

## STRATEGI KOMPETITIF LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (STUDI KASUS SMP ISLAM KEPUNG)

Fina Miftahul Faizatil Ulya

Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri

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

**Abstract:** *This study will discuss the topic of Islamic Education Management. The theme is Marketing in Islamic Education Institutions. as a case study. This study focuses on exploring the efforts of the Kepung Islamic Middle School Educational Institutions in making competitive strategies as a response to the Competition of Educational Institutions at the junior secondary level in the Kepung Kediri area. This study will focus on the Competitive Strategy of Islamic Education Institutions at Kepung Islamic Middle School. Implementation of Competitive Strategies at Islamic Education Institutions at Kepung Islamic Middle School. A number of aspects contribute to the implementation of the competitive strategy of Islamic education institutions at Kepung Islamic Middle School. This research approach is management of Islamic Education while the type of research is qualitative field research. Data collection was carried out through in-depth interviews and observations with school stakeholder informants. Consisting of school principals. five teacher councils. school staff and school committee. analyzed through three components which include data reduction, data presentation and conclusion/verification. The results of the research show that the strategy used is differentiation. whose implementation is seen in three aspects, namely, quality assurance of graduates and a modified curriculum by adding four Islamic materials*

**Keywords:** *Competitive Strategy, Educational Institutions, Kepung Islamic Middle School*

**Abstrak:** *Penelitian ini akan membicarakan topik Manajemen Pendidikan Islam. Sedang temanya adalah Pemasaran dalam Lembaga Pendidikan Islam . sebagai studi kasus . penelitian ini focus mengeksplorasi Upaya Lembaga Pendidikan SMP Islam Kepung dalam membuat strategi Kompetitif sebagai respon terhadap Persaingan Lembaga Pendidikan pada tingkatan menengah pertama yang berada di wilayah Kepung Kediri . Kajian Ini akan memfokuskan diri pada Strategi Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam di SMP Islam Kepung . Implementasi Strategi Kompetitif di Lembaga Pendidikan Islam SMP Islam Kepung . Sejumlah aspek yang berkontribusi pada Implementasi strategi kompetitif lembaga pendidikan Islam di SMP Islam Kepung . Pendekatan Penelitian ini adalah manajemen Pendidikan Islam sedang jenis penelitiannya adalah kualitatif field reseach. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi dengan informan stakeholder sekolah. Terdiri dari kepala sekolah . lima dewan guru. staf sekolah dan komite sekolah . dianalisis melalui tiga komponen yang meliputi reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/ verivekasi Hasil penelitian menunjukkan Strategi yang dilakukan adalah diferensiasi. yang Implementasinya tampak dalam tiga aspek yaitu, jaminan kualitas lulusan dan kurikulum yang dimodifikasi dengan menambahkan empat materi keislaman*

**Kata kunci:** *Strategi Kompetitif, Lembaga Pendidikan, SMP Islam Kepung*

## INTRODUCTION

Dunia telah memiliki zaman globalisasi, zaman dimana lini kompetitif sudah masuk di semua lini kehidupan. Hidup di musim kompetisi seperti saat ini, sulit bagi organisasi untuk hidup dengan baik jika tidak memiliki kemampuan mengubah diri dengan cepat dan mampu berkembang seiring dengan tuntutan stakeholder. Hal itu juga berlaku pada dunia pendidikan. Kesiapan Lembaga Pendidikan untuk menjadi terbaik dan unggul menjadi sebuah keharusan. Hal ini ditujukan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat seluas-luasnya dari masyarakat Pendidikan. Saat ini paradigma dalam memandang pendidikan mulai bergeser, yang awalnya pendidikan dilihat dan dikaji dari aspek sosial, sekarang orang melihat pendidikan lebih pada sebuah corporate. Artinya, lembaga pendidikan dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya. Disebabkan mutunya tidak memuaskan konsumen maka produksi jasa yang ditawarkan. Strategi tersebut diambil dari dunia bisnis, dimana istilah marketing terfokus pada sisi kepuasan konsumen dengan memakai dasar pemikiran logis: jika konsumennya tidak puas, berarti marketingnya gagal. Dengan kata lain jika lembaga pendidikan tidak mampu memuaskan users educations sesuai dengan need pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan berlaku untuk terus eksis (Sri Minarti, 2011). Jika logika Corporate ini dipakai dalam dunia pendidikan, maka lembaga pendidikan dapat dimaknai sebuah lembaga yang bergerak dibidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa siswa maupun masyarakat umum yang dikenal sebagai stakeholder. Sebab, etika Kompetisi dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh (Ara Hidayat, 2012) Jadi, jika lembaga ingin memberikan citra yang baik dalam rangka menarik jumlah siswa, maka konsekuensi logisnya lembaga pendidikan harus mengembangkan berbagai upaya strategi Kompetitif sehingga Customer tertarik untuk menggunakan jasa lembaga tersebut.

SMP Islam Kepung adalah salah satu sekolah swasta di wilayah kecamatan Kepung Kabupaten Kediri. Dari data yang dihimpun penulis di wilayah tersebut sekolah swasta kurang diminati oleh masyarakat dibanding sekolah Negeri. Rendahnya Minat masyarakat terhadap sekolah swasta ini dapat dilihat dari nilai rata-rata Ujian yang mendaftar di sekolah swasta lebih rendah dari pada sekolah Negeri. Sebagian siswa dengan nilai sekolah tinggi lebih memilih masuk pada sekolah Negeri. atau bisa dilihat dengan Siswa yang bersekolah di SMP Islam kepung sebagian besar masuk sekolah tersebut dikarenakan tidak diterima di sekolah Negeri.

Melihat dari realita tersebut, Kompetisi untuk lembaga pendidikan mutlak karena persaingan antar sekolah semakin atraktif. Hal itu terlihat dari munculnya berbagai sekolah yang menawarkan keunggulannya masing-masing. Sekolah sebagai penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (peserta didik) karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Oleh karena itu dibutuhkan strategi Kompetitif pendidikan untuk memenangkan kompetensi antar sekolah, peningkatan kualitas sekolah dan profesionalisme manajemen sekolah.

Sebagai salah satu komponen utama dalam sistem pendidikan, lembaga pendidikan sudah selayaknya memberikan kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Apabila lembaga pendidikan dianalogikan sebagai mesin produksi, maka kualitas output akan dipengaruhi oleh kualitas mesin tersebut. Artinya, pengelolaan pendidikan yang bermutu tidak terlepas dari fungsi-fungsi manajemen secara umum yaitu : Perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), Pengarahan (Directing) dan pengendalian (Controlling). Fungsi-fungsi manajerial tersebut hendaknya dilakukan oleh pengelola setiap lembaga pendidikan secara efektif dan efisien. Dan secara khusus pimpinan atau kepala merupakan yang paling bertanggung jawab dalam pengelolaan sumberdaya lembaga pendidikan.

Pengelolaan pendidikan harus menyongsong peluang yang muncul dan sekaligus tanggap terhadap tantangan yang menghadang. Manajemen mengalami perubahan dari sekedar melayani proses pendidikan menjadi bagaimana membuat pemakai pendidikan diubah menjadi pelanggan pendidikan, dimana pelanggan pendidikan akan memberikan loyalitas yang tinggi untuk tidak bisa bersaing dengan lembaga lain. Hal ini akan menciptakan (1) pelanggan yang selalu membeli dan memakai secara teratur program yang diluncurkan oleh lembaga (2) pelanggan membeli diluar lini produk/jasa (3) merekomendasikan produk kepada orang lain (4) menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. (UPI, 2011) Sekolah harus mempunyai "branding" yang baik dan berusaha mempertahankannya untuk tetap eksis menghadapi persaingan antar sekolah yang semakin ketat. "Branding" adalah proses memperkenalkan "brand" sampai bagaimana lingkungan memberikan penilaian yang baik pada "Brand" tersebut. Sekolah yang tidak memiliki "brand" yang baik akan dilupakan oleh siswa nya dan calon siswa nya .

Sebagai sebuah lembaga Pendidikan yang lama, SMP Islam Kepung tentu memiliki Strategi Kompetitif lembaga pendidikan tersendiri untuk dapat tetap eksis dan bertahan, serta dalam menghadapi persaingan sekolah yang lainnya. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran pendidikan

Islam di SMP Islam Kepung dilihat dari produk yang ditawarkan, strategi penentuan harga, lokasi tempat jasa yang diberikan, promosi yang dilakukan, SDM dilihat dari segi kualitas, kualifikasi dan kompetensi yang dimiliki oleh orang-orang yang terlibat dalam pemberian jasa, sarana prasarana yang dimiliki, dan manajemen layanan pembelajaran yang diberikan kepada konsumen sehingga Strategi Kompetitif lembaga pendidikan Islam dapat terlaksana dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

## **METHODS**

Penelitian ini bertempat di SMP Islam Kepung Kediri. Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah dan semua konstituen sekolah tersebut. Rinciannya dapat dilihat dari komposisi berdasarkan representasi konstitusi pendidikan sebagaimana yang ditawarkan oleh Alan Dornsief (Alan, 1996)

Penelitian ini digolongkan dalam penelitian lapangan (*field research*), menggunakan pendekatan ilmu Manajemen Pendidikan dalam membuat strategi kompetitif lembaga Pendidikan. Jika dilihat dari jenis data yang dikumpulkan, maka penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Dalam penelitian deskriptif, terdapat 4 tipe, yaitu survei, studi kasus, penelitian korelasional dan penelitian kausal. Adapun penelitian yang peneliti lakukan ini adalah penelitian studi kasus, yaitu uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program atau suatu situasi sosial. Mengacu pada fokus dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, maka penelitian ini memerlukan kajian yang mendalam dan terperinci terhadap praktek pemasaran lembaga. Menimbang kebutuhan tersebut, maka pola yang paling cepat digunakan dalam penelitian ini adalah pola kualitatif. Dalam rangka menjelaskan secara mendalam dan rinci tentang Strategi Kompetitif lembaga pendidikan di SMP Islam Kepung Kediri, penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus (Bogdan, 1982).

Pengujian kredibilitas data penelitian dilakukan dengan cara Triangulasi baik triangulasi Teknik atau sumber. Teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data tersebut pertama adalah observasi dalam penelitian ini obyek yang diobservasi stock Holder (pengelola, ketua, gurukaryawan), pengguna (siswa) yang berkaitan dengan manajemen Pemasaran Pendidikan di SMP Islam Kepung. Teknik selanjutnya adalah wawancara. Kegiatan wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa pihak antara lain dengan pengelola, kepala sekolah, guru, karyawan, siswa dan para sumber yang relevan.

Karena mereka adalah sumber penelitian yang paling mengerti, merasakan dan melaksanakan manajemen pemasaran Pendidikan Islam.

Wawancara dalam penelitian ini untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan strategi kompetitif lembaga pendidikan islam yang diterapkan di SMP Islam Kepung, dan faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam manajemen pemasaran pendidikan Islam. Dan yang terakhir adalah dokumentasi dalam penelitian ini untuk mengetahui data tentang SMP Islam Kepung meliputi struktur Organisasi, Keadaan Mahasiswa, Keadaan Guru, sejarah berdirinya, dokumentasi promosi dan Publisitas, kurikulum serta dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan tema penelitian.

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis data interaktif (interactive model) .Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber seperti wawancara, pengamatan dan observasi. Data tersebut dianalisis melalui tiga komponen yang meliputi reduksi data (data Reduction), penyajian data (data display) dan kesimpulan/ verivekasi (Sugiyono, 2008)

## **RESULTS**

Bertalian dengan menguatnya proses inovasi pendidikan di Indonesia yang tengah berlangsung, uraian ini berusaha menarik variabel Strategi Kompetitif Lembaga pendidikan sesuai dengan konsep Manajemen Pemasaran lembaga pendidikan .Sebagai sebuah gagasan, Manajemen pemasaran pendidikan memuat sejumlah gagasan dasar tentang bagaimana Proses Implementasi strategi Kompetitif yang sesuai dengan tuntutan peningkatan mutu pendidikan secara umum. Jelasnya, pergeseran pola dan model pemasaran lembaga pendidikan, diharapkan memiliki implikasi logis pada meningkatnya mutu pendidikan secara keseluruhan.

Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh jendral dalam membuat jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. hal senada juga disampaikan oleh seorang ahli bernama Clauswitz yang menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi secara umum didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. (Arif Yusuf, 2016). Menurut Stoner Freeman dan Gilbert yang mendefinisikan Strategi yaitu Perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Perspektif kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu

(Husein Umar , 2013) Berdasarkan pernyataan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pengertian strategi yang dimaksud dalam pembahasan ini yaitu kesatuan keputusan yang dirumuskan berdasarkan tinjauan terhadap faktor internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan suatu organisasi termasuk di dalamnya lembaga Pendidikan. Lebih lanjut, Husein Umar juga menyatakan bahwa strategi bersaing adalah perumusan untuk meningkatkan daya saing perusahaan di mata pelanggan atau calon pelanggan. Strategi bersaing memberikan keunggulan sehingga membedakannya dengan perusahaan lain dan menimbulkan persaingan sehat dengan pelanggan tersegmentasi. sekurang-kurangnya ada dua prinsip pokok yang perlu dimiliki organisasi / lembaga pendidikan untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan layanan pendidikan. Keunggulan kompetitif dalam lembaga pendidikan adalah adanya inovasi, kreatifitas, kualitas pendidikan, dan menjadi rujukan peminat para siswa selain lembaga tersebut juga memiliki diferensiasi program unggulan sehingga mampu memberikan daya tarik bagi mereka yang menginginkan pendidikan yang berbeda dan berkualitas.

Implementasi strategi kompetitif Lembaga Pendidikan Islam yang dilakukan SMP Islam Kepung adalah dengan menggunakan strategi Diferensiasi . Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk yang menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh layanan pendidikan dan ditujukan kepada konsumen yang tidak terlalu peduli dengan perubahan harga. diferensiasi merupakan strategi yang dapat menghasilkan nilai konsumen, memunculkan persepsi yang bernilai khas dan baik serta tampil sebagai wujud berbeda yang sulit untuk ditiru (Ferdinand, 2006). Dalam strategi diferensiasi, SMP Islam Kepung sebagai sebuah lembaga pendidikan berusaha memproduksi dan memasarkan jasa pendidikan dengan karakteristik tertentu yang khas yang pada akhirnya mengakibatkan layanan pendidikan tersebut dianggap unik atau berkualitas.

Proses perumusan strategi diferensiasi SMP Islam Kepung dimulai dengan perumusan visi dan misi sekolah. visi dan misi sekolah merupakan dasar dalam pengembangan program sekolah. Tanpa ada visi dan misi yang jelas, sekolah tidak akan menjadi lembaga yang berkualitas. Adapun visi SMP Islam Kepung adalah mewujudkan lingkungan sekolah yang mencerminkan keimanan dan ketaqwaan seluruh warga sekolah, sehingga dapat memotivasi, menginspirasi peserta didik dalam hal mempelajari ilmu pengetahuan dan teknologi dan mengembangkan ketrampilan yang mendukung dan mempercepat peserta didik menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dan mengembangkan ketrampilan yang dimiliki.

Dengan mempertimbangkan realitas pendidikan, kondisi lingkungan di sekitar sekolah, serta visi, misi dan tujuan jangka panjang sekolah, pengelola berupaya untuk menjadikan

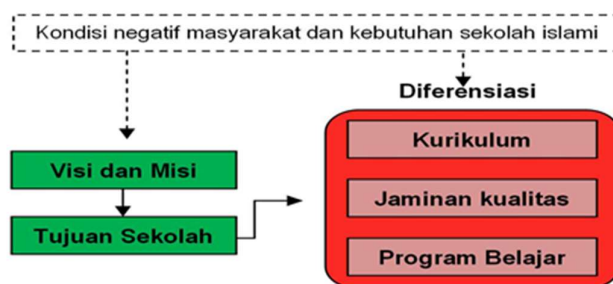
SMP Islam Kepung menjadi sekolah dasar Islam alternatif yang berbeda (different) dengan sekolah dasar yang ada di sekitarnya. Diferensiasi SMP Islam Kepung terletak pada pembekalan keislaman dan pembentukan akhlaq mulia. Untuk itu sekolah berupaya merumuskan perilaku sebagai budaya sekolah yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh seluruh insan sekolah (guru, siswa, staf, dan orang tua murid). Budaya tersebut mencakup hal-hal yang bersifat akademis maupun non akademis. Setiap anggota sekolah sebagai bagian yang bertanggung jawab secara aktif harus menghormati dan melaksanakan budaya tersebut unatuk mencapai tujuan bersama yaitu: “menciptakan manusia berhati religius, bertindak rasional dan berwawasan nasional/internasional”

Diferensiasi tersebut diwujudkan dalam Lima jaminan kualitas. Keempat jaminan kualitas tersebut adalah: 1) Shalat dengan kesadaran; 2) membaca dan menghafal al Qur’an dengan tartil; 3) berakhlaq yang baik, dan 4) Nilai akademik tuntas 5) membaca dan memahami Kitab kuning. Untuk memudahkan dalam mengukur tingkat pencapaian jaminan kualitas tersebut sekolah menetapkan indikator untuk masing-masing standar.

Selain diwujudkan dalam keempat jaminan kualitas sebagaimana tersebut di atas, diferensiasi SMP Islam Kepung juga tampak dalam kuri kulum dan program-program kegiatan sekolah. Kurikulum SMP Islam Kepung menggabungkan kurikulum Kementrian Pendidikan Nasional ditambah dengan kuriulum tambahan sebagai diferensiasi SMP Islam Kepung.

Adapun program kegiatan yang menjadi diferensiasi SMP Islam Kepung adalah: Tahfid Juz Amma (Juz 30) , surat-surat pilihan dan Tahlil, lomba ibadah Praktis, pendampingan wudhu-shalat, home visite, bengkel Siswa, briefing Senin pagi, EmaS (Ekonomi Mandiri Siswa), pelatihan bersuci (tho-haroh) dan merawat Jenazah, program shalat dhuha, pengajaran al Qur’an dengan kualitas terjaga, olimpiade.

Berdasarkan paparan data tersebut, secara rinci alur perencanaan strategi diferensiasi dapat dilihat dalam gambar I:



Gambar I : Alur perencanaan Strategi diferensiasi

Setelah sekolah merencanakan diferensiasi layanan dalam wujud jami-nan kualitas, modifikasi kurikulum dan program kegiatan sekolah, pe-ngelola membagi pelaksanaannya ke dalam tiga kelompok program. Pertama, program kurikulum, kedua program kesiswaan, dan ketiga program sarana dan prasarana. Masing-masing kelompok program di-tunjuk satu penanggung jawab. Wakil Kepala Bidang Kurikulum bertanggung jawab atas kelompok program kurikulum, Wakil Kepala bi-dang Kesiswaan bertanggung jawab atas kelompok bidang kesiswaan, dan Wakil Kepala Bidang sarana dan prasarana bertanggung jawab atas kelompok program sarana dan prasarana. Dalam pelaksanaan program ketiga bidang tersebut bersinergi dan bekerja sama untuk mewujudkan diferensiasi layanan pendidikan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai standar mutu shalat dan Tahfidz Juz Amma dan Tahlil misalnya, bidang kurikulum merancang kurikulum Islam yang dijalankan oleh guru agama Islam, dan membentuk tim pembina shalat yang ditugaskan kepada guru al Qur'an.

Adapun bidang kesiswaan menjalankan program Ekonomi Mandiri siswa , yang diperuntukkan bagi siswa kelas enam dengan dibantu oleh guru pendamping. Program kesiswaan yang lain adalah Olimpiade , Pelatihan Thoharoh dan lomba-lomba peringatan PHBI. Sedangkan bidang BP/BK menjalankan program home visit dengan target setiap tahun masing-masing anak terkunjungi dan diprioritaskan bagi anak yang secara akademik maupun non akademik masih lemah. Dalam kunjungan itu salah satu yang ditanyakan kepada wali murid adalah shalatnya. Sedangkan bidang sarana prasarana bertugas melengkapi sarana dan prasarana untuk menjalankan program-program tersebut.

Untuk memudahkan pelaksanaan program, sekolah menetapkan standar pelaksanaan (Standar Operational Precedure / SOP). Dengan SOP ini pelaksanaan program tinggal mengikuti langkah-langkah pelaksa-naan program yang telah tertulis di dalamnya. SOP ini juga memastikan bahwa pelaksanaan program telah sesuai dengan rencana yang seharusnya dikerjakan. Proses pelaksanaan strategi diferensiasi tersebut, tampak dalam gambar II



Gambar II : Proses Pelaksanaan Strategi Deferensiasi



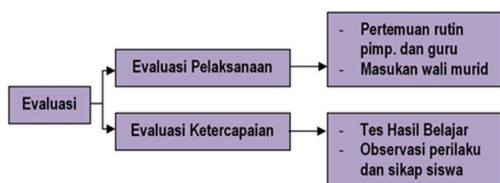
Untuk memastikan bahwa diferensiasi yang direncanakan telah berjalan dengan baik serta dapat mencapai jaminan kualitas, sekolah selalu melakukan evaluasi yang dilakukan secara rutin. Evaluasi yang dilakukan meliputi evaluasi terhadap proses pelaksanaan program dan evaluasi terhadap tingkat pencapaian jaminan kualitas.

Evaluasi program dilakukan melalui pertemuan-pertemuan rutin. Pertemuan-pertemuan tersebut antara lain pertemuan dewan guru yang dilakukan setiap minggu satu kali, pertemuan kepala sekolah dengan wakil kepala sekolah yang dilakukan setiap minggu sekali dan pertemuan kepala-kepala unit dengan pengurus yayasan. Selain itu, evaluasi program juga dilakukan melalui umpan balik dari orang tua. Umpan balik tersebut ada yang memang langsung diminta oleh sekolah dan ada yang inisiatif orang tua untuk memberikan masukan kepada sekolah. Umpan balik rutin dilakukan ketika pengambilan rapor semester yang diselenggarakan di sekolah dan pengambilan rapor pertengahan semester yang dilaksanakan bergiliran di rumah orang tua siswa. Evaluasi program juga dilakukan melalui supervisi baik supervisi internal maupun eksternal.

Adapun evaluasi terhadap tingkat pencapaian jaminan kualitas, dilakukan melalui tes hasil belajar dan melalui observasi. Tes hasil belajar dilakukan untuk mengontrol jaminan kualitas yang bersifat kognitif akademik, sedangkan observasi dilakukan untuk mengkon-trol standar mutu non kognitif khususnya terkait dengan perilaku dan sikap religiusitas, seperti shalat dan akhlaq.

Ada dua macam observasi yang dilakukan oleh sekolah, yaitu observasi langsung dan observasi tidak langsung. Observasi langsung adalah observasi yang dilakukan oleh guru secara langsung terhadap perilaku anak di sekolah. Sedangkan observasi tidak langsung dilakukan melalui buku penghubung. Dengan buku penghubung ini sekolah dapat mengontrol pelaksanaan shalat hafalan siswa, serta akhlaq siswa di rumah berdasarkan informasi dari orang tua siswa. Orang tua tinggal mengisi tabel-tabel yang ada di dalam buku penghubung sesuai dengan perilaku anaknya di rumah.

Dari paparan data tersebut, alur proses evaluasi pelaksanaan diferensiasi dapat dilihat pada gambar :



Gambar III : evaluasi pelaksanaan Strategi diferensiasi

## **Managerial Implications**

### **Conclusions**

SMP Islam Kepung mempunyai strategi untuk mencapai keunggulan Kompetitif. Strategi yang dibangun adalah pengembangan Publikasi dan inovasi dari segi kurikulum, layanan, fasilitas dan sarana pembelajaran. Strategi yang dilakukan adalah diferensiasi yang merupakan keunikan dan keunggulan sebagai Lembaga pendidikan yang berkompeten dan bauran pemasaran sebagai optimalisasi kegiatan publikasi lembaga pendidikan. Proses Implementasi Strategi Deferensiasi tersebut tampak dalam tiga aspek yaitu: (1) jaminan kualitas lulusan yaitu shalat dengan kesadaran, membaca dan menghafal al Qur'an dengan tartil, dan nilai semua bidang studi tuntas; (2) kurikulum yang dimodifikasi dengan menambahkan 4 materi keislaman yaitu: aqidah akhlaq, al- Qur'an dan Hadis, Fiqih, Aswaja yang media pembelajarannya langsung memakai kitab kuning; (3) program kegiatan Kesiswaan dengan nuansa keislaman yang kental dan membekali siswa untuk mandiri. Menerapkan Teori Bauran pemasaran yang terdiri dari menawarkan produk-produk berkualitas SMP Islam Kepung, menerapkan harga yang bersaing dengan lembaga lain, menonjolkan letak goeografis yang sangat strategis dan melakukan langkah-langkah promosi, memberikan service yang baik dan pembinaan yang berkualitas.

### **Recommendations**

Perlunya kajian yang lebih mendalam dan komprehensif yang disertai dengan data-data lengkap terhadap strategi kompetitif di SMP Islam Kepung kediri agar tercipta dealektika yang diharapkan akan menambah wawasan dan keakuratan konsepsi tentang strategi Kompetitif. Perlu kiranya bagi SMP Islam kepung kediri untuk menyusun konsepstrategi kompetitif yang sistematis melihat persaingan antar lembaga pendidikan yang tinggi dan Motivasi diri yang tinggi dari individu sekolah dibutuhkan untuk menciptakan suasana kompetensi prestasi yang dibangun secara dinamis dan harmonis oleh sekolah.

## REFERENCES

Assauri , S. (2013), *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, Rajawali Pers, Jakarta.

Augusty Ferdinand, (2006) *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Bogdan, R.C. dan Biklen. (1982), *Riset Kualitatif untuk Pendidikan : Pengantar ke Teori dan Metode*, tt., Trj. Munandir. , Pusat Antar Universitas Jakarta.

Craven, D. (1998) , *Pemasaran Strategis* Erlangga, Jakarta

Irianto, (2010) “Pemasaran Pendidikan” dalam *Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia Manajemen Pendidikan*, Alfabeta Bandung

Kotler , P. (1989) , *Manajemen Publikasi Analisis, Pe-rencanaan Dan Pengendalian*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta

Minarti, S. (2011), *Menejemen Sekolah (Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri)*, Ar Ruzz Media, Yogyakarta

Mubarrok, H. (2010), *Manajemen Strategi*, STAIN Kudus, Kudus.

Sugiyono (2008), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung

Tim dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia (2011), *Manajemen Pendidikan* , Alfabeta, Bandung.

Umar, H. (2003) , *Strategik Manajemen In Action*, PT. Gramedia Pustakama

Walker, Boyd & Larreche (2000), *Manajemen Publikasi; Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global* , Erlangga, Jakarta