

PERAN KOMITE SEKOLAH DALAM PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN

Nana Mulya

*Prodi Pendidikan Agama Islam STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon
nanamulya20@gmail.com*

Nurmadiyah

*Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Aceh Utara
noermaacut@gmail.com*

Abstract

The development of educational institutions is progressing rapidly. Not only in managing education such as managing learning methods, learning materials and student development activities, marketing activities of educational institutions to the wider community are also very important to pay attention to. One of the parties that plays a role in the marketing activities of educational institutions is the school committee. This study aims to determine the role of school committees in the marketing of educational institutions. The type of approach used is a descriptive qualitative approach with research subjects namely the principal, vice principal and school committee. The object of this research is the role of school committees in marketing educational institutions with research data obtained through observation and interviews. From the research carried out, it was found that the role of the school committee in the marketing of educational institutions is as a provider of considerations in planning the marketing of educational institutions, assisting in funding marketing activities, supervising the continuity of marketing activities, and connecting communication to the authorities, namely the government.

Keywords: *school committee, marketing strategy*

A. Pendahuluan

Kemajuan dalam perkembangan lembaga pendidikan tidak dapat dipandang sebelah mata, terlebih semenjak berlakunya UU. No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional yang menjadi landasan yuridis bagi

pengelolaan pendidikan di Indonesia. Perbedaan yang mencolok dapat dirasakan, beberapa tahun yang lalu lembaga pendidikan sebagai produsen jasa pendidikan hanya dipandang sebagai *seller's market*, artinya para calon peserta didik yang datang berlomba untuk mendaftarkan diri ke sekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan lain. Namun sekarang ini, beberapa lembaga pendidikan mulai merasa kesulitan dalam mencari peserta didik, karena perhatian masyarakat terhadap mutu lembaga pendidikan menjadi salah satu alasan kuat dalam memilih lembaga pendidikan yang tepat untuk anak-anak mereka. Oleh karena itu, lembaga pendidikan dituntut untuk mampu berkompetisi agar mampu bertahan dan menjadi pilihan masyarakat. Lembaga pendidikan akan ditinggalkan apabila tidak mempunyai daya saing seperti pembelajaran yang berkualitas. Selain itu, lembaga pendidikan juga harus dikenalkan kepada masyarakat luas, maka kemampuan administrator dalam memahami pemasaran pendidikan menjadi prasyarat dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya (Bahtiar, 2011).

Untuk dapat memenangkan kompetisi agar dapat bertahan dan diterima oleh masyarakat maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat, terlebih saat ini lembaga pendidikan dipahami sebagai suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen. Jika lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan *user education* sesuai kebutuhan pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan eksis (Minanti, 2011).

Komite sekolah yang dibentuk untuk menunjang penyelenggaraan pendidikan di sekolah/madrasah mempunyai peran untuk meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan di sekolah/madrasah. Selain itu, komite sekolah juga dibentuk untuk memwadahi dan meningkatkan partisipasi para stakeholder sekolah untuk turut merumuskan, menetapkan, melaksanakan, dan memonitor pelaksanaan kebijakan sekolah dan pertanggungjawaban yang terfokus pada kualitas pelayanan terhadap peserta didik secara profesional dan terbuka. Selain itu komite sekolah juga berfungsi untuk memwadahi partisipasi para stakeholder untuk ikut serta dalam merumuskan manajemen sekolah sesuai dengan tupoksinya mereka sendiri, baik itu berkenaan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program kerja sekolah secara profesional untuk mewujudkan "Masyarakat Sekolah" yang mempunyai loyalitas tinggi terhadap peningkatan mutu sekolah. Manajemen sekolah yang cenderung mengabaikan peran orang tua atau masyarakat akan menyebabkan sikap pasif orang tua atau masyarakat terhadap sekolah dan segala kepentingannya. Akibatnya desentralisasi pendidikan dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan peningkatan mutu pendidikan di Indonesia terhambat. Dengan demikian komite sekolah merupakan inti penggerak dari pelaksanaan peran serta masyarakat dalam merancang program, mempertimbangkan, mendukung pelaksanaan, membantu pemasaran, mengawasi jalannya berbagai kegiatan pendidikan serta mediator bagi sekolah dengan masyarakat atau pemerintah. Dari uraian latar belakang di atas, penelitian ini fokus pada peran komite dalam pemasaran lembaga pendidikan.

B. Review Literatur

1. Komite Sekolah

Komite sekolah adalah nama badan yang berkedudukan pada satu satuan pendidikan, baik jalur sekolah maupun luar sekolah, atau beberapa satuan pendidikan yang sama disatu kompleks yang sama. Nama komite sekolah merupakan nama generic. Artinya, bahwa nama badan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masing-masing satuan pendidikan, seperti komite sekolah, dewan sekolah, majelis sekolah, majelis madrasah, komite TK, atau nama lainnya yang disepakati. Menurut Mahmuddin Mulis (Gulton, 2018) bahwa komite sekolah merupakan badan yang melakukan pengamatan terhadap berbagai hal tentang jalannya penyelenggaraan pendidikan secara visual maupun dari data yang terpampang disekolah. Istilah komite sekolah menurut Kemendiknas disesuaikan dengan kondisi kebutuhan masing-masing satuan pendidikan seperti komite pendidikan, komite pendidikan luar sekolah, dewan sekolah, majelis sekolah, atau nama lain yang disepakati tetapi intinya merupakan suatu badan mandiri yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan, dan efisien pengelolaan pendidikan disuatu pendidikannya masing-masing

Komite Sekolah dibentuk berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 044/U/2002 dengan harapan agar masyarakat ikut serta mengambil bagian didalam meningkatkan mutu pendidikan. Salah satu tujuan pembentukan komite sekolah adalah meningkatkan tanggung jawab dan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan disuatu pendidikan. Hal ini, berarti peran serta masyarakat sangat dibutuhkan dalam peningkatkan mutu pendidikan, bukan hanya sekedar memberikan bantuan berwujud material saja, akan tetapi juga diperlukan bantuan yang berupa pemikiran, ide, dan gagasan inovatif demi kemajuan suatu sekolah. Komite Sekolah dibentuk dengan maksud agar ada suatu organisasi masyarakat sekolah yang konsen, komitmen, dan mempunyai loyalitas serta peduli terhadap peningkatan kualitas sekolah. Organisasi yang dibentuk ini dapat dikembangkan secara khas yang berakar dari budaya, demografis, ekologi, nilai kesepakatan, serta kepercayaan yang dibangun sesuai potensi masyarakat setempat. Oleh karena itu, komite sekolah yang dibangun dimanapun adanya harus merupakan pengembangan kekayaan filosofis masyarakat secara kolektif. Hal ini mengandung pengertian bahwa komite sekolah harus mengembangkan konsep yang berorientasi pada pengguna (*customer*) berbagai kewenangan (*power sharing and advocacy model*) dan kemitraan (*partnership model*) yang difokuskan pada peningkatan mutu pelayanan pendidikan (Misbah, 2009).

Adapun tujuan dibentuknya komite sekolah sebagai suatu organisasi masyarakat sekolah-sekolah adalah: (1) Mewadahi dan menyalurkan aspirasi dan prakarsa masyarakat dalam melahirkan kebijakan operasional dan program pendidikan di satuan pendidikan. (2) Meningkatkan tanggung jawab dan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan disuatu pendidikan. (3) Menciptakan suasana dan kondisi transparan, akuntabel, dan demokratis dalam penyelenggaraan dan pelayanan pendidikan yang bermutu disuatu pendidikan. Sedangkan fungsi daripada komite sekolah adalah sebagai berikut: (1) Mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap

penyelenggaraan pendidikan yang bermutu; (2) melakukan kerjasama dengan masyarakat (perorangan, organisasi, dunia usaha ataupun dunia industry (DUDI)) dan pemerintah berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan yang bermutu; (3) memanmpung dan menganalisis anspirasi, ide, tuntutan, dan berbagai kebutuhan yang diajukan masyarakat; (4) Memberikan masukan, pertimbangan, dan rekomendasi kepada satuan pendidikan mengenai: kebijakan dan program rencana pengembangan sekolah, rencana anggaran pendidikan dan belanja sekolah, kreteria tenaga kependidikan, dan kreteria fasilitas pendidikan.

2. Pemasaran Lembaga Pendidikan

Pemasaran adalah suatu proses social yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Walker dan Larreche, 2000). Jadi pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para produsen dalam mempertahankan kontiunitas usahanya untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya suatu usaha, tergantung keahlian mereka dalam pemasaran, produksi, maupun bidang lain, serta pada kemampuan produsen untuk mengkomunikasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi usaha dapat berjalan lancar. Pada perkembangannya, istilah pemasaan tidak hanya dipakai oleh organisasi atau lembaga profit saja, akan tetapi dipakai pula oleh lembaga nonprofit. Artinya penggunaan istilah marketing saat ini sudah berkembang di segala sektor kegiatan manusia. Dalam konteks lembaga pendidikan, pemasaran adalah pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang senagaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk stakeholder ataupun rakyat sosial pada umumnya (Muhaimin, 2012). Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses social dan managerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan.

Etika layanan pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh kedepan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus dimasa mendatang. Fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada “konsumen” yang mana dalam konteks sekolah disebut dengan siswa. Disinilah perlunya sekolah untuk mengetahui bagaimanakah calon siswa melihat sekolah yang akan dipilihnya.

Dalam pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan, begitu pula dalam pemasaran lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan keberlanjutan dan hal tersebut bisa menjadi sinyal positif dalam meningkatkan mutu pendidikan. Salah satu manfaat dalam pemasaran lembaga pendidikan adalah terciptanya lingkungan belajar yang baik bagi semua siswa. Berkaitan dengan semakin mendominasinya sektor layanan jasa

pendidikan dan semakin ketatnya persaingan jasa pendidikan tinggi dewasa ini, maka dampak langsung atas kondisi tersebut menjadikan para konsumen menjadi lebih bersifat penuntut, menguasai Informasi, lebih bersikap asertif. Kondisi ini menuntut para perusahaan jasa, terutama bagi seorang pemimpin untuk lebih mampu menghadirkan layanan yang memiliki nilai tinggi serta mampu menumbuhkan perasaan loyal pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya.

C. Metodologi

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Adapun dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Maka penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, tetapi hanya menggambarkan atau mendiskripsikan status fenomena di lokasi penelitian, baik fenomena tentang hambatan atau kesulitannya. Fenomena dilokasi penelitian yang dimaksud yaitu peran komite sekolah dalam pemasaran pendidikan. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menyajikan data-data secara deskriptif, karena data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata, bukan bentuk angka.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di MAS Almuslimun Lhoksukon. Peneliti memilih tempat tersebut karena disana merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mana komite sekolahnya berperan dalam pemasaran lembaga pendidikan.

3. Data, Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode yaitu (1) observasi yaitu untuk mengamati secara langsung keadaan/situasi yang ada dalam organisasi yang diteliti. Guna untuk memperoleh data tentang peran komite sekolah dalam membantu pemasaran lembaga pendidikan dan bagaimana proses pemasaran berlangsung. (2) Wawancara dilakukan kepada informan yaitu kepala sekolah, ketua komite sekolah dan wakil kepala Humas MAS Al-muslimun. Proses analisis data ini peneliti lakukan secara terus-menerus, bersamaan dengan pengumpulan data dan kemudian dilanjutkan setelah pengumpulan data selesai dilakukan. Di dalam melakukan analisa data peneliti mengacu tahapan yang dijelaskan Miles dan Huberman (Sugiyono, 2005:91) yang terdiri dari tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarikan kesimpulan, atau biasa dikenal dengan model analisis interaktif. Apabila kesimpulan dirasa kurang mantap, maka peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data dan seterusnya sampai diperoleh data yang betul-betul mantap sehingga merupakan suatu siklus.

D. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan diketahui bahwa peran komite sekolah di MAS Almuslimun adalah sebagai berikut:

- a. Komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan, setiap ada kegiatan atau program yang mau dilaksanakan oleh sekolah, komite sekolah selalu diberikan ruang untuk memberikan pertimbangan dan masukan dalam melaksanakan kegiatan tersebut.
- b. Komite sekolah sebagai pendukung, komite sekolah di MAS Almuslimun Lhoksukon juga ikut berperan dalam membantu dana, ide dan tenaga dalam mewujudkan sistem pelayanan pendidikan yang bermutu.
- c. Komite sekolah sebagai pengawas, komite sekolah mempunyai peran sebagai pengawas dalam pelaksanaan kegiatan di MAS Almuslimun Lhoksukon, tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana kemajuan dari program yang diselenggarakan.
- d. Sebagai penghubung dengan pemerintah, dalam hal ini komite sekolah di MAS Almuslimun Lhoksukon membantu pihak sekolah ataupun masyarakat sekolah dalam menyampaikan aspirasinya kepada pemerintah setempat, entah itu terkait kebijakan yang berkaitan dengan sekolah atau yang lain.

Komite sekolah di MAS Almuslimun sudah melakukan peran sebagaimana mestinya. Peran komite sekolah adalah sebagai jembatan antara *stake holder*, wali murid, dan masyarakat dengan pihak satuan pendidikan sekolah sehingga perannya sangat vital sekali dalam memajukan dan meningkatkan kualitas pendidikan. Begitu pula di MAS Almuslimun, peran komite sekolah disana sangatlah vital sekali, guna memajukan dan meningkatkan kualitas pendidikan.

Dengan adanya komite sekolah, peran serta masyarakat dalam pendidikan di MAS Almuslimun mulai ditingkatkan. Dengan ditingkatkannya peran serta masyarakat berimplikasi lebih terhadap terjaminnya keberadaan dan keberlangsungan pendidikan di MAS Almuslimun. Selain itu, masyarakat juga semakin peduli dan mendukung program sekolah agar lebih baik dan bermanfaat kepada masyarakat, termasuk ikut serta dalam membantu dana dan pembagunan fisik sekolah.. Melalui peraturan pemerintah nomor 39 tahun 1992 tentang peran serta masyarakat dalam pendidikan nasional dan keputusan Menteri pendidikan nasional nomor 044/U/2002 tentang Pembentukan dewan Pendidikan dan komite sekolah. Hakekat kedua produk hukum di atas adalah bahwasanya peran serta masyarakat berfungsi sebagai pemelihara, menumbuhkan, meningkatkan kemampuan yang ada pada masyarakat semaksimal mungkin dan seoptimal mungkin untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional.

Terkait peran yang perlu dijalankan oleh komite sekolah, komite sekolah MAS Almuslimun sudah menjalankan semua peran yang ada diantaranya adalah: (a) sebagai pemberi pertimbangan (*advisor agency*) dalam penentuan dan pelaksanaan kebijakan pendidikan di sekolah. (b) sebagai pendukung (*supporting agency*) baik yang berwujud finansial, pemikiran, maupun tenaga dalam penyelenggaraan pendidikan di sekolah, (c) sebagai pengontrol (*controlling agency*)

dalam rangka transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan dan pengeluaran pendidikan di sekolah, dan (d) sebagai mediator antara pemerintah (*eksekutif*) dengan masyarakat di sekolah. Semua peran umum daripada komite sekolah sejauh ini sudah berjalan sebagai mana mestinya. Semua itu dilakukan demi memajukan dan mengembangkan pelayanan pendidikan di MAS Almuslimun kearah yang lebih baik.

Selain peranannya, fungsi dari komite sekolah juga terlaksana dengan baik. berikut beberapa fungsi komite sekolah yang dilaksanakan oleh komite sekolah di MAS Almuslimun: (1) mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan yang bermutu, (2) melakukan kerjasama dengan masyarakat (perorangan/organisasi/dunia usaha/dunia industri) (3) Menampung dan menganalisa aspirasi, ide, tuntutan, dan kebutuhan pendidikan yang di ajukan oleh masyarakat, (4) memberikan masukan, pertimbangan dan rekomendasi kepada sekolah mengenai: kebijakan dan program pendidikan, rencana anggaran pendidikan dan belanja sekolah (RAPBS), kriteria kinerja sekolah, kriteria tenaga kependidikan, kriteria fasilitas sarana pendidikan, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan pendidikan, (5) mendorong orang tua dan masyarakat berpartisipasi dalam pendidikan guna mendukung peningkatan mutu dan pemerataan pendidikan, (6) menggalang dana masyarakat dalam rangka pembiayaan penyelenggaraan pendidikan di sekolah, (7) melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap kebijakan sekolah, program sekolah, penyelenggaraan dan pengeluaran pendidikan di sekolah.

Dalam hal pemasaran jasa pendidikan, MAS Almuslimun telah menerapkan strategi khusus dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan. Hasil observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwasanya *Stakeholder* yang ada di sekolah semuanya dilibatkan guna membantu berjalannya kegiatan pemasaran lembaga pendidikan. Selain itu, kegiatan yang dilakukan dalam promosi sekolah adalah promosi melalui media sosial, kegiatan ini dilakukan ketika mau memasuki masa penerimaan siswa baru. Kegiatan pemasaran lembaga pendidikan, sejauh ini memang sangat diperlukan sekali, ada beberapa yang melatar belakangi perlunya diadakan pemasaran lembaga pendidikan, antara lain (Wijaya, 2008): (a) Sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam bidang di level apapun perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan pendidikan (peserta didik, orang tua, dan pihak yang lain) bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih tetap eksis, (b) perlu meyakinkan masyarakat, bahwasanya lembaga pendidikan yang dikelola sudah relevan dengan kebutuhan mereka, (c) pemasaran lembaga pendidikan perlu dilakukan, agar jenis dan macam jasa pendidikan yang dikelola dapat dikenal dan dimengerti secara luas oleh masyarakat, (d) agar eksistensi lembaga pendidikan yang dikelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat.

Dalam melaksanakan pemasaran lembaga pendidikan, pastinya ada sasaran utama yang dituju untuk kesuksesan kegiatan ini. Dalam konteks ini yang menjadi sasaran utama adalah para calon siswa dan masyarakat secara umum. Jika lembaga pendidikan tidak mampu memuaskan pelanggan sesuai dengan persaingan pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan eksis. Untuk strategi pemasaran lembaga pendidikan yang dilakukan di MAS Almuslimun adalah melibatkan semua stakeholder yang ada disekolah untuk melakukan

promosi dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat, sehingga akan tumbuh kepercayaan dari masyarakat terhadap sekolah, sehingga masyarakat mau memasukan anaknya untuk sekolah di MAS Almuslimun. Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan, dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan juga tidak lepas dari peran serta masyarakat, yang mana mereka juga ikut serta membantu pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan.

Selain peran serta masyarakat, ada juga peran daripada komite sekolah dalam membantu pelaksanaan pemasaran sekolah, yakni sebagai pemberi pertimbangan, pendukung, pengontrol, dan mediator dengan pemerintah. Dari penelitian ditemukan bahwa; (1) komite sekolah sebagai pemberi pertimbangan dalam membantu proses penyusunan perencanaan pemasaran lembaga pendidikan. Komite sekolah dalam memberikan pertimbangan terhadap rancangan perencanaan pemasaran lembaga pendidikan biasanya mengaju kepada masukan, aspirasi dan keluhan terutama dari wali murid. Aspirasi-aspirasi tersebut kemudian dituangkan dalam rapat pertemuan dengan pihak sekolah. Hasil pertemuan dengan komite sekolah langsung dijadikan rumusan dan pertimbangan sekolah dalam menentukan rancangan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. (2) Sebagai pendukung. Adapun bentuk peran dukungan daripada komite sekolah adalah lebih kepada pendanaan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan. Yang mana disini komite sekolah mengakomodir bantuan dana daripada wali murid yang disumbangkan kepada sekolah. Karena tidak dipungkiri, bahwasanya pelaksanaan pemasaran lembaga ini juga membutuhkan dana yang cukup begitu besar. (3) Sebagai pengontrol. Untuk peran sebagai pengontrol pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan dilakukan melalui pengawasan untuk memastikan terlaksananya pemasaran lembaga pendidikan dengan optimal. Kegiatan pengawasan merupakan hal yang sangat diperlukan dalam manajemen. Pengawasan yang ketat dan terkendali akan membuat sekolah lebih berhati-hati. Kegiatan sekolah yang selalu mendapatkan pengawasan lebih akan memiliki tingkat kemajuan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kegiatan yang tidak pernah diawasi. (4) Peran komite sekolah sebagai penghubung dengan pemerintah. Sejauh ini komite sekolah telah menunjukkan perannya sebagai mediator dalam mengakses elemen-elemen masyarakat yang berkaitan dengan pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan.

E. Kesimpulan

Dari pemaparan peran komite sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan di atas, dapat disimpulkan bahwasanya, sejauh ini peran komite sekolah di MAS Almuslimun, khususnya dalam pelaksanaan pemasaran lembaga pendidikan sangatlah vital sekali. Keberadaan komite sekolah sangat membantu dalam berjalannya program yang dilakukan oleh sekolah. Adapun peran komite sekolah di MAS Almuslimun adalah sebagai pemberi pertimbangan, pendukung dan pengawas dalam setiap pelaksanaan kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah. Selain itu, komite sekolah juga berperan dalam menjembatani komunikasi antara masyarakat sekolah dengan pihak pemerintah setempat.

BIBLIOGRAFI

- Bahtiar, Y. (2011). *Modul Pemasaran Pendidikan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Minanti, Sri, (2011). *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Pendidikan secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media.
- Muhaimin. (2012). *Manajemen Pendidikan, Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, cetakan ke 4. Jakarta: Kencana Preneda Media Group..
- Gultom, S, *Suatu Analisis Peran Komite Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di SMA Negeri Kota Pinang Kabupaten Labuhan Batu*, Hasil Penelitian.
- Misbah, M. (2009). *Peran dan Fungsi Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan* (Jurnal Pemikiran Alternatif, Kependidikan Insanial/Vol.14/No. 1/Jan-Apr 2009/68-9), 3.
- Paduan Umum Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah, *Lampiran II Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 044/U/2002 Tanggal 2 April 2002*, 121
- Boyd, W dan Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Wijaya, D. (2008). *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah*, (Jurnal Pendidikan Penabur no 11/Tahun ke 7/2008).42