna Dukuhwaru dalam hal ini mendiskusikan terlebih dengan pihak terkait yaitu peneglora website atau admin website masalah produk mana yang akan diupload atau ditampilkan dalam website sekolah seperti yang disampaikan oleh admin website dari admin website Reza Willy Alwaysy menyatakan bahwa

“Kami mendiskusikan atau merptkan terlebih dahulu produk mana yang akan ditampilkan dalam website sekolah dan tema seperti apa yang aka diambil”<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 18 September 2023

<sup>52</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Admin SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 18 September 2023

<sup>53</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Admin SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 18 September 2023

b. Perencanaan *Price* (Harga)

Harga (*price*) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan atas suatu produk atau jasa. Secara lebih jelas, harga didefinisikan sebagai jumlah nilai yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa.<sup>54</sup>

Harga dalam konteks pemasaran berbasis website ini adalah anggaran yang dikeluarkan sekolah untuk membuat website sekolah. SMK Baruna Dukuhwaru sendiri sudah menganggarkan dana untuk pengadaan pembuatan website, pengelolaan serta pengembangannya seperti yang pernyataan yang dilakukan oleh Kepala sekolah Bapak Ahmad Fawaz Al Shuluhi mengungkapkan bahwa

“Sekolah kami menganggarkan pastinya untuk membuat, pengelolaan, dan juga pengembangan website sekolah”<sup>55</sup>

Selaku admin website Reza Willy Alwaysy juga mengungkapkan bahwa

“Website yang digunakan oleh SMK Baruna Dukuhwaru ini menggunakan website yang cukup baik di mana fiturnya bisa untuk PPDB online dan itu kita

---

<sup>54</sup> Muhammad Dzaki Abdillah, Analisis pengaruh product, price, place, promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Universitas Brawijaya Malang, 2021)

<sup>55</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

mengaktifkan paket 1 juta rupiah pertahun atau mungkin kurang lebih 80 ribu per bulan”.<sup>56</sup>

Dengan mengaktifkan paket professional seperti yang diungkapkan diatas sekolah bisa mendapatkan keuntungan: hosting 500 MB, SSL untuk keamanan website, CMS khusus website sekolah yang akan memudahkan pengelolaan website, email resmi sesuai domain sekolah, dan fitur-fitur website sekolah paket professional.

c. Perencanaan *Place* (Tempat)

*Place* (lokasi/distribusi) meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Konsep ini berfokus pada lokasi perusahaan, dimana semakin strategis lokasi perusahaan, semakin tinggi keuntungan yang mungkin akan didapat perusahaan. Lokasi yang strategis memungkinkan konsumen atau calon pembeli untuk lebih mudah menjangkau dan membeli barang, membuat perdagangan menjadi lebih efisien dan mudah untuk dilakukan.

Perencanaan *place* atau tempat ini merupakan hal yang penting dalam manajemen pemasaran berbasis website. Website ini menjadi tempat pemasaran sekaligus sarana media informasi. SMK Baruna Dkuhwaru mempunyai tempat

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Admin SMK Baruna Dkuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

pemasaran berupa website yang telah dikonfirmasi oleh kepala sekolah Bapak Ahmad bahwa

“Kami mempunyai website gunanya juga sebagai pemasaran sekolah dan agar calon peserta didik dan masyarakat bisa mengetahui kenggulan-keunggulan yang ada di seolah kami”.<sup>57</sup>

Perancangan website SMK Baruna Dukuhwaru menggunakan tenaga ahli dibidangnya penrytaan ini juga disampaikan oleh admin website Bapak Reza bahwa

“Pembuatan dan perancangan dari website kami dibantu oleh tenaga ahli di bidangnya pastinya dan itu sangat membantu kami dalam hal semuanya tak terkecuali pada pengoperasiannya ”.<sup>58</sup>

d. Perencanaan *Promotion* (Promosi)

Promotion (promosi) berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Dalam islam, kegiatan promosi harus selalu mengikuti etika dalam promosi seperti tidak melecehkan suku, agama dan ras, terlalu berlebihan (hiperbolis), dan eksploitasi perempuan dalam iklan guna memikat pelanggan<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

<sup>58</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Admin SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

<sup>59</sup> Muhammad Dzaki Abdillah, Analisis pengaruh product, price, place, promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Universitas Brawijaya Malang, 2021)

Perencanaan dalam hal promosi ini sangat berpengaruh bagaimana SMK Baruna ini merencanakan promosi dengan merapatkan antara kepala sekolah dan tim pengelola website apa saja yang akan di promosikan kedalam website sekolah. Promosi yang dilakukan di dalam website sekolah dengan mengupload brosur PPDB online dan brosur sekolah seperti yang disampaikan oleh Bapak Reza selaku admin website bahwa

“Perencanaan promosi PPDB online ini kita mulai dengan membuat brosur sekolah dan juga link pendaftaran lalu kita aplod kedalam website untuk bisa diakses dan sebagai infirmasi juga”

## 2. Pelaksanaan

Menurut George R. Tery pelaksanaan (*actuating*) merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran.

Pelaksanaan yang dilakukan oleh SMK Baruna Dukuhwaru dalam manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi yaitu

### a. *Product*

Pelaksanaan dari produk sekolah di SMK Baruna Dukuhwaru adalah menampilkan produk yang ada kedalam website sekolah seperti yang diungkapkan oleh Reza selaku peneglola website

“Pelaksanaan produk kami dalam website sudah berjalan dengan baik seperti yang bisa dilihat di website kita mengupload dari mulai program keahlian, ekstrakurikuler fasilitas yang bisa menambah informasi dan minat calon peserta didik dan masyarakat namun dalam pelaksanaannya kami memang belum sempat mengupdate informasi baru”<sup>60</sup>

Berkenaan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat dilihat pada gambar berikut

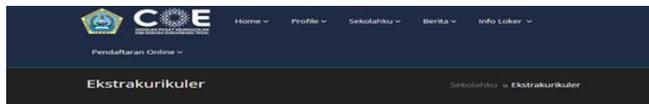


Gambar 4.1 Halaman website program keahlian

Halaman website program keahlian ini menampilkan atau berisi tentang program atau jurusan apa saja yang terdapat di SMK Baruna Dukuwaru.

---

<sup>60</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuwaru tanggal 2 Oktober 2023



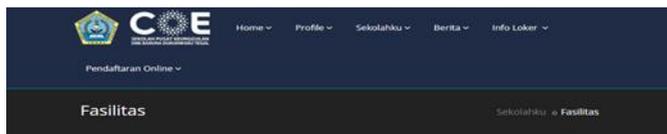
#### DRUMBAND SWARATAMA

Drumband Swaratama merupakan ekstrakurikuler unggulan di SMK Baruna Tegal, menghadirkan kesempatan bagi sarana & siswa untuk belajar mengembangkan diri melalui passion mereka serta mengukuhkan karakter kedisiplinan, ketramptilan, kekreatifitas, dan keahlian bermusik. Drumband Swaratama telah berkiprah di ajang Bergengsi serta hampir setiap bulan mengisi acara baik pemerintah maupun masyarakat.

Follow our Instagram: @futsalbaruna

Gambar 4.2 Halaman website ekstrakurikuler

Halaman ekstrakurikuler ini menampilkan gambar atau foto oleh siswa apabila bersekolah di SMK Baruna Dukuhwaru kegiatan yang ada di SMK Baruna Dukuhwaru yang bisa diikuti.



#### LABORATORIUM KOMPTUER

GambaR 4.3 Halaman website fasilitas

Halaman website fasilitas ini menampilkan produk fasilitas yang terdapat di SMK Baruna Dukuhwaru seperti laboratorium komputer, laboratorium kapal, perpustakaan, laboratorium simulator dan lain sebagainya.

b. Pelaksanaan *Price*

Pelaksanaan anggaran ini sendiri sudah terealisasi dengan adanya website sekolah di SMK Baruna Dukuhwaru dengan mengaktifkan paket professional seperti yang diungkapkan oleh Bapak Reza selaku pengelola website bahwa

“Anggaran yang sudah disiapkan sekolah kurang lebih satu juta rupiah untuk pembuatan website yang cukup baik dimana fiturnya bisa untuk PPDB online yang juga lengkap”<sup>61</sup>

Dengan mengaktifkan paket professional seperti yang diungkapkan diatas sekolah bisa mendapatkan keuntungan hosting 500 MB, SSL untuk keamanan website, CMS khusus website sekolah yang akan memudahkan pengelolaan website, email resmi sesuai domain sekolah, dan fitur-fitur sekolah paket professional

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

c. Pelaksanaan *Place*

Pelaksanaan dari website ini sebagai pemasaran dan sarana media informasi sudah berjalan dengan menampilkan kegiatan sekolah, berita sekolah, keunggulan sekolah, fasilitas PPDB online dan beberapa fitur yang ada di dalam website seperti yang disampaikan oleh Bapak Ahmad selaku kepala sekolah bahwa

“Website kami dalam pelaksanaannya sudah cukup baik apalagi dalam hal PPDB online dengan adanya website ini sebagai pemasaran maupun sarana media informasi sekolah secara tidak langsung bisa menambah jumlah peserta didik pada setiap tahunnya, akan tetapi memang dalam taun 2023 ini kami belum ada update lagi perihal berita dan kegiatan yang ada di sekolah kami;”<sup>62</sup>

Berkaitan dengan hasil observasi serta wawancara dapat dilihat gambar sebagai berikut



---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

Gambar 4.4 Website SMK Baruna Dukuhwaru

Website ini adalah salah satu alat pemasaran dan sarana media informasi bagi para calon peserta didik dan masyarakat agar mengetahui lebih jauh dan efisien tentang SMK Baruna Dukuhwaru.



Gambar 4.5 Isi fitur sekolahku

Website SMK Baruna Dukuhwaru ini mempunyai banyak fitur salah satunya adalah fitur sekolahku dimana didalamnya berisi informasi tentang fasilitas, ekstrakurikuler, gallery, prestasi, serta alumni.

d. Pelaksanaan *Promotion*

Promosi yang dilaksanakan dalam website SMK Baruna Dukuhwaru ini adalah dengan menampilkan brosur sekolah serta PPDB online, berita, dan kegiatan sekolah hal

ini diungkapkan oleh Bapak Reza selaku admin website bahwa

“Promosi yang ada dalam website kami salah satunya menampilkan brosur pendaftaran siswa baru dan juga PPDB online serta mempublikasi berita, kegiatan, dan prestasi sekolah”.<sup>63</sup>

Berkaitan dengan hasil observasi serta wawancara dapat dilihat gambar sebagai berikut



Gambar 4.6 Brosur pendaftaran di website

Halaman pendaftaran online ini menampilkan gambar brosur SMK Baruna Dukuhwaru sebagai alat promosi untuk menarik minat calon peserta didik baru dan masyarakat.

---

<sup>63</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Admin SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023



Gambar 4.7 Halaman formulir pendaftaran

Halaman ini menampilkan form pendaftaran SMK Baruna Dukuhwaru yang bisa diakses di website sekolah lengkap dengan persyaratan pendaftaran.

### 3. Evaluasi

Menurut Hartati Sukirman evaluasi adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan untuk mengukur sampai sejauh mana hasil-hasil yang telah dicapai berdasarkan atas rencana yang telah ditetapkan. Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa evaluasi adalah suatu kegiatan yang untuk mengetahui informasi tentang pelaksanaan program dan informasi tersebut digunakan untuk menentukan alternatif yang tepat dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan observasi dan wawancara SMK Baruna melakukan evaluasi terhadap manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi sebagai berikut

a. Evaluasi *Product*

Pelaksanaan sebuah kegiatan pasti terdapat faktor penghambat atau juga kekurangan oleh sebab itu adanya evaluasi ini juga diharapkan akan adanya sebuah bahan perbaikan dalam sebuah kegiatan agar nantinya bisa berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang direncanakan.

Evaluasi yang dilakukan oleh pihak sekolah terhadap *product* ini diungkapkan oleh Bapak Ahmad Fawaz selaku kepala sekolah bahwa

“Tentunya kami melakukan evaluasi dan kami mendapatkan beberapa evaluasi berupa kurangnya update dalam website mengenai produk sekolah serta kurangnya publikasi berita dan kegiatan sekolah yang rutin”.<sup>64</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Daffa Fariz Zulhaq selaku Guru bahwa

“Website kami saya lihat memang kurang update dalam hal berita dan kegiatan sekolah yang memang kurang rutin dalam penguuploadnya”.<sup>65</sup>

Berkaitan dengan hasil observasi dan wawancara dapat dilihat gambar berikut

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

<sup>65</sup> Wawancara dengan Daffa, selaku Guru SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023



Gambar 4.8 Halaman berita website

Halaman berita ini menunjukkan berita kegiatan sekolah dan untuk terakhir upload berita kegiatan sekolah pada satu tahun yang lalu.

b. Evaluasi *Price*

Pihak sekolah telah melakukan evaluasi terhadap *price* atau dalam konteks ini adalah anggaran yang dikeluarkan oleh pihak sekolah terhadap website ini hal ini diungkapkan oleh Bapak Reza Willy selaku admin website bahwa

“Sebenarnya anggaran untuk pembuatan memang sudah cukup akan tetapi memang blom adanya anggaran untuk pengelolaan dan pengembangan website ini sendiri”.<sup>66</sup>

Sejalan dengan pernyataan diatas Bapak Ahamd Fawaz juga mengungkapkan bahwa

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Reza, selaku Admin website SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

“Memang anggaran untuk pengembangan website ini sendiri belum ada kami pada tahu karena ini kurang aktif dalam website ini sekaligus tidak adanya tenaga ahli”.<sup>67</sup>

c. Evaluasi *Place*

Evaluasi pada tempat ini juga harus dilakukan karena tempat ini berpengaruh pada manajemen pemasaran berbasis website dimana website ini menjadi sumber pemasarannya dan itu sudah dilakukan oleh pihak sekolah SMK Baruna Dukuhwaru seperti yang disampaikan oleh Bapak Ahmad selaku kepala sekolah bahwa

“Website kami cukup baik dan juga bermanfaat dalam hal pemasaran dan media informasi akan tetapi memang website ini terkadang eror pada saat calon peserta didik akan mengakses form pendaftaran yang ada di website serta kurangnya uploadan yang rutin dari kami”.<sup>68</sup>

d. Evaluasi *Promotion*

Evaluasi yang dilakukan oleh pihak sekolah terhadap *promotion* ini diungkapkan oleh Bapak Reza Willy bahwa

“Sejauh ini promosi yang dilakukan di website sudah berjalan lancar akan tetapi memang dari kami

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

<sup>68</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

menginginkan agar pada halaman pendaftaran online bisa dibuat lebih menarik”<sup>69</sup>

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Ahmad selaku Kepala Sekolah bahwa

“Sejauh ini memang sudah cukup baik akan tetapi memang pastinya ada kekurangan yang sudah disampaikan oleh pengelola website bahwa website terkadang memang eror”<sup>70</sup>.

3. Faktor pendukung maupun faktor penghambat dari manajemen pemasaran berbasis web site sebagai media sarana informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

a.) Faktor pendukung manajemen pemasaran berbasis website sebagai media sarana informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

Beberapa faktor yang mendukung untuk manajemen pemasaran berbasis website sebagai media sarana informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

- 1.) Kesadaran pihak sekolah terhadap perkembangan teknologi
- 2.) Peran aktif kepala sekolah
- 3.) Sarana dan prasarana yang mencukupi

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Reza willy, selaku Admin website SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

<sup>70</sup> Wawancara dengan Ahmad, selaku Kepala Sekolah SMK Baruna Dukuhwaru tanggal 2 Oktober 2023

- 4.) SDM yang terpenuhi dan ada
  - 5.) Anggaran yang telah disiapkan oleh pihak sekolah
  - 6.) Kemudahan memperoleh informasi
- b.) Faktor penghambat manajemen pemasaran berbasis website sebagai media sarana informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

Faktor-faktor yang terjadi dalam dalam pelaksanaan manajemen pemasaran berbasis website sebagai media sarana informasi di SMK Baruna Dukuhwaru sebagai berikut :

- 1.) Ada salah satu admin website bagian publikasi berita yang tidak standby di sekolah oleh karena itu menghambat publikasi berita yang dilaksanakan di sekolah
- 2.) Publikasi atau penguploadan yang belum rutin dilakukan di website
- 3.) Server website yang kadangkala sering eror apalagi pada saat PPDB online
- 4.) Kurangnya konten dalam website
- 5.) Kurangnya desain website yang menarik
- 6.) Promosi website sekolah yang kurang

## **B. Analisis Data**

### **1. Manajemen Pemasaran Berbasis Website Sebagai Media Sarana Inforasi Sekolah**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk berharga dengan pihak lain. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang sangat penting, oleh karena itu harus ditangani dan dikoordinasikan dengan benar dan profesional.

Manajemen pemasaran adalah kata pemasaran yang dapat diartikan sebagai hasil suatu tindakan perusahaan yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen meliputi pembelian, penjualan, transportasi, penyimpanan, standardisasi, level, pembiayaan dan risiko. Namun, manajemen pemasaran adalah bidang manajemen perusahaan yang menyangkut keputusan dan kebijaksanaan yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran dari perusahaan.

Teknologi informasi dalam dunia pendidikan sangatlah penting. Di era globalisasi ini peran teknologi dan informasi mempunyai peranan yang sangat penting dan vital. Dengan menguasai teknologi dan informasi, kita

memiliki modal yang sangat cukup untuk menjadi pemenang dalam persaingan global.

Manajemen pemasaran berbasis website ini tentunya bukan hal yang mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi manajemen pemasaran berbasis website. Pemasaran berbasis website ini akan sukses dan berjalan dengan baik tentunya dengan strategi yang benar-benar baik.

Manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru merupakan sebuah gambaran terkait bagaimana manajemen pemasaran ini berjalan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi juga dengan strategi pemasaran itu sendiri.

1. Analisis Perencanaan, Pelaksanaan, serta Evaluasi Manajemen Pemasaran Berbasis Website Sebagai Media Sarana Informasi di SMK Baruna Dkuhwaru.

#### 1. Perencanaan

Menurut George Steiner bahwa pengertian perencanaan merupakan proses dalam memulai berbagai tujuan, batasan strategi, kebijakan, dan juga rencana yang sangat detail dalam mencapainya, pencapaian organisasi untuk menerapkan keputusan

dan juga termasuk tinjauan kinerja dan juga umpan<sup>71</sup>  
 Dalam hal ini perencanaan yang dilakukan oleh pihak  
 sekolah terhadap *produc, price, place* dan *promotion*.

a.) Perencanaan *Product*

Dari hasil observasi dan penelitian yang  
 dilakukan bahwa SMK Baruna Dukuhwaru  
 mempunyai produk pendidikan berupa program  
 keahlian dan program keahlian ini dipasarkan melalui  
 website sekolah dan juga sebagai informasi.

Tabel 4.4 Rekomendasi perencanaan *product*

Perencanaan	Rekomendasi
Memnyiapkan prodak sekolah berupa program keahlian untuk bisa dipasarkan atau ditampikan ke website sebgai meda informasi	Menyiapkan produk sekolah yang lain untuk bisa ditampikan

---

<sup>71</sup> George A. Steiner dan John B. Mine. Kebijakan dan strategi  
 Manajemen, (Jakarta:PT. Gelora Aksara Pratama, 1997), Hal 18

b.) Perencanaan *Price*

Dari hasil penelitian dilapangan bahwa pihak sekolah mematok spp untuk setiap siswanya sebesar 500 ribu untuk asrama, hal ini sdah direncanakan oleh pihak sekolah

Tabel 4.5 Rekomendasi perencanaan *price*

Perencanaan	Rekomendasi
Pihak sekolah telah menyiapkan harga spp siswanya dan juga asrama	Lebih detail lagi dalam hal penyampaian spp sekolah dan asrama

c.) Perencanaan *Place*

Dari hasil penelitian dilapangan bahwa pihak sekolah telah melaksanakan perencanaan terhadap *place* dengan menyiapkan tenaga ahli dalam perancangan, pengelolaan dan pengembangan website tak terkecuali dengan fitur-fitur di website.

Tabel 4.6 Rekomendasi perencanaan *place*

Perencanaan	Rekomendasi
Pihak sekolah menggunakan tenaga	Selalau melibatkan tenaga ahli dalam pengelolaan

ahli dalam pembuatan website seperti fitur-fitur didalamnya dan juga pengelolaan serta pengembangan website	website dan pengembangannya.
---	------------------------------

d.) Perencanaan *Promotion*

Dari hasil penelitian dilapangan bahwa pihak sekolah telah melaksanakan perencanaan terhadap *promotion* dengan merencanakan publikasi brosur dan juga informasi penerimaan peserta didik baru atau PPDB online.

Tabel 4.7 Rekomendasi perencanaan *promotion*

Perencanaan	Rekomendasi
Pihak sekolah dan pengelola merumuskan promosi apa saja yang akan ditampilkan atau dibuat konten di dalam website	Adanya penentuan atau jadwal konten atau promosi yang tepat.

2. Pelaksanaan

Menurut Westra pelaksanaan adalah sebagai usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan

kebijaksanaan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya dan kapan waktu dimulainya. Dalam hal ini perencanaan yang dilakukan oleh pihak sekolah terhadap *produc, price, place* dan *promotion*.

a.) Pelaksanaan *Product*

Dari hasil penelitian dilapangan website pihak sekolah telah melaksanakan *product* degan menampilkan dan mempublikasikan seperti program keahlian, ekstrakurikuler, fasilitas, berita serta kegiatan sekolah.

Tabel 4.8 Rekomendasi pelaksanaan

Pelaksanaan	Rekomendasi
Pihak sekolah mempublikasi dan mengupload produk sekolah seperti program keahlian, ekstrakurikuler, fasilitas, berita serta kegiatan sekolah sesuai yang direncanakan akan tetapi terdapat	Lebih rutin lagi untuk mempublikasi atau mengupload tentang kegiatan sekolah dan berita sekolah.

kekurangan pada update berita dan kegiatan sekolah.	
---	--

b. Pelaksanaan *price*

Dari hasil penelitian dilapangan pihak sekolah telah melaksanakan anggaran yang sudah direncanakan dengan membuat website sekolah sebagai media pemasaran dan sarana media informasi sekolah.

Tabel 4.9 Rekomendasi pelaksanaan *price*

Pelaksanaan	Rekomendasi
Anggaran yang disediakan sekolah sudah cukup untuk membuat website sekolah dan pengelolaan.	Adanya konsisten terhadap anggaran pengelolaan website dan mendiskusikan anggaran yang dibutuhkan setiap bulannya untuk pengelolaan website.

b.) Pelaksanaan *place*

Dari hasil penelitian dilapangan pelaksanaan website berjalan dengan baik dan cukup membantu dalam hal pemasaran dan sebagai sarana media informasi sekolah akan tetapi penguploadan yang kurang rutin.

Dapat disimpulkan pelaksanaan website ini sudah berjalan dengan cukup baik di SMK Baruna Dukuhwaru. walaupun terdapat kekurangan.

Tabel 4.10 Rekomendasi pelaksanaan *place*

Pelaksanaan	Rekomendasi
Pelaksanaan website sebagai pemasaran dan sarana media informasi berjalan dengan baik dan membantu sekolah akan tetapi publikasi yang belum rutin pada tahun ini	Perlu adanya jadwal rutin publikasi website agar berjalan aktif dan Perlu adanya SDM khusus untuk mengelola website agar bisa dikelola dengan baik atau melibatkan tenaga ahli dalam pengelolaanya

c.) Pelaksanaan *promotion*

Pelaksanaan promosi di website yang dilakukan sudah berjalan sesuai yang direncanakan yaitu dengan menampilkan brosur sekolah dan PPDB online pada website.

Berdasarkan analisis diatas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan promosi di SMK Baruna Dukuhwaru telah berjalan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan.

Tabel 4.11 Rekomendasi pelaksanaan *promotion*

Pelaksanaan	Rekomendasi
Promosi sekolah sudah dilaksanakan dengan baik di website dengan adanya pamphlet dan brosur PPDB online juga keunggulan-keunggulan sekolah yang ditampilkan.	Adanya promosi yang lain tidak hanya promosi pendaftaran online dan harus lebih menarik pada halaman pendaftaran online.

### 3. Evaluasi

Menurut Subayni evaluasi berarti sebuah aktivitas atau suatu urusan dalam menetapkan penilaian dari kejadian atau peristiwa yang ada. Dengan demikian evaluasi dapat dikatakan sebagai sebuah upaya yang berbentuk merencanakan untuk membuat suatu pilihan dalam mengambil keputusan.

#### a.) Evaluasi *product*

Dari hasil penelitian dilapangan pihak sekolah sudah melakukan evaluasi terhadap product yang ditawarkan di website, evaluasi yang ada atau yang dihasilkan oleh pihak sekolah adalah kurangnya publikasi atau penguploadan yang

rutin di website sekolah mengenai testimony alumni, prestasi, dan berita-berita yang berkaitan dengan sekolah.

Tabel 4.12 Rekomendasi evaluasi product

Evaluasi	Rekomendasi
Tida adanya pembaharuan terhadap produk yang ditampilkan atau dipublikasi di website sekolah.	Adanya pembaharuan atau update pada berita, kegiatan sekolah dan tampilan pada fitur program keahlian agar lebih menarik dan informative.

b.) Evaluasi *price*

Dari hasil peneliian dilapangan pihak sekolah telah melakukan evaluasi terkait dengan harga atau anggaran ini adalah belum adanya anggaran untuk mengembangkan fitur-fitur yang ada dalam website sekolah.

Tabel 4.13 Rekomendasi evaluasi *price*

Evaluasi	Rekomendasi
Belum adanya anggaran untuk pengembangan terhadap website di tahun 2023 sehingga	Adanya anggaran pengembangan dan pengelolaan setiap tahunnya agar website ini bisa

pengembangann website di tahun 2023 ini belum terlaksana	berjalan dengan baik dan efektif.
--	-----------------------------------

c. Evaluasi *place*

Dari hasil penelitian dilapangan evaluasi telah dilaksanakan oleh pihak sekolah bahwa website ini terkadang eror pada jaringan atau server saat PPDB online dan juga pihak sekolah kesulitan untuk mempublikasi berita dan kegiatan sekolah karena kurangnya sdm untuk mengelola website.

Tabel 4.14 Rekomendasi evaluasi *place*

Evaluasi	Rekomendasi
Server yang terkadang eror pada saat pelaksanaan PPDB online, mencari tenaga ahli yang cukup susah dan berkompeten, minimnya konten tentang promosi.	Harus adanya tenaga ahli yang stanby untuk bisa memperbaiki server pad saat eror terjadi dan pemeliharaan server yang rutin.

c.) Evaluasi *promotion*

Dari evaluasi pihak sekolah mengungkapkan bahwa promosi yang dilakukan cukup baik dan efektif dan

membantu dalam hal calon peserta didik dan masyarakat dalam memperoleh informasi tentang sekolah hanya saja yang kurang dari promosi ini adalah belum rutusnya pihak sekolah mempublikasi kegiatan dan berita tentang sekolah.

Tabel 4.15 Rekomendasi evaluasi *promotion*

Evaluasi	Rekomendasi
Masih kurangnya promosi dalam website sekolah selain PPDB online	Adanya konten tambahan untuk promosi sekolah.

1. Analisis Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru
  - a. Faktor Pendukung Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru

Beberapa faktor yang mendukung Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru cukup baik seperti kesadaran pihak sekolah akan pentingnya website sebagai alat pemasaran dan informasi sekolah, peran aktif kepala sekolah, sarana prasaran yang mencukupi, dan anggaran yang sudah disiapkan.

Berbagai faktor pendukung tersebut tentunya mengakar pada kesiapan dari pihak sekolah dalam Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru sehingga apa yang ada dan tersedia dalam lingkungan sekolah akan mampu dimanfaatkan semaksimal mungkin dalam mensukseskan manajemen pemasaran berbasis website ini.

- b. Analisis Faktor Penghambat Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru.

Beberapa faktor yang menghambat Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru terkait salah satu admin website yang tidak bisa selalu ada di sekolah, publikasi atau penguploadan yang belum rutin, terbatasnya fitur-fitur website, desain website yang kurang menarik dan promosi yang kurang terhadap website, pengelolaan yang belum maksimal.

Peneliti memberikan beberapa solusi yang bisa dilakukan adalah dengan menambah admin/pengelola website yang bisa standby di sekolah, merencanakan atau menentukan tanggal/bulan penguploadan agar bisa rutin dilaksanakan dan efektif, melakukan observasi terlebih dahulu fitur-fitur apa saja yang dibutuhkan.

## **2. Keterbatasan Penelitian**

Tahap proses selama penelitian, tentunya terdapat keterbatasan yang tentunya dapat mempengaruhi hasil penelitian, diantaranya:

1. Keterbatasan waktu penelitian, karena dalam pelaksanaan penelitian, di sekolah sedang mempersiapkan untuk akreditasi jadi baik kepala sekolah maupun para guru sedang sibuk. Maka dari itu, waktu yang di dapat penulis kurang efektif.
2. Keterbatasan kondisi dan kemampuan peneliti sendiri. Keterbatasan peneliti dalam hal pengetahuan dan pemahaman serta dalam mengkaji masalah yang diangkat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari pemaparan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwasanya:

1. Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru dilakukan dengan menggunakan strategi 4p atau *mix* dengan *product*, *price*, *place*, *promotion* tentunya dengan menerapkan prinsip manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan oleh pihak sekolah.

##### 1.) Perencanaan

Perencanaan yang dilakukan terhadap manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru melalui 4p adalah sebagai berikut:

***Product*** yang dilakukan sekolah adalah dengan membentuk tim dan merapatkan terkat produk apa saja yang akan ditampilkan kedalam websie

***Price*** yang dilakuakan adalah dngan menyiapkan anggaran untuk pembuatan, pengelolaan dan pengembangan website.

**Place** yang dilakukan adalah dengan menyiapkan tim dan tenaga ahli untuk pembuatan website sekolah  
**Promotion** yang dilakukan adalah mendiskusikan dengan kepala sekolah dan tim pengelola apa saja yang akan dipromosikan ke dalam website.

## 2.) Pelaksanaan

Pihak sekolah telah melaksanakan terkait manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Baruna Duuhwaru meliputi *product, price, place dan promotion* sebagai berikut

**Product** sekolah telah melaksanakan dengan menampilkan produk sekolah seperti program keahlian, ekstrakurikuler.

**Price** sekolah telah merealisasikan anggaran yang direncanakan dengan membuat website sebagai alat pemasaran dan sarana media informasi.

**Place** sekolah telah melaksanakan website sebagai media sekolah dan berjalan cukup baik.

**Promotion** sekolah telah melaksanakan promosi dalam tahun ini dengan menampilkan brosur pendaftaran online dan juga brosur sekolah.

### 3.) Evaluasi

Pihak sekolah telah melaksanakan evaluasi terhadap manajemen pemasaran berbasis website meliuti *product, price, place, promotion* diharapkan dengan adanya evaluasi ini bisa menjadi lebih baik lagi kedepannya.

**Product** pihak sekolah telah melaksanakan evaluasi terhadap produk dimana kurangnya konten tentang produk sekolah yang ditampilkan di website.

**Price** pihak sekolah telah melaksanakan evaluasi terhadap anggaran yang dirasa masih kurangnya anggaran dalam pengembangan website.

**Place** pihak sekolah telah melakukan evaluasi terhadap website yaitu seringnya terjadi eror pada website.

**Promotion** pihak sekolah telah melakukan evaluasi terhadap promosi yaitu masih kurangnya kegiatan promosi di website.

2. Faktor pendukung Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru terkait pihak sekolah yang peduli akan pentingnya website sebagai alat pemasaran dan informasi sekolah, peran aktif kepala sekolah, sarana prasaran yang mencukupi, dan anggaran yang sudah

disiapkan. Sedangkan faktor penghambat terkait salah satu admin website yang tidak bisa selalu ada di sekolah, publikasi atau penguploadan yang belum rutin, terbatasnya fitur-fitur website, desain website yang kurang menarik dan promosi yang kurang terhadap website, pengelolaan yang belum maksimal.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dan kesimpulan dari penelitian ini maka peneliti memberikan saran diantaranya:

1. Peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat mengembangkan serta melanjutkan penelitian ini dengan tujuan pembahasannya menjadi lebih luas mengenai Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi.

2. Bagi sekolah

Memperhatikan kembali perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dalam Manajemen Pemasaran Berbasis Website sebagai Sarana Media Informasi agar kedepannya semakin baik lagi dan efektif. Dan membuat struktur organisasi sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah, Budi Mahardika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta, Budi Utama: 2020), Hlm. 1
- Abdul Choliq, *Pengantar Manajemen*, (Semarang, Rafi Sarana Prakasa: 2011), Hlm. 36
- Abdulloh, Rohi; 2010 <sup>3</sup>*Web Programing is Easy & Simple Jakarta: PT Elex Media Komputindo*
- Assauri, Sofjan. 2015. *manajemen pemasaran*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada
- Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003)
- B. Siswanto Sastrohadiwiryo, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007)
- Eka.kalsum, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi swasta di (Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu Vol 3 no 1, 2010)
- Fathul Maujud, *Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam*, (Mataram, UIN Mataram: 2018), *Jurnal penelitian keislaman* Vol. 14 No. 1, Hlm34
- Faizin, Imam. 2017. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*
- Geoege M. Scott, *Prinsip-Prinsip Sistem Informasi Manajemen*, Jakarta: PT Rajagafindo Persada, 1997

- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Negeri Malang
- Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, ( Jakarta, Bumi Aksara: 2005), Hlm 3-6
- Hidayati, Ratih. 2010. *Bauran pemasaran Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETA
- Indra Bastian, *Akuntansi Yayasan dan Lembaga Publik*, (Yogyakarta, Erlangga: 2007), Hlm. 31
- Ignatius Hadisoebro. 1985. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Erlangga. Hal 215, diterjemahkan dari Joseph L. Massie. 1979. *Essentials of Management*. 3th edition
- Indra Bastian, *Akuntansi Yayasan dan Lembaga Publik*, (Yogyakarta, Erlangga: 2007), Hlm. 31
- Kacung Wahyudi. *Manajemen Pemasaran*. Dosen STIT Al-Karimiyah. Jurnal Volume 05, Nomor 01, Juni 2017
- Kompri. 2015. *Manajemen Pendidikan komponen-komponen Elementer Kemajuan Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Muhammad Kristiawan, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta, Budi Utama:2012 ), Hlm.49
- Muhammad Dzaki Abdillah, *Analisis pengaruh product, price, place, promotion Terhadap Keputusan Pembelian* (Universitas Brawijaya Malang, 2021

- Nugroho, Bunafit; 2012. *Dasar Web pemograman web php MySQL dengan Dreamweaver*”, Yogyakarta : Gava Media.
- Roni Angger Aditama, *Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi*,(Malang, IKAPI: 2019), Hlm.20
- Raharjo Budi: 2011. “*Belajar Otodidak Pemograman web degan PHP+Oracle*”. Bandung Informatika.
- Rozi A. Zaenal & Comunity Smit Dev, 2015. *Bootstrap Design Framework* “. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sadeli, Muhammad, 2014. “*Aplikasi Bisnis dengan PHP & MySQL menggunakan Adobe Dreamweaver CS 6*”. Palembang: Maxikom.
- Sutabri Tata, *sistem informasi manajemen*. Yogyakarta: Andi, 2005
- Sastrohadiwiryono, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007).
- Susanto, Umam. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia
- T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta, BPFE:2018), Hlm. 23
- Usep Tanaisjaya 2015. *Rancang bangun aplikasi penjualan dan pemasaran perseroan terbatas PT Halim Jaya Sakti Palembang*”. Jurnal Informatika, Vol 1 Januari-Juni 2017
- Wijaya, David. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara

## LAMPIRAN

### A. Pedoman Wawancara

#### ➤ Kepala Sekolah

1. Apakah SMK Baruna Dukuhwaru mempunyai website ?

Jawaban: Iya, kami mempunyai website yang kami buat pada tahun 2014 dan sampai saat ini masih aktif digunakan.

2. Apakah website ini penting bagi pemasaran dan sarana media informasi sekolah?

Jawaban: Bagi kami website ini penting untuk sarana media informasi agar calon peserta didik minat dan masyarakat mengetahui akan sekolah, terlepas dari itu website kami juga sebagai alat pemasaran untuk menggaet peserta didik oleh karena itulah website ini penting bagi kami.

3. Apa saja program keahlian dan ekstrakurikuler di SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Sekolah kami menyediakan 4 program keahlian yaitu kapal nautika, mesin kapal nautika, farmasi industry dan farmasi kami juga menyediakan banya ekstrakurikuler yang bisa diikuti oleh sisa seperti pramuka, futsal, drumband, kopiphobia, paskibra, voli, bahasa inggris dan kami adalah salah

satu bahkan satu-satunya sekolah di kabupaten tegal yang bisa menerbitkan sertifikat berlayar langsung.

4. Bagaimana perencanaan produk pada website SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Perencanaan yang kami lakukan adalah diskusi terlebih dahulu untuk memilih produk mana saja yang akan ditampilkan dalam website kami.

5. Bagaimana pelaksanaan produk dalam website SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Dalam pelaksanaannya produk ini yang berupa keahlian dan ekstrakurikuler dan sebagainya telah diupload serta ditampilkan pada website berjalan lancar akan tetapi mungkin belum ada update lagi mengenai program keahlian, ekstrakurikuler seperti gambar .

6. Apakah pihak sekolah mengadakan evaluasi terhadap produk ini dan bagaimana hasilnya ?

Jawaban: Kami telah melakukan evaluasi tentunya dan hasil dari evaluasi itu sendiri adalah masih kurangnya informasi tentang produk kami, dan juga tidak rutinnya publikasi terkait hal tersebut.

7. Apa ada anggaran untuk membuat website ?

Jawaban: Tentunya ada anggaran yang disiapkan oleh pihak sekolah untuk pembuatan, pengelolaan dan pengembangan website.

8. Bagaimana pelaksanaan anggaran yang sudah direncanakan ?

Jawaban: Pelaksanaan dari anggaran yang kami siapkan sudah direalisasikan dengan adanya website ini sendiri dan sejauh ini anggaran yang kami siapkan untuk pengadaan website ini cukup.

9. Bagaimana evaluasi terhadap anggaran yang sudah digelontorkan ?

Jawaban: Untuk evaluasi anggaran ini sendiri terdapat kekurangan atau belum adanya anggaran untuk pengembangan ini sendiri terlepas dari itu untuk biaya operasional setiap bulan untuk website ini pasti ada an sudah berjalan dengan baik.

10. Promosi apa yang direncanakan pihak sekolah dalam website ?

Jawaban: Promosi yang kami lakukan pada website ini adalah mengenai PPDB online dan menampilkan brosur sekolah kami kedalam website serta mempublikasi kegiatan, berita, prestasi, sekolah dan sebagainya sebagai bentuk promosi kami.

11. Apa saja faktor pendukung manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Sadarnya kami terhadap perkembangan teknologi, sarana prasarana yang cukup memadai, sdm yang sdah ada.

12. Apa saja faktor penghambat dari manajemen pemasaran berbasis website di SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Jaringan yang biasanya eror, kekurangan sdm.

➤ **Admin Website/Pengelola Website**

1. Bagaimana pelaksanaan produk dalam website SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Dari kami sudah berkoordinasi aau sudah ada diskusi terlebih dahulu tentang produk yang akan kami upload atau tampilkan dalam website ini dan sejauh ini sudah berjalan dengan baik akan tetapi memang belum adanya update tampilan pada fitur program keahlian, ekstrakurikuler agar lebih menarik dan juga tidaj adanya update berita dan kegiatan sekolah.

2. Bagaimana evaluasi terhadap pelaksanaa produk dalam website ini ?

Jawaban: Sejauh ini memang kami melakukan evaluasi dan hasilnya kami kurang update dan kurang adanya

pengembangan dalam halaman tampilan produk dikarenakan kurangnya tenaga ahli.

3. Apakah ada anggaran untuk website ?

Jawaban: Tentunya ada anggaran yang sudah direncanakan dan disiapkan oleh pihak sekolah untuk membuat website serta tentunya untuk mengelola dan mengembangkan website.

4. Bagaimana pelaksanaan anggaran tersebut ?

Jawaban: Anggaran yang disiapkan oleh pihak sekolah sudah cukup dan sudah dipergunakan sesuai dengan yang direncanakan.

5. Bagaimana evaluasi terhadap anggaran website ?

Jawaban: Anggaran untuk operasional memang ada setiap bulannya untuk pembayaran website akan tetapi memang belum adanya anggaran untuk mengembangkan website.

6. Bagaimana perencanaan website ini sebagai tempat pemasaran dan sarana media informasi di SMK Baruna Dukuhwaru ?

Jawaban: Dalam pembuatannya kami melibatkan tenaga ahli yang mengerti dalam bidangnya

7. Bagaimana pelaksanaan website ini sendiri ?

Jawaban: Website ini berjalan dengan baik dan sesuai harapan kami sebagai alat pemasaran dan sarana media

informasi untuk menarik minat calon peserta didik dan masyarakat agar lebih efisien tetapi memang dari kami ingin menambahkan beberapa fitur-fitur lagi kedepannya.

8. Bagaimana hasil evaluasi dari website ini sendiri ?

Jawaban: Website ini sendiri sudah cukup baik hanya saja paling terjadi eror pada server.

9. Bagaimana rencana promosi pada tahun ini ?

Jawaban: Rencana dari promosi tahun ini dengan menjadikan website ini sebagai alat PPDB online dengan penyebaran informasi brosur sekolah lewat website.

10. Bagaimana pelaksanaan promosi pada tahun ini ?

Jawaban : Sudah berjalan dengan lancar seperti yang direncanakan dan cukup berhasil dengan presentase peserta didik yang meningkat pada setiap tahunnya.

11. Bagaimana evaluasi promosi pada tahun ini ?

Jawaban : Mungkin dari kami masih merasa kurang menarik dalam hal brosur PPDB online yang ditampilkan.

12. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dari manajemen pemasaran berbasis website ini sendiri ?

Jawaban: Faktor pendukungnya itu sendiri pihak sekolah yang peka terhadap perkembangan teknologi,

sarana prasarana yang cukup memadai seangkan untuk faktor penghambatnya yaitu kurangnya anggaran pada pengembangan website, kurangnya sdm pengelola website.

## B. Dokumentasi



Gambar wawancara bersama kepala sekolah dan admin website SMK Baruna Dukuhwaru



Gambar tampak depan SMK Baruna Dukuhwaru



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Prof. Hamka Km. 2 Semarang 50185  
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387  
www.walisongo.ac.id

Hal : Nilai Bimbingan

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Walisongo  
Di Semarang

Asalamualaikum Wr. Wb.

Dengan hormat kami beritahukan, setelah kami membimbing skripsi mahasiswa

Nama : Azannur Firdaus

NIM : 1903036098

Judul : **Manajemen Pemasaran Berbasis Website Sebagai Sarana Media Informasi di SMK Baruna Dukuhwaru**

Maka nilai naskah skripsinya adalah . *90*

Catatan khusus pembimbing:

*Dapat di lanjutkan*

Demikian untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pembimbing

**Syaiful Bahri, M. MSI.**

NIP. 198810302019031011

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Azannur Firdaus  
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 24 Maret 2001  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat : Ds. Bedug Rt 13 Rw 03 Pangkah,  
Tegal  
Email : azannurfirdaus@gmail.com  
No Hp : 0895379177041

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SDN Bedug 01 Kab.Tegal
2. SMP Bustanul Ulum Brebes
3. SMK Bhakti Utama Brebes
4. UIN Walisongo Semarang

### **RIWAYAT ORGANISASI**

1. IMT UIN Walisongo Semarang

