

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS WEBSITE SEBAGAI  
MEDIA INFORMASI DI SMKN UNGGUL TERPADU ANAK TUHA**

**SYARIF MAULIDIN, MUHAMAD SUHARDI**

STIT Bustanul 'Ulum Lampung Tengah, Universitas Pendidikan Mandalika

e-mail: [syarifmaulidin@stibustanululum.ac.id](mailto:syarifmaulidin@stibustanululum.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen pemasaran berbasis website sebagai sarana media informasi di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha, dengan fokus pada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, serta faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi efektivitas website tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, yang melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran berbasis website di sekolah ini telah diterapkan dengan baik, dengan perencanaan yang mencakup empat elemen pemasaran yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Namun, terdapat kekurangan dalam hal pembaruan konten yang tidak rutin, terbatasnya fitur website, serta kurangnya anggaran untuk pengembangan website jangka panjang. Faktor pendukung utama dalam keberhasilan ini adalah kesadaran pihak sekolah akan pentingnya website dan dukungan aktif kepala sekolah, sementara faktor penghambat terkait terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dan masalah teknis pada server. Rekomendasi yang diajukan mencakup penambahan SDM terlatih untuk pengelolaan website, peningkatan anggaran untuk pengembangan, serta pemeliharaan rutin server agar website dapat berfungsi secara optimal, terutama saat PPDB online. Penelitian ini memberikan prospek penting bagi pengembangan manajemen pemasaran berbasis website di dunia pendidikan.

**Kata Kunci:** manajemen pemasaran, media informasi, pengembangan website.

**ABSTRACT**

This study aims to analyze web-based marketing management as an informational media tool at SMK Unggul Terpadu Anak Tuha, focusing on the planning, implementation, evaluation, and supporting and hindering factors affecting the website's effectiveness. The research employs a descriptive qualitative approach, involving observation, interviews, and documentation to collect data. The findings indicate that web-based marketing management has been effectively implemented at the school, with planning covering the four key elements of marketing: product, price, place, and promotion. However, there are shortcomings in terms of infrequent content updates, limited website features, and insufficient budget for long-term website development. The main supporting factors for success are the school's awareness of the importance of the website and the active support of the principal, while the hindering factors include limited human resources (HR) for website management and technical issues related to the server. The recommendations include adding trained HR for website management, increasing the budget for development, and conducting regular server maintenance to ensure the website operates optimally, especially during the online student admission process (PPDB). This research provides important prospects for the development of web-based marketing management in the education sector.

**Keywords:** marketing management, informational media, website development.

**PENDAHULUAN**

Pendidikan merupakan landasan utama dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, yang tidak hanya cakap dalam bidang ilmu pengetahuan, tetapi juga memiliki

Copyright (c) 2024 VOCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan

karakter dan kompetensi yang baik dalam menghadapi tantangan zaman. Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan karakter, baik melalui pengalaman langsung maupun pembiasaan yang terjadi selama proses belajar. Pendidikan bukan hanya tentang mengajarkan teori-teori tertentu, tetapi juga menjadi sarana untuk menumbuhkan potensi yang ada dalam diri setiap individu. Dalam pandangan Islam, ilmu pengetahuan sangat dijunjung tinggi, bahkan setiap umat Muslim memiliki kewajiban untuk mencari ilmu. Hal ini tercermin dalam hadis Nabi Muhammad SAW yang menyatakan bahwa siapa yang menginginkan dunia dan akhirat, maka hendaklah ia menguasai ilmu. Dengan demikian, pendidikan tidak hanya sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan duniawi, tetapi juga sebagai media untuk meraih kebahagiaan dan kesejahteraan di akhirat.

Pada saat ini, dunia pendidikan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi yang begitu pesat, terutama dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi. Di era digital seperti sekarang ini, internet memainkan peranan penting dalam memberikan akses informasi yang lebih cepat dan luas kepada masyarakat. Dengan kemajuan teknologi ini, berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pendidikan, perlu menyesuaikan diri agar dapat tetap relevan dan bersaing di tengah dinamika yang ada. Kemajuan teknologi, khususnya internet, menawarkan peluang besar bagi lembaga pendidikan untuk memanfaatkan berbagai platform digital dalam menyebarkan informasi dan mempromosikan diri. Salah satu media yang kini semakin populer dan efektif dalam pemasaran pendidikan adalah website. Website sekolah menjadi sarana yang mudah dijangkau oleh masyarakat luas tanpa terbatas oleh ruang dan waktu, sehingga dapat memberikan informasi yang lebih lengkap, cepat, dan jelas mengenai profil sekolah, fasilitas, serta kegiatan dan prestasi yang diraih.

Namun, meskipun pemanfaatan teknologi, khususnya website, untuk tujuan pemasaran pendidikan sudah semakin populer, masih banyak lembaga pendidikan yang belum mampu memanfaatkan teknologi ini secara maksimal. Banyak sekolah yang memiliki website, tetapi tidak mengelola atau mengoptimalkan potensi website tersebut sebagai media pemasaran. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan untuk menarik perhatian calon peserta didik, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di dunia pendidikan. Di sisi lain, ada beberapa sekolah yang sudah berhasil mengelola website mereka dengan baik dan telah merasakan manfaatnya dalam meningkatkan jumlah pendaftar dan memperkenalkan prestasi serta fasilitas yang mereka miliki. Oleh karena itu, ada kebutuhan yang mendesak untuk memahami bagaimana cara mengelola website pendidikan dengan tepat, sehingga dapat digunakan sebagai media untuk menarik calon peserta didik dan memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat.

Selain itu, manajemen pemasaran pendidikan memegang peranan yang sangat penting dalam keberlangsungan lembaga pendidikan. Manajemen pemasaran pendidikan ini melibatkan berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen pendidikan, dalam hal ini adalah siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Menurut Sugiono (2004), manajemen pemasaran pendidikan mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengendalian semua aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pendidikan. Dalam hal ini, penggunaan website sebagai salah satu media pemasaran juga harus dipandang sebagai bagian dari strategi pemasaran yang lebih besar dan terintegrasi, yang harus dikelola dengan baik agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, media pemasaran berbasis digital, seperti website, menjadi sangat penting dalam meningkatkan daya tarik sekolah. Website memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, dan memberi mereka informasi yang mereka butuhkan tentang program yang ditawarkan, kegiatan yang dilakukan, serta prestasi-prestasi yang telah dicapai. Namun, tidak semua lembaga pendidikan mampu mengelola dan memanfaatkan website secara maksimal.

Hal ini terlihat pada beberapa sekolah yang meskipun memiliki website, namun kurang aktif dalam memperbarui konten, mengoptimalkan tampilan, atau melakukan promosi secara digital. Hal ini menyebabkan website mereka kurang efektif sebagai media pemasaran, sehingga calon peserta didik tidak tertarik untuk memilih sekolah tersebut.

Di sisi lain, ada pula sekolah-sekolah yang telah berhasil menggunakan website sebagai sarana pemasaran yang efektif, seperti SMKN Unggul Terpadu Anak Tuha, yang berhasil meningkatkan jumlah pendaftar dengan memanfaatkan website mereka untuk mempublikasikan informasi PPDB secara online dan menyebarkan brosur-brosur digital. Data pengunjung website yang menunjukkan fluktuasi dalam jumlah pengunjung menjadi indikator bahwa website tersebut cukup efektif dalam menarik perhatian masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan website sebagai media pemasaran pendidikan harus dikelola dengan baik agar dapat berfungsi secara optimal dalam menjangkau calon peserta didik dan masyarakat.

Pentingnya manajemen pemasaran berbasis website ini semakin terasa ketika sebuah lembaga pendidikan tidak dapat mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dalam proses pemasaran. Akibatnya, lembaga pendidikan tersebut akan kesulitan untuk mempertahankan daya tariknya di tengah persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan. Selain itu, jika sekolah tidak dapat memperkenalkan fasilitas, prestasi, dan keunggulannya melalui website, maka sekolah tersebut akan tertinggal dan kehilangan peminat. Dalam konteks inilah, penelitian ini diperlukan untuk memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana manajemen pemasaran berbasis website dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah peserta didik di lembaga pendidikan.

Berdasarkan pengamatan awal, terdapat kesenjangan yang cukup signifikan antara lembaga pendidikan yang mampu mengoptimalkan teknologi digital untuk pemasaran dan mereka yang belum memanfaatkan potensi tersebut dengan maksimal. SMKN Unggul Terpadu Anak Tuha, misalnya, meskipun memiliki website sebagai media pemasaran, belum sepenuhnya mengelola dan mengoptimalkan platform ini untuk menarik perhatian calon peserta didik. Di sisi lain, SMKN Unggul Terpadu Anak Tuha yang sudah lebih aktif mengelola website mereka, telah mampu meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahunnya melalui pemasaran berbasis website. Data pengunjung website SMKN Unggul Terpadu Anak Tuha yang menunjukkan jumlah pengunjung yang konsisten menunjukkan bahwa pemasaran berbasis website dapat memberikan dampak positif terhadap jumlah pendaftar dan citra sekolah di mata masyarakat.

Kesenjangan ini menjadi alasan utama mengapa penelitian ini perlu dilakukan, untuk mengidentifikasi dan memberikan solusi terkait pengelolaan website yang optimal dalam pemasaran pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai strategi yang tepat dalam memanfaatkan website untuk memasarkan sekolah, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh lembaga pendidikan lainnya yang ingin meningkatkan efektivitas pemasaran mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis pengelolaan website sebagai media pemasaran pendidikan di lembaga pendidikan. Prosedur pelaksanaan dimulai dengan observasi langsung pada beberapa sekolah yang telah mengimplementasikan pemasaran berbasis website dan sekolah yang belum optimal dalam pengelolaan website mereka. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengelola website sekolah, analisis dokumen (misalnya, konten website, data pengunjung, dan laporan aktivitas), serta studi kasus pada sekolah yang dianggap berhasil dalam menggunakan website sebagai alat pemasaran.

Instrumen penelitian ini meliputi pedoman wawancara, lembar observasi, dan dokumentasi digital. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk menggali pola-pola penting dalam pengelolaan website dan dampaknya terhadap daya tarik calon peserta didik. Peneliti juga menggunakan triangulasi data untuk memastikan validitas temuan. Hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai strategi pemasaran berbasis website dan rekomendasi untuk pengelolaan yang lebih efektif di lembaga pendidikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha, ditemukan beberapa temuan yang berkaitan dengan manajemen pemasaran berbasis website sebagai media informasi sekolah. Berikut adalah hasil utama yang diperoleh:

#### **1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Berbasis Website**

SMK Unggul Perencanaan manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha telah dilaksanakan dengan baik, mencakup berbagai elemen penting dalam pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam hal produk, pihak sekolah menawarkan berbagai program keahlian yang menjadi unggulan, seperti Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Akuntansi, dan Perhotelan. Setiap program keahlian ini dipasarkan melalui website yang menyajikan informasi lengkap tentang tujuan pendidikan, kurikulum, fasilitas pendukung, serta peluang karir setelah lulus. Dengan demikian, website tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkenalkan program-program unggulan yang dimiliki sekolah secara menyeluruh kepada calon siswa dan orang tua. Pihak sekolah juga menyadari pentingnya pembaruan berkala terhadap informasi yang ada, seperti kegiatan ekstrakurikuler dan prestasi siswa, guna menarik perhatian lebih banyak calon peserta didik.

Terkait dengan harga, sekolah telah menetapkan biaya yang jelas untuk setiap layanan yang diberikan, seperti SPP dan biaya asrama. Biaya SPP untuk setiap siswa adalah 500 ribu rupiah per bulan, yang mencakup biaya pendidikan dasar dan administrasi. Sementara itu, biaya tambahan untuk siswa yang tinggal di asrama juga telah ditentukan, mencakup fasilitas tempat tinggal, makan, dan fasilitas pendukung lainnya. Pihak sekolah dengan transparan menyampaikan informasi mengenai biaya ini melalui website, yang memungkinkan orang tua dan calon siswa untuk merencanakan keuangan mereka dengan lebih mudah. Meskipun harga ini sudah ditetapkan, sekolah harus terus mengupayakan agar semua biaya tambahan lainnya, seperti biaya kegiatan ekstrakurikuler dan seragam, juga tercantum jelas di website agar tidak menimbulkan kebingungannya.

Dalam hal tempat, yang dalam konteks pemasaran berbasis website mengacu pada pengelolaan dan pengembangan website sebagai sarana informasi dan media pemasaran, pihak sekolah telah merencanakan dengan baik. Website telah dilengkapi dengan berbagai fitur yang memudahkan pengunjung untuk mengakses informasi mengenai program keahlian, biaya pendidikan, jadwal kegiatan sekolah, serta proses pendaftaran. Desain website yang user-friendly dan responsif, serta pengelolaan website yang melibatkan tenaga ahli, telah memastikan bahwa pengunjung dapat mengakses website dengan mudah di berbagai perangkat, baik itu komputer, tablet, maupun ponsel pintar. Meski demikian, pihak sekolah menyadari perlunya pemeliharaan rutin terhadap server dan pengelolaan website agar tetap berfungsi optimal, terutama saat terdapat lonjakan pengunjung, misalnya pada saat proses PPDB online atau kegiatan besar lainnya. Pengelolaan yang baik dan pemeliharaan website yang konsisten menjadi aspek penting dalam perencanaan tempat ini.

Promosi yang dilakukan melalui website juga telah direncanakan dengan baik, di mana pihak sekolah memanfaatkan website sebagai saluran utama untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas. Salah satu bentuk promosi yang telah direncanakan adalah publikasi brosur elektronik yang dapat diunduh oleh calon peserta didik dan orang tua, serta promosi terkait penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang dilaksanakan secara online. Sekolah juga merencanakan untuk membuat konten-konten menarik lainnya, seperti artikel tentang kegiatan sekolah, testimoni alumni, serta galeri foto kegiatan, yang dapat diakses di halaman utama website. Dengan cara ini, promosi tidak hanya terbatas pada informasi dasar tentang sekolah, tetapi juga mengedepankan aspek emosional dan visual yang dapat memperkuat citra positif sekolah di mata calon siswa dan orang tua. Selain itu, sekolah berencana untuk memanfaatkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube sebagai platform tambahan untuk mendukung promosi yang dilakukan melalui website.

Secara keseluruhan, perencanaan manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha sudah dirancang dengan matang, mencakup setiap elemen pemasaran yang relevan. Pihak sekolah telah memanfaatkan teknologi informasi untuk menciptakan platform pemasaran yang efektif, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Perencanaan ini menjadi langkah awal yang penting untuk mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk pendidikan yang ditawarkan. Namun, untuk tetap relevan dan efektif dalam menjangkau target pasar, pihak sekolah perlu terus memperbarui dan menyempurnakan website, serta menjaga agar seluruh informasi yang diberikan tetap akurat dan up-to-date.

## **2. Pelaksanaan**

Manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha menunjukkan hasil yang baik, meskipun ada beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki, terutama terkait dengan pembaruan konten yang tidak dilakukan secara rutin. Website sekolah sudah dioptimalkan dengan cukup baik untuk menampilkan berbagai informasi terkait program-program pendidikan yang ditawarkan, fasilitas sekolah, serta berbagai kegiatan yang dilakukan oleh siswa dan guru. Hal ini tentunya mempermudah calon siswa dan orang tua untuk mengakses informasi lengkap tentang sekolah secara langsung dari platform digital. Program-program unggulan yang ditampilkan melalui website juga telah diberikan penjelasan yang jelas dan informatif, termasuk kurikulum, keunggulan masing-masing program, serta prospek karir bagi lulusan.

Penggunaan website untuk promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) juga telah berjalan sesuai dengan perencanaan. Sekolah memanfaatkan website sebagai sarana utama untuk memberikan informasi mengenai tahapan pendaftaran, syarat-syarat pendaftaran, serta prosedur yang perlu diikuti calon peserta didik baru. Selain itu, fitur pendaftaran online yang tersedia juga memudahkan orang tua dan siswa untuk mendaftar tanpa harus datang langsung ke sekolah, yang tentunya menjadi daya tarik tersendiri di era digital ini. Meskipun demikian, perlu ada pembaruan dan pengelolaan konten yang lebih rutin, seperti update berita terkini mengenai kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan testimoni alumni, agar website tetap terlihat dinamis dan menarik bagi pengunjung. Pembaruan konten yang tidak rutin bisa menjadi kendala dalam menjaga keberlanjutan efektivitas pemasaran berbasis website ini, karena bisa menurunkan minat pengunjung untuk kembali mengakses website.

## **3. Evaluasi**

Evaluasi terhadap manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha menunjukkan beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan pemasaran digital sekolah. Salah satu kekurangan utama adalah kurangnya pembaruan rutin pada konten berita dan kegiatan sekolah. Konten yang tidak diperbarui secara berkala membuat website terkesan statis dan

dapat mengurangi daya tarik bagi pengunjung, baik itu calon siswa, orang tua, maupun masyarakat umum. Pembaruan yang teratur sangat penting untuk memastikan bahwa pengunjung tetap mendapatkan informasi terkini mengenai prestasi siswa, kegiatan sekolah, dan pengumuman penting lainnya.

Selain itu, evaluasi juga mengungkapkan bahwa anggaran yang tersedia saat ini belum mencakup pengembangan website dalam jangka panjang. Padahal, untuk memastikan website tetap relevan dan dapat berfungsi dengan maksimal, diperlukan alokasi anggaran yang memadai untuk pengembangan dan pemeliharaan website secara berkala. Anggaran yang terbatas bisa menjadi kendala dalam menghadirkan fitur-fitur baru yang diperlukan untuk meningkatkan interaktivitas pengguna dan memperbaiki tampilan website agar lebih menarik.

Kelemahan lain yang ditemukan adalah terbatasnya fitur website dan desain yang kurang menarik. Fitur-fitur yang ada di website saat ini belum sepenuhnya mendukung berbagai kebutuhan pengguna, seperti integrasi dengan media sosial, sistem manajemen konten yang lebih efisien, serta tampilan yang lebih modern dan user-friendly. Desain website yang kurang menarik juga dapat mempengaruhi pengalaman pengunjung, yang pada akhirnya bisa menurunkan efektivitas website sebagai media pemasaran dan informasi. Untuk itu, penting bagi pihak sekolah untuk memperbarui desain dan menambah fitur-fitur yang relevan, agar website dapat lebih menarik dan fungsional bagi semua pengunjung.

#### **4. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung dalam keberhasilan manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha melibatkan beberapa elemen yang sangat penting. Salah satunya adalah kesadaran yang tinggi dari pihak sekolah mengenai pentingnya website sebagai alat pemasaran dan sarana informasi. Pihak sekolah menyadari bahwa di era digital ini, keberadaan website yang efektif dapat menjadi daya tarik utama bagi calon siswa dan orang tua dalam memilih sekolah. Dengan adanya kesadaran tersebut, pihak sekolah lebih berfokus pada pengelolaan dan pengembangan website yang bisa menampilkan informasi penting secara transparan dan akurat.

Dukungan aktif dari kepala sekolah juga merupakan faktor kunci dalam keberhasilan ini. Kepala sekolah berperan penting dalam memberikan arahan dan motivasi kepada seluruh staf serta memastikan bahwa manajemen pemasaran berbasis website berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kepemimpinan yang baik dari kepala sekolah akan mempermudah koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan website, mulai dari tim IT hingga pengelola konten.

Sarana dan prasarana yang memadai juga menjadi salah satu faktor pendukung penting. SMK Unggul Terpadu Anak Tuha telah mempersiapkan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung operasional website, termasuk infrastruktur teknologi yang cukup kuat dan dapat mendukung aktivitas online sekolah. Adanya dukungan fasilitas yang baik memastikan bahwa website dapat dikelola dengan lancar dan dapat diakses dengan mudah oleh para pengunjung.

Selain itu, anggaran yang telah dipersiapkan juga berperan besar dalam keberhasilan manajemen pemasaran berbasis website. Pihak sekolah telah menetapkan anggaran yang cukup untuk memfasilitasi pengelolaan website, termasuk untuk pemeliharaan rutin dan pengembangan fitur-fitur baru. Dengan adanya anggaran yang cukup, sekolah dapat memastikan bahwa website tetap terupdate dan memiliki kualitas yang baik. Faktor-faktor pendukung ini, jika dikelola dengan baik, dapat memperkuat efektivitas website dalam mempromosikan sekolah dan menarik minat calon peserta didik.

#### **5. Faktor Penghambat**

Faktor penghambat dalam manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha meliputi beberapa kendala yang cukup mempengaruhi efektivitas operasional website sekolah. Salah satu faktor utama adalah keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan website. Saat ini, jumlah tenaga ahli yang mengelola website sekolah masih terbatas, sehingga pengelolaan dan pembaruan konten sering kali terhambat. Hal ini berdampak pada kurangnya update informasi yang ada di website, serta memperlambat respons terhadap perubahan atau kebutuhan baru yang perlu disampaikan melalui platform online tersebut.

Selain itu, publikasi konten yang belum rutin juga menjadi hambatan yang signifikan. Meskipun sekolah sudah mempersiapkan berbagai informasi penting yang akan ditampilkan di website, namun proses publikasi yang tidak konsisten menyebabkan informasi yang ada di website menjadi kurang aktual. Ini menjadi masalah karena para calon peserta didik dan orang tua lebih cenderung mencari informasi yang terbaru dan relevan. Jika pembaruan konten dilakukan secara tidak teratur, maka website sekolah bisa kehilangan kredibilitas sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

Masalah teknis juga turut menjadi faktor penghambat, terutama terkait dengan server yang sering bermasalah saat proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) online. Selama proses PPDB, website sekolah harus mampu menangani traffic yang cukup tinggi, namun seringkali server mengalami kendala yang menyebabkan website sulit diakses atau bahkan down. Hal ini tentu berdampak negatif pada kepercayaan masyarakat terhadap website sebagai sarana informasi dan pendaftaran, yang seharusnya bisa berjalan lancar dan efisien. Oleh karena itu, masalah teknis terkait server ini perlu segera ditangani agar tidak mengganggu operasional website, terutama di momen-momen penting seperti saat penerimaan siswa baru.

## **Pembahasan**

Pembahasan ini bertujuan untuk memaknai hasil yang diperoleh dari penelitian ini sesuai dengan teori yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya. Berdasarkan hasil yang telah dijelaskan, beberapa hal yang dapat dibahas lebih lanjut adalah sebagai berikut:

### **1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Berbasis Website**

Perencanaan yang dilakukan oleh SMK Unggul Terpadu Anak Tuha dalam mengelola manajemen pemasaran berbasis website sudah cukup baik, dengan mencakup seluruh elemen penting dalam pemasaran seperti produk, harga, tempat, dan promosi. Hal ini selaras dengan teori manajemen pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), yang menyatakan bahwa sebuah perencanaan pemasaran yang efektif harus mengintegrasikan keempat elemen tersebut untuk dapat bersaing dengan baik di pasar yang semakin kompetitif. Website sekolah telah dirancang untuk menampilkan berbagai program keahlian yang dimiliki, memberikan gambaran yang jelas kepada calon peserta didik dan orang tua mengenai pilihan pendidikan yang tersedia di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha. Ini memberikan kemudahan bagi mereka untuk mendapatkan informasi yang lengkap dan memadai, yang pada akhirnya akan membantu mereka dalam mengambil keputusan mengenai pendidikan yang akan diambil.

Selain itu, perencanaan harga yang telah dilakukan oleh sekolah juga cukup matang, dengan jelas menyampaikan biaya yang diperlukan, seperti SPP dan biaya asrama, yang ditampilkan secara transparan di website. Hal ini memudahkan orang tua dan siswa untuk mengetahui biaya yang harus dikeluarkan, sehingga dapat membuat perencanaan keuangan yang lebih baik. Menurut Kotler (2016), informasi harga yang jelas dan transparan dapat meningkatkan rasa percaya calon konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pendaftaran atau membeli produk yang ditawarkan. Dengan adanya informasi harga yang

lengkap dan mudah diakses melalui website, SMK Unggul Terpadu Anak Tuha mempermudah calon siswa dan orang tua dalam melakukan perbandingan biaya dan memilih sekolah yang sesuai dengan anggaran mereka.

Dari sisi tempat, perencanaan SMK Unggul Terpadu Anak Tuha sudah cukup baik dalam hal pengelolaan dan pengembangan website. Website yang digunakan sebagai sarana informasi dan media pemasaran telah dioptimalkan untuk memberikan kemudahan akses bagi pengunjung. Di sini, sekolah tidak hanya menampilkan informasi terkait kegiatan dan program keahlian, tetapi juga memberikan fasilitas bagi calon peserta didik untuk melakukan pendaftaran secara online melalui sistem PPDB yang tersedia di website. Penggunaan website sebagai media pemasaran ini sejalan dengan perkembangan teknologi digital yang semakin berkembang, di mana masyarakat semakin bergantung pada informasi yang dapat diakses secara cepat dan mudah melalui internet.

Dalam hal promosi, SMK Unggul Terpadu Anak Tuha telah melakukan perencanaan yang baik dengan menampilkan brosur sekolah dan informasi PPDB online melalui website. Promosi melalui website ini memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk orang tua dan siswa yang berada di luar daerah. Promosi yang dilakukan tidak hanya sebatas pada pendaftaran siswa baru, namun juga mencakup informasi tentang keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh sekolah, seperti program keahlian unggulan, fasilitas pendukung, dan prestasi-prestasi yang telah dicapai. Ini penting untuk memberikan gambaran yang lengkap dan menarik bagi calon peserta didik dan orang tua.

Meskipun demikian, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki dalam perencanaan pemasaran berbasis website ini, seperti pembaruan konten yang tidak dilakukan secara rutin. Pembaruan informasi yang lebih sering dapat meningkatkan kepercayaan pengunjung terhadap website dan memastikan bahwa informasi yang ada selalu relevan dan terkini. Pengelolaan website yang lebih intensif juga dapat memperbaiki beberapa kekurangan yang ada, seperti keterbatasan fitur-fitur di website dan desain yang perlu diperbaharui agar lebih menarik dan interaktif.

Secara keseluruhan, perencanaan pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha sudah cukup baik dan sesuai dengan teori pemasaran yang ada, namun perlu adanya peningkatan dalam beberapa aspek untuk meningkatkan efektivitas dan daya saing sekolah di pasar pendidikan.

## **2. Pelaksanaan Pemasaran Berbasis Website**

Pelaksanaan manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha menunjukkan hasil yang cukup baik, karena website telah digunakan secara efektif sebagai sarana informasi dan promosi. Website ini berhasil menampilkan berbagai program keahlian, fasilitas sekolah, serta kegiatan yang dilaksanakan, yang memudahkan calon siswa dan orang tua dalam memperoleh informasi terkait pendidikan di sekolah tersebut. Selain itu, penggunaan website untuk promosi PPDB online sudah berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun. Dengan demikian, website dapat berfungsi sebagai alat yang efektif dalam menarik perhatian calon siswa dan meningkatkan visibilitas sekolah di dunia maya.

Namun demikian, terdapat kekurangan dalam hal pembaruan konten yang tidak dilakukan secara rutin. Pembaruan konten yang jarang dilakukan mengurangi efektivitas website dalam menarik perhatian pengunjung, khususnya calon siswa yang mencari informasi terbaru mengenai kegiatan dan program sekolah. Hal ini sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh Sharma (2015), yang menyatakan bahwa website sekolah yang jarang diperbarui cenderung kehilangan daya tariknya bagi pengunjung. Jika konten tidak diperbarui secara berkala, maka website akan terasa statis dan tidak relevan, yang pada

gilirannya dapat mengurangi minat calon siswa dan orang tua untuk terus mengikuti perkembangan informasi tentang sekolah tersebut.

Konsistensi dalam memperbarui konten berita dan kegiatan sekolah menjadi faktor penting yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas website dalam menarik perhatian dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens. Pembaruan konten yang rutin akan membantu menjaga relevansi website dan memberikan informasi terbaru kepada calon siswa dan orang tua. Selain itu, pembaruan yang lebih teratur juga dapat menciptakan kesan bahwa sekolah selalu aktif dan berkembang, yang dapat meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat.

Dalam hal ini, pihak sekolah perlu menetapkan jadwal pembaruan konten secara berkala dan melibatkan tim yang bertanggung jawab untuk memastikan website selalu terisi dengan informasi terbaru. Dengan adanya pembaruan yang rutin, website SMK Unggul Terpadu Anak Tuha dapat lebih efektif dalam menjalankan fungsinya sebagai sarana informasi dan promosi yang mampu menarik perhatian calon siswa serta meningkatkan daya saing sekolah di dunia pendidikan.

Website memerlukan anggaran yang terpisah dan dikelola dengan baik untuk pengembangan fitur dan pemeliharaan server, sehingga dapat beroperasi secara optimal. Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Anderson dan Schilling (2013), yang menunjukkan pentingnya anggaran berkelanjutan untuk pengelolaan website dalam jangka panjang, terutama untuk pengembangan fitur-fitur baru yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna.

### **3. Faktor Pendukung dan Penghambat**

Faktor pendukung utama yang mempengaruhi kesuksesan manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha adalah kesadaran pihak sekolah akan pentingnya teknologi informasi dalam mendukung keberlanjutan dan pengelolaan sekolah, serta peran aktif kepala sekolah dalam memberikan dukungan penuh terhadap pengelolaan website. Kesadaran ini muncul karena pihak sekolah menyadari bahwa di era digital, keberadaan website sekolah sebagai sarana informasi dan promosi sangat krusial untuk menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Website bukan hanya berfungsi sebagai wadah untuk menyebarkan informasi terkait program pendidikan dan fasilitas yang ada, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas sekolah dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif. Dukungan aktif dari kepala sekolah juga sangat berperan dalam kesuksesan ini, karena tanpa adanya komitmen dan perhatian dari pimpinan, pengelolaan website bisa terhambat atau terlupakan. Kepala sekolah yang memahami pentingnya pemasaran berbasis website biasanya akan memfasilitasi kebutuhan sumber daya yang diperlukan, baik dalam hal anggaran, SDM, maupun teknologi, untuk memastikan website selalu diperbarui dan tetap relevan dengan perkembangan terkini.

Selain itu, sarana dan prasarana yang cukup, serta anggaran yang telah dipersiapkan untuk pengelolaan website, menjadi faktor pendukung lainnya. Dengan adanya fasilitas yang memadai, seperti perangkat keras dan perangkat lunak yang mendukung pengelolaan website, pihak sekolah dapat memastikan bahwa website dapat berjalan dengan lancar dan optimal. Anggaran yang disediakan juga memberikan keleluasaan bagi sekolah untuk melakukan perbaikan, pembaruan konten, serta pengembangan fitur yang dapat meningkatkan kualitas website dari waktu ke waktu. Kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan website ini memungkinkan pihak sekolah untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh website sebagai alat pemasaran yang efektif.

Namun, meskipun faktor pendukung cukup kuat, beberapa faktor penghambat juga ditemukan dalam pelaksanaan manajemen pemasaran berbasis website ini. Salah satu faktor penghambat utama adalah terbatasnya jumlah tenaga pengelola website yang terlatih dan

dapat secara rutin melakukan pembaruan dan perawatan teknis. Pengelolaan website yang efektif memerlukan tenaga ahli yang tidak hanya dapat mengupdate konten secara teratur, tetapi juga dapat menangani permasalahan teknis yang muncul, seperti perbaikan server, pengelolaan database, serta peningkatan fitur-fitur website. Tanpa adanya tenaga pengelola yang memadai, website sekolah cenderung terabaikan, yang pada gilirannya dapat mengurangi efektivitasnya dalam menarik perhatian pengunjung dan calon siswa.

Hal ini sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh Tan et al. (2019), yang menunjukkan bahwa kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang terlatih dalam pengelolaan website menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan dan pemeliharaan website yang efektif. Jika SDM yang bertugas untuk mengelola website tidak cukup jumlahnya atau tidak memiliki keterampilan yang memadai, pembaruan konten dan perawatan teknis website bisa terhambat. Akibatnya, website menjadi tidak up-to-date, fitur-fitur yang ditawarkan menjadi terbatas, dan desainnya pun bisa terasa ketinggalan zaman, yang tentu saja berdampak pada citra sekolah. Oleh karena itu, salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah dengan menambah jumlah tenaga pengelola yang terlatih atau bahkan melibatkan tenaga ahli yang dapat memberikan pelatihan dan memastikan pengelolaan website berjalan dengan lancar.

Selain itu, pihak sekolah juga bisa mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan pihak ketiga yang memiliki keahlian dalam pengelolaan website sekolah, sehingga masalah terbatasnya SDM internal dapat diatasi. Dengan demikian, kendala terkait pengelolaan website dapat diminimalkan dan website sekolah dapat terus berkembang serta memberikan dampak positif bagi pemasaran dan informasi sekolah.

#### **4. Solusi dan Rekomendasi**

Berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, beberapa rekomendasi penting dapat diberikan untuk memperbaiki dan mengoptimalkan manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah penambahan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlatih dan berkompeten untuk mengelola website dan memperbarui konten secara rutin. Hal ini penting karena website yang tidak diperbarui secara teratur dapat kehilangan daya tariknya, seperti yang tercermin dalam temuan bahwa publikasi konten yang kurang rutin menjadi salah satu faktor yang menghambat efektivitas website. Dengan menambah SDM yang terlatih, baik dari kalangan internal sekolah ataupun dengan melibatkan tenaga ahli eksternal, pengelolaan dan pembaruan konten website dapat dilakukan dengan lebih maksimal. SDM yang terlatih tidak hanya bisa menjaga kelancaran operasional website, tetapi juga dapat meningkatkan kualitas konten yang disajikan, sehingga website tetap relevan dengan kebutuhan informasi yang dicari oleh calon siswa dan orang tua.

Selain itu, peningkatan anggaran untuk pengembangan dan pemeliharaan website juga merupakan langkah yang sangat diperlukan. Anggaran yang memadai akan memungkinkan sekolah untuk melakukan berbagai pembaruan teknis, perbaikan fitur, serta peningkatan kualitas tampilan dan fungsionalitas website. Mengingat pentingnya website sebagai media pemasaran dan informasi yang dapat memberikan gambaran tentang sekolah kepada calon peserta didik dan orang tua, anggaran yang cukup akan mendukung berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan dan pemeliharaan website secara berkelanjutan. Pengembangan website juga harus selalu mengikuti perkembangan teknologi agar website sekolah tetap kompetitif dan dapat berfungsi dengan optimal. Dengan adanya anggaran yang lebih besar, pihak sekolah bisa mengalokasikan dana untuk riset dan pengembangan fitur-fitur baru, memperbaiki tampilan desain, serta memastikan server dan teknologi pendukung lainnya dalam kondisi yang terbaik.

Peningkatan fitur di website juga menjadi rekomendasi yang sangat penting untuk menarik minat pengunjung. Saat ini, pengunjung website tidak hanya membutuhkan informasi dasar tentang sekolah seperti program keahlian dan biaya pendidikan, tetapi juga mencari informasi yang lebih menarik dan personal. Menambahkan fitur-fitur menarik, seperti testimoni alumni, cerita inspiratif, dan video kegiatan sekolah, dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi calon siswa dan orang tua. Testimoni alumni yang membagikan pengalaman mereka selama belajar di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha dapat memberikan gambaran yang lebih nyata tentang kehidupan di sekolah, serta memotivasi calon peserta didik untuk memilih sekolah ini sebagai tempat menempuh pendidikan. Selain itu, cerita inspiratif tentang prestasi siswa, kegiatan ekstrakurikuler, dan pencapaian sekolah dalam berbagai bidang juga bisa menjadi daya tarik tersendiri. Fitur-fitur semacam ini tidak hanya memperkaya konten website, tetapi juga memberikan kesan positif dan membangun citra sekolah yang lebih baik di mata masyarakat.

Selanjutnya, melakukan pemeliharaan server secara rutin menjadi hal yang tidak kalah penting dalam memastikan keberlanjutan fungsi website. Pemeliharaan server ini sangat krusial terutama selama proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) online, yang sering kali melibatkan akses dari banyak pengguna secara bersamaan. Masalah teknis, seperti server yang eror atau lambat, dapat mengganggu proses pendaftaran dan menurunkan kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu memiliki jadwal pemeliharaan server yang teratur dan melakukan pengecekan sistem untuk memastikan bahwa website dapat berfungsi dengan optimal kapan saja. Mengingat tingginya lalu lintas pengunjung saat PPDB berlangsung, memastikan server selalu siap dan dapat handle lonjakan pengunjung adalah langkah yang sangat penting. Sekolah juga bisa mempertimbangkan untuk bekerja sama dengan penyedia layanan hosting atau teknologi yang memiliki reputasi baik dalam menyediakan dukungan teknis dan pemeliharaan server.

Dalam jangka panjang, rekomendasi lain yang perlu dipertimbangkan adalah pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih holistik. Website hanya salah satu saluran pemasaran yang bisa dimanfaatkan oleh sekolah. Oleh karena itu, SMK Unggul Terpadu Anak Tuha perlu mengeksplorasi penggunaan platform lain seperti media sosial, video marketing, dan email marketing untuk menarik lebih banyak calon siswa. Mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi dan pemasaran ini akan membantu menciptakan brand awareness yang lebih luas dan efektif. Hal ini juga dapat meningkatkan interaksi dengan calon siswa dan orang tua, serta memperkuat keberadaan online sekolah di mata masyarakat.

Selain itu, perlu ada evaluasi berkala terhadap website, baik dari segi teknis, konten, maupun fungsionalitasnya. Evaluasi ini penting untuk mengetahui apakah website sudah memenuhi kebutuhan pengunjung dan apakah ada area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Pihak sekolah bisa melibatkan pihak ketiga yang memiliki keahlian dalam bidang web analytics untuk melakukan analisis performa website secara menyeluruh. Dari hasil evaluasi ini, pihak sekolah dapat membuat keputusan yang lebih tepat mengenai pengembangan website ke depannya, serta menentukan fitur-fitur baru atau konten yang perlu ditambahkan.

Dengan memperhatikan rekomendasi-rekomendasi tersebut, SMK Unggul Terpadu Anak Tuha dapat memaksimalkan potensi website sebagai media pemasaran dan informasi yang efektif. Pengelolaan website yang lebih profesional dan terstruktur akan meningkatkan daya tarik sekolah bagi calon siswa dan orang tua, serta memperkenalkan berbagai program pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah dengan lebih baik. Dengan demikian, website akan menjadi salah satu alat yang sangat efektif dalam memperkuat posisi SMK Unggul Terpadu Anak Tuha di pasar pendidikan yang semakin kompetitif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran berbasis website di SMK Unggul Terpadu Anak Tuha sudah diterapkan dengan baik, namun masih terdapat beberapa area yang perlu diperbaiki. Perencanaan yang mencakup empat elemen penting—produk, harga, tempat, dan promosi—telah diterapkan secara efektif. Website sekolah telah digunakan dengan baik sebagai sarana untuk mempublikasikan informasi terkait program keahlian, biaya pendidikan, dan kegiatan sekolah. Namun, pembaruan konten yang tidak rutin dan kurangnya anggaran untuk pengembangan jangka panjang menjadi kendala utama dalam mengoptimalkan potensi website. Selain itu, faktor pendukung yang kuat, seperti kesadaran pihak sekolah dan dukungan kepala sekolah, menjadi pilar keberhasilan, sementara keterbatasan SDM dan masalah teknis terkait server dan publikasi menjadi faktor penghambat yang harus segera diatasi.

Prospek pengembangan website SMK Unggul Terpadu Anak Tuha sangat besar. Dengan menambah SDM terlatih, memperbaiki pembaruan konten, dan meningkatkan anggaran untuk pengembangan teknis, website sekolah dapat lebih optimal dalam mendukung kegiatan pemasaran dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada calon siswa. Untuk aplikasi penelitian selanjutnya, pengelolaan website dan analisis kinerja website dapat menjadi topik yang lebih mendalam, di mana evaluasi berkala dan penggunaan teknologi terbaru dalam pengelolaan website dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan efektivitas website sebagai alat pemasaran. Dengan perbaikan dan pengembangan yang berkelanjutan, website SMK Unggul Terpadu Anak Tuha berpotensi menjadi media pemasaran yang sangat efektif dalam menarik minat calon peserta didik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. Z., Subandi, S., Romlah, R., & Maulidin, S. (2024). MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DI PONDOK PESANTREN DARUL FALAH BATU PUTUK BANDAR LAMPUNG. *As-Salam: Jurnal Studi Hukum Islam & Pendidikan*, 13(02), 280-294. <https://doi.org/10.51226/assalam.v13i02.734>
- Arfanaldy, S. R., Aziza, I. F., Kur'ani, N., Judijanto, L., Mutiaraningrum, I., Husain, H., ... & Ohorella, N. R. (2024). *Menghadapi Tantangan Pengajaran: Solusi Inovatif untuk Permasalahan Klasik di Ruang Kelas*. Yayasan Literasi Sains Indonesia.
- Astuti, Y. T., Diana, N., Hadiati, E., & Maulidin, S. (2024). Manajemen Humas dalam Membangun Citra Sekolah: Studi Multikasus di SD Muhammadiyah Pringsewu dan SD IT Cahaya Madani Pringsewu. *DIMAR: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1), 12-26. <https://doi.org/10.58577/dimar.v6i1.246>
- Faqih, A. S., & Wahyudi, A. D. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus: Matchmaker). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2).
- Fajri, N. S., & Wiyani, N. A. (2019). Manajemen Marketing Sekolah Berbasis Information and Communication Technology. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 107-118.
- Fahmi, A., & Windasari, W. (2022). Peran Website Sebagai Sarana Branding Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(2), 330-340.
- Hadi, A. P., & Rokhman, F. A. (2020). Implementasi Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Pondok Pesantren Putra-Putri Addainuriyah 2 Semarang. *Pixel: Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(1), 39-49.
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan website sekolah sebagai strategi digital marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), 111-133.

- JANAH, S. W., NIKMAH, S. S. ., BARIYAH, Z., MAULIDIN, S. ., NAWAWI, M. L. ., & JAZULI, S. . (2025). STRATEGI ORANG TUA DALAM MENANAMKAN KESADARAN IBADAH SHOLAT PADA ANAK USIA DINI: STUDI KASUS DI KAMPUNG SRIKATON KECAMATAN ANAK TUHA. *EDUKIDS : Jurnal Inovasi Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 56-68. <https://doi.org/10.51878/edukids.v4i2.4188>
- JANAH, S. W., & MAULIDIN, S. . (2025). STRATEGI SEKOLAH DALAM MEMBENTUK KARAKTER RELIGIUS PADA ANAK USIA DINI: STUDI DI PAUD LASKAR PELANGI SRIKATON. *EDUKIDS : Jurnal Inovasi Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 69-79. <https://doi.org/10.51878/edukids.v4i2.4201>
- JANAH, A. M., HIDAYATI, A. U., & MAULIDIN, S. (2024). PENGARUH PEMAHAMAN MODERASI BERAGAMA TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP TOLERANSI SISWA SMK WALISONGO SEMARANG. *VOCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan*, 4(2), 42-50. <https://doi.org/10.51878/vocational.v4i2.4133>
- Kristiyanti, M., & Rahmasari, L. (2015). Website sebagai media pemasaran produk-produk unggulan umkm di Kota Semarang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 186-196.
- Kurniawan, W., Maulidin, S., & Rohman, M. (2024). Implementasi Manajemen Pendidikan Berbasis Total Quality Manajemen. *Cakrawala Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 8(1), 36–53. <https://doi.org/10.33507/cakrawala.v8i1.1924>
- Maslan, A., Elisa, E., & Raymond, R. (2019). Pembuatan Media Promosi Berbasis Web, Sistem Administrasi, dan Manajemen Pemasaran pada Mitra Kelompok Usaha Bersama (KUB) Nelayan di Kelurahan Pulau Temoyong, Batam. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(4), 491-500.
- Maulidin, S., Munip, A., & Nawawi, M. L. (2024). Peran Guru Pendidikan Agama Islam dalam Pembentukan Akhlak Siswa di SMA Al Irsyad Kota Tegal. *DIMAR: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(02), 157-167. <https://doi.org/10.58577/dimar.v5i02.299>
- Maulidin, S., & Siregar, D. J. D. S. (2024). Analisis Manajemen Pendidikan Karakter di Pondok Pesantren: Studi di Pondok Pesantren Bustanul ‘Ulum Lampung Tengah. *Bustanul Ulum Journal of Islamic Education*, 2(2), 136-155. <https://doi.org/10.62448/bujie.v2i2.117>
- Maulidin, S., Rohman, M., Nawawi, M. L., & Andrianto, D. (2024). Quality Management in Improving Competitiveness in the Digital Era at Madrasa. *Journal of Advanced Islamic Educational Management*, 4(1), 57-70. <http://dx.doi.org/10.24042/jaiem.v4i1.22594>
- Maulidin, S., & Supriadi, Eti Hadiati, N. (2024). PENGARUH KINERJA KEPALA MADRASAH DAN KINERJA GURU TERHADAP MUTU LULUSAN SISWA MADRASAH ALIYAH DI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH. *Raudhah Proud To Be Professionals: Jurnal Tarbiyah Islamiyah*, 9(1), 84–99. <https://doi.org/10.48094/raudhah.v9i1.604>
- Maulidin, S., & Jamil, M. A. (2024). PENGARUH MENGHAFAL AL-QUR’AN TERHADAP PENINGKATAN ASPEK KOGNITIF (Studi Kasus SMA Bustanul Ulum Jayasakti Anak tuha Lampung Tengah). *Al-Bustan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 128-140. <https://doi.org/10.62448/ajpi.v1i2.79>
- MAULIDIN, S. ., PRAMANA, A., & MUNIR, M. (2024). KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN BUDAYA RELIGIUS: STUDI DI SMK AL HIKMAH KALIREJO. *VOCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan*, 4(2), 86-95. <https://doi.org/10.51878/vocational.v4i2.4187>
- Maulidin, S. (2024). Pendidikan Kemandirian Di Pondok Pesantren:(Studi Mengenai Realitas
- Copyright (c) 2024 VOCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan



- Kemandirian Santri di Pondok Pesantren Darul Falah Bandar Lampung). *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 126-138. <https://doi.org/10.58561/jkpi.v3i2.128>
- MAULIDIN, S. . (2025). PERAN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM MEMBUDAYAKAN SHALAT DHUHA BERJAMAAH: STUDI DI RA BUSTANUL ULUM JAYASAKTI. *EDUKIDS : Jurnal Inovasi Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 80-90. <https://doi.org/10.51878/edukids.v4i2.4202>
- MU'AMALAH, H. ., MAULIDIN, S. ., & APRIAWAN, A. . (2024). PERAN GURU PAI DALAM PENGUATAN MODERASI BERAGAMA STUDI DI SMA N 1 ANAK TUHA. *TEACHER : Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 4(2), 67-77. <https://doi.org/10.51878/teacher.v4i2.4189>
- MUKHAFIDOH, N. ., MU'AMALAH, H. ., & MAULIDIN, S. . (2025). IMPLEMENTASI METODE TALAQQI DAN TAKRIR PADA MATA PELAJARAN AL-QUR'AN DAN HADITS: STUDI DI MTS TRI BAKTI AL IKHLAS ANAK TUHA. *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik*, 4(4), 161-168. <https://doi.org/10.51878/academia.v4i4.4134>
- NAWAWI, M. L. ., FATONI, A., JAZULI, S. ., & MAULIDIN, S. . (2024). PENDIDIKAN KARAKTER REMAJA MENURUT SYAIKH MUSTHAFA AL-GHALAYAINI DALAM KITAB IZHATUN NASYI'IN. *TEACHER : Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 4(2), 78-90. <https://doi.org/10.51878/teacher.v4i2.4198>
- Ningsih, N. A., Fauzi, A., Pratama, R. A., Anwar, M. C., & Mardika, B. D. (2023). Peranan Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk Butiq Agaish. id. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(4), 260-271.
- NOVIAR, Y. ., MAULIDIN, S. ., & ARKANUDIN, A. (2024). PERAN GURU DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR ANAK YATIM: STUDI DI YAYASAN AL-NIKMAH BARIKAH JANAH JAKARTA SELATAN . *TEACHER : Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 4(2), 91-102. <https://doi.org/10.51878/teacher.v4i2.4199>
- Prasetyo, A., Rahmawati, L. S., Maknunah, J., & Safitri, L. M. (2023). Sistem Informasi Pemasaran Perumahan Green Pakis Regency Berbasis Web. *Jurnal Informatika dan Teknologi Pendidikan*, 3(1), 29-39.
- PRAYITNO, P., MAULIDIN, S. ., & AL-FAIZI, M. (2024). PEMBINAAN AHLAK DALAM MENGATASI KENAKALAN SISWA STUDI DI SMK MAARIF 1 SENDANG AGUNG . *VOCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan* , 4(2), 75-85. <https://doi.org/10.51878/vocational.v4i2.4186>
- Rofiki, M., Rahmah, A., & Rohmah, N. (2024). Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal: Upaya Peningkatan Kuantitas Santri di Era 4.0. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(6), 7629-7639.
- Salam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 1(2), 198-207.
- SYARIF, M. (2024). *PENGARUH KINERJA KEPALA MADRASAH DAN KINERJA GURU TERHADAP MUTU LULUSAN DI MADRASAH ALIYAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Syarif Maulidin, M. Isla Maulana, & Ulin Nuha. (2025). KONSEP PENDIDIKAN KARAKTER DALAM KITAB SYAJAROTUL MA'ARIF WAL AHWAL KARYA SYEKH AL IZZ BIN ABDOUSSALAM. *Crossroad Research Journal*, 2(1), 36–51. <https://doi.org/10.61402/crj.v2i1.239>
- Syarif Maulidin, & Siti Wardatul Janah. (2025). Pengaruh kemampuan membaca al-Qur'an terhadap psikomotorik peserta didik pada mata pelajaran al-Qur'an hadis (studi di

**VOCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan**

**Vol. 4 No. 2 Juli 2024**

**P-ISSN : 2775-0019**

**E-ISSN : 2774-6283**

<https://jurnalp4i.com/index.php/vocational/index>

MTs Miftahul 'Ulum Kotabaru). *Crossroad Research Journal*, 2(1), 22–35.

<https://doi.org/10.61402/crj.v2i1.236>

