

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN UNIT USAHA
DHARMA WANITA DALAM MENINGKATKAN SUMBER
DAYA PENDIDIKAN DI MAN MODEL 1 PLUS
KETERAMPILAN MANADO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Meraih Gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Oleh

Tesi Triutami Mamangkay

Nim. 18.2.4.043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO
1445 H/2023 M**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Manajemen Pemasaran Unti Usaha Dharma Wanita Dalam Meningkatkan Sumber Daya Pendidikan Di Man Model 1 Plus Keterampilan Manado” yang di susun oleh Tesi Triutami Mamangkay, NIM: 1824043, mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) pada Fakultas dan Ilmu Keguruan (FTIK) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, telah diperbaiki sesuai dengan koreksi atau masukan dari tim penguji skripsi dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada Jumat, 25 Agustus 2023 M, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan (S.Pd) dengan beberapa perbaikan.

Manado, 14 September 2023 M
28 Safar 1445 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. H. Rusman Langke, M.Pd



Sekretaris : Abrari Ilham, M.Pd



Munaqasyi : Dr. Ardianto Tola, M.Pd



Munaqasyi : Abdul Muis Daeng Pawero, M.Pd



Pembimbing 1 : Dr. H. Rusman Langke, M.Pd



Pembimbing 2 : Abrari Ilham, M.Pd



Diketahui Oleh:
Dekan Fakultas Tarbiyah
dan Ilmu Keguruan IAIN Manado



Dr. Arhanuddin, M.Pd.I
NIP.198301162011011003

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Tesi Triutami Mamangkay
NIM : 1824043
Tempat Tanggal/Lahir : Buyandi, 22 Desember 2000
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Alamat : Desa Buyandi, Kec Modayag, Kab Boltim.
Judul : Strategi Manajemen Pemasaran Unit Usaha Dharma
Wanita Dalam Meningkatkan Sumber Daya
Pendidikan Di MAN Model 1 Plus Keterampilan
Manado

Dengan ini bersungguh-sungguh dan penuh kesadaran menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau hasil karya tulis sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikasi, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain maka skripsi dan gelar diperoleh karenanya batal demi hukum.

Manado, 10 April 2023

Penulis



Tesi Triutami Mamangkay

NIM. 1824043

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT. Karena berkat rahmat hidayah serta izin-Nyalah sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Pendidikan pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Manado. Tak lupa pula shalawat serta salam kita curahkan kepada junjungan kita Nabi Agung serta Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kebodohan menuju zaman yang penuh akan ilmu pengetahuan seperti sekarang.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini yang berjudul Strategi Manajemen Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita Di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado. Tidak terlepas dari bimbingan, kerja keras, doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih sebesar – besarnya terlebih kepada:

Kedua orang tua peneliti, Papa Hamdi Mamangkay dan Mama Masni Mamonto karena berkat doa, kasih sayang, serta dukungan kedua-nya lah peneliti bisa sampai di tahap sekarang.

Penulis juga menyampaikan terima kasih banyak kepada orang yang penulis hormati, yaitu Bapak Dr. H. Rusman Langke, M.Pd selaku pembimbing pertama dan Bapak Abrari Ilham, M.Pd selaku pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan, motivasi, kritik serta saran dan pengarahan terbaik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Tak lupa pula ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada yang terhormat:

1. Dr. Ahmad Rajafi, M, HI. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
2. Dr. Edi Gunawan, M.HI selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga.

3. Dr. Salma M,HI selaku Wakil Rektor II Bidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
4. Dr. Mastang A, Baba, M.Ag selaku Wakil Rektor III Bidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
5. Dr. Arhanuddin, M, Pd. selaku dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
6. Dr.Adri Lundeto,M,Pd.I selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
7. Dr. Dra Nurhayati, M,Pd.I selaku Wakil Dekan II Bidang Akademik dan Administrasi dan Keuangan, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
8. Dr.Drs. Ishak Talibo, M,pd.I selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
9. Abdul Muis Daeng Pawero, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan Sekertaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam (IAIN) Manado.
10. Drs. Kusnan, M.Pd selaku Mantan Kaprodi Manajemen Pendidikan Islam.
11. Seluruh Staf Tenaga Pendidik dan Kependidikan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Institut Agama Islam (IAIN) Manado. Yang telah banyak membantu penulis dalam berbagai pengurusan dan penyelesaian administrasi.
12. Muhammad Sukri, S.Ag selaku Kepala UPT Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
13. Bapak/Ibu Dosen serta staf pengajar dengan ikhlas mendidik, dan memberikan ilmu selama peneliti melaksanakan perkuliahan di IAIN Manado.
14. Kepala Sekolah dan kepala koperasi beserta staf-staf MAN Model Manado yang sudah menerima kehadiran peneliti dengan sangat baik dan membantu dalam pengumpulan data.
15. Civitas Akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang telah membantu administrasi perkuliahan dari Awal perkuliahan sampai sekarang.

16. Para Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Manado Angkatan tahun 2018 atas kerjasamanya yang sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
17. Keluarga atas dukungan dan doanya sehingga peneliti bisa sampai di tahap menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terutama untuk kakak-kakak Arman Mamangkay dan Arwin Mamangkay tersayang dan keponakan-keponakan yang lucu.
18. Terima Kasih juga kepada Sisur Nunung Gobel, Sisur Esi Gumalangit, Sisur Fadilah Mamonto, Sisur Tiara Mamonto, Sisur Yani Mamangkay dan Sisur Rani Mokoginta yang sudah membantu penulis dan memberikan Semangat dan dukungan.
19. Terima kasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan Kost Adel yang tidak bisa saya sebut satu per satu karena selalu membantu selama penelitian Doa Dan Dukungnya sangat saya hargai.
20. Semua Pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan doa dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, dan memotivasi penulis, semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya

Manado, 20 Maret 2023

Penulis



Tesi Triutami Mamangkay

NIM. 1824043

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| ABSTRAK..... | x |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Batasan Masalah | 6 |
| C. Rumusan Masalah | 6 |
| D. Tujuan Masalah | 6 |
| E. Kegunaan Penelitian | 7 |
| F. Definisi Operasional | 7 |
| G. Kajian Relevan | 8 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 13 |
| A. Strategi Manajemen Pemasaran | 13 |
| B. Unit Usaha Sekolah | 28 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 36 |
| A. Jenis Penelitian | 36 |
| B. Tempat Dan Waktu Penelitian | 36 |
| C. Sumber Data | 37 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| E. Teknik Analisis Data | 39 |
| F. Teknik Keabsahan Data | 41 |
| G. Instrumen Penelitian | 42 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 44 |
| B. Hasil Penelitian | 49 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian | 56 |
| | |
| BAB V PENUTUP..... | 59 |
| A. Kesimpulan | 59 |
| B. Saran | 59 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA..... | 61 |
|----------------------------|-----------|

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------|-----------|
| Tabel 3. 1 | 40 |
| Tabel 4.1 | 48 |

ABSTRACT

Nama Penyusun : Tesi Triutami Mamangkay
NIM : 1824043
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Pemasaran Unit Usaha Dharma
Wanita Dalam Meningkatkan Sumber Daya Pendidikan Di
MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado

Skripsi ini membahas tentang Strategi Manajemen Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita yang dilatar belakangi oleh strategi pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan Unit-unit usaha kepada seluruh siswa dan agar terpenuhi kebutuhan-kebutuhan para siswa/I di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.

Permasalahan yang akan dibahas pada skripsi ini yakni: (1) Bagaimana strategi pemasaran unit usaha dharma wanita di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, (2) Apa kendala yang dihadapi dalam Unit usaha dharma wanita di MAN Model 1 Plus Keterampilan manado, (3) Bagaimana solusi dalam pemasaran unit usaha di darma wanita Man Model 1 Plus Keterampilan Manado. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dalam hal ini data diperoleh dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi Pemasaran di Unit Usaha Dharma Wanita dilakukan pada saat Penerimaan siswa baru, strategi pemasaran oleh penanggung jawab Unit Usaha Dharma Wanita dengan melibatkan anggota-anggota dalam pemasaran serta menjual barang dan makanan-makanan yang dibutuhkan konsumen. (2) Faktor Penghambat Strategi pemasaran di Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado yaitu kendala pada Ruang/ Gudang penyimpanan barang serta etalase yang belum memadai. (3) Solusi terhadap kendala yang dihadapi yaitu dengan pembuatan gedung baru untuk dijadikan gudang penyimpanan dan memperluas etalase yang ada.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Unit Usaha Dharma Wanita

ABSTRACT

Name : Tesi Triutami Mamangkay
NIM : 1824043
Faculty : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Study Program : Manajemen Pendidikan Islam
Title : Marketing Management Strategy of *Dharma Wanita*
Business Unit in Improving Educational Resources at
MAN Model 1 Plus *Keterampilan* Manado

This research describes the Marketing Management Strategy of the *Dharma Wanita* Business Unit, which is based on the marketing strategy undertaken to market business units to all students and to meet the needs of students at MAN Model 1 Plus *Keterampilan* Manado. The problems discussed in this research were: 1: (1) How is the marketing strategy of the *Dharma Wanita* business unit at MAN Model 1 Plus *Keterampilan* Manado, (2) What are the obstacles faced in the *Dharma Wanita* business unit at MAN Model 1 Plus *Keterampilan* Manado, (3) How is the solution in marketing the business unit at the *Dharma Wanita* Man Model 1 Plus *Keterampilan* Manado. This research employs qualitative research. Here, the data was got using interviews, observation, and documentation. The results showed that: (1) Marketing strategies in the *Dharma Wanita* Business Unit are performed during the admission of new students, marketing strategies by the person in charge of the *Dharma Wanita* Business Unit by involving members in selling goods and foods needed by consumers. (2) Inhibiting factors in the marketing strategy at the *Dharma Wanita* Business Unit of MAN Model Manado are constraints on the room/warehouse for storing goods and inadequate display cases. (3) The solution to the obstacles faced is by making a new building to be used as a storage warehouse and expanding the existing storefront.

Keywords: *Strategy, Marketing, Dharma Wanita Business Unit*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam suatu bisnis agar lembaga/perusahaan berhasil memasarkan sebuah produk baik jasa maupun barang maka diperlukan adanya strategi pemasaran. sebagaimana kondisi perekonomian yang terjadi pada saat ini tanpa teknik pemasaran yang merata, sulit bagi lembaga untuk mencapai tujuan yang diharapkan. selain itu struktur pasar bukan lagi dari *buyers market* menjadi *seller market* akan tetapi berganti menjadi dari *seller market* menjadi *buyers market*, yaitu dimana keadaan telah berubah menjadi penjual mencari pembeli.¹ strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting di berbagai bidang usaha. Strategi dalam memasarkan suatu produk juga membantu agar suatu perusahaan memiliki pengetahuan yang lebih luas dan lebih memahami tentang pasar yang akan dimasukinya sehingga jika strategi tersebut diselesaikan dengan efektif, perusahaan dapat mengembangkan jumlah produksi karena permintaan bertambah. Strategi pemasaran yang ditujukan untuk konsumen merupakan strategi mutlak yang harus dilakukan oleh pemasar di era persaingan global seperti sekarang ini.

Strategi pemasaran adalah cara dalam memasarkan sesuatu supaya tujuan yang jadi sasaran kita dapat tertarik dengan apa yang telah kita pasarkan. Pemasaran sangat penting untuk keberhasilan suatu program, termaksud dalam suatu lembaga pendidikan. Pemasaran adalah satu sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang maupun jasa untuk memuaskan kebutuhan pembeli.²

¹ Nurudin, *Strategi Pemasaran Menggunakan Sales Promotion Girls (SPG) dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus pada PT. Nasmocoo Semarang)*, Jurnal At-Taqaddum: UIN Walisongo Semarang, Vol. 10, No. 2, 2018, h.172.

² Basu Swastha dan Haniko Handoko, *Manajememen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2000) h.4.

Dalam menghadapi perkembangan dunia usaha, tingkat persaingan yang kian tajam, maka strategi pemasaran menjadi penting bagi setiap perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwasannya strategi pemasaran membutuhkan pemikiran yang matang serius dalam pelaksanaannya ketentuan ini ditentukan oleh ketentuan produk yang hasilnya dalam memberikan kepuasan dari sasaran konsumen yang ditentukannya. Dengan kata lain, usaha-usaha pemasaran haruslah diarahkan kepada konsumen yang ingin dituju sebagai sasaran pasarnya, strategi pemasaran produk merupakan kegiatan yang harus dilakukan agar perencanaan selanjutnya dapat berjalan lancar dan teratur. Beberapa definisi pemasaran hanya diberikan oleh pakar dalam bidang pemasaran, Philip Kotler memberikan definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Definisi pemasaran bersandar pada konsep inti berikut: kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands); produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran; dan transaksi; hubungan dan jaringan; pasar; serta pemasar dan prospek.³

Adapun cara menyusun strategi pemasaran oleh para analisis pemasaran yaitu selalu memantau dan mengkaji situasi pasar setiap saat. Berdasarkan kajian situasi pasar dan pemantauan pasar tersebut, disusun suatu target produk yang disertai suatu keterangan yang rinci untuk mencapai target pasar. Untuk itu strategi dalam pemasaran sangat diperlukan sepanjang strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak melakukan cara-cara bathil, tidak melakukan penipuan dan kebohongan dan tidak mendzalimi pihak lain.

Perkembangan koperasi (unit usaha) di Indonesia ini telah menunjukkan peningkatan yang baik, koperasi yang mulanya berkembang di kalangan pegawai pemerintah, kemudian berkembang hingga kewilayah pedesaan.

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PT. prenhalindo, 1997) h. 8.

Pada akhirnya saat ini koperasi ini sudah meluas keberbagai lapisan masyarakat seperti petani, pedagang, pegawai negeri, nelayan, guru, ustad/santri dan sebagainya.

Unit Usaha adalah organisasi ekonomi yang dimana anggotanya sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan utama, yang di desain dengan hak keanggotaan satu orang satu suara, dan keanggotaan bersifat sukarela serta terbuka. unit usaha juga termasuk badan usaha yang bersifat kekeluargaan dan kemandirian.⁴

Unit usaha didirikan dengan tujuan untuk membantu dalam hal memenuhi kebutuhan ekonomi anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, prinsip ini harus dijalankan oleh organisasi yang menanamkan dirinya pada unit usaha. Dan manfaat dari unit usaha yaitu memberi keuntungan kepada anggota pemilik saham, membuka lapangan kerja, memberi bantuan keuangan untuk modal usaha dan sebagainya. Maka jelaslah dalam unit usaha ini tidak ada unsur kezaliman dan pemerasan, pengelolanya demokratis dan terbuka serta membagi keuntungan dan kerugian kepada anggota sesuai dengan peraturan yang berlaku.⁵

Dalam Islam sangat dianjurkan untuk saling tolong menolong dalam berbagai hal seperti dalam bidang ekonomi dengan mendirikan unit usaha sebagaimana yang tercantum dalam QS. Al-Maidah ayat 2:

اَوْتَعَاوُنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوُنُوا عَلَى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ - ٢

⁴Hendar, *Manajemen perusahaan usaha: pokok-pokok pikiran mengenai manajemen dan kewirausahaan usaha*.(Jakarta:Erlangga,2010) h. 22.

⁵Djoko mulyono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Simpan Pinjam*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012) h.7.

Terjemahnya:

*“Dan tolong menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa, pelanggaran dan bertaqwalah kepada Allah, Allah Maha siksanya.”*⁶

Ayat tersebut menceritakan tentang Allah SWT memerintahkan hamba-Nya yang beriman untuk senantiasa tolong menolong dalam perbuatan baik yang disebut kebajikan serta meninggalkan perbuatan munkar dan Allah melarang untuk tolong menolong dalam perbuatan dosa.⁷

Adapun kehadiran unit usaha di lingkungan Madrasah ini bukan merupakan barang baru. Melainkan juga menandai pengembangan peran fungsi dinamika sekolah itu sendiri di satu pihak serta potensinya sebagai donator bagi pengembangan koperasi selanjutnya di lingkungan Madrasah.

Berdasarkan UU No. 17 Tahun 2012 tentang unit usaha pasal 4 menyebutkan bahwa unit usaha bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, sekaligus sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari tatanan perekonomian nasional yang demokratis dan berkeadilan.⁸

Unit usaha mempunyai tujuan utama yang harus dicapai yaitu sebagai suatu pendidikan. Dengan didirikannya unit usaha sekolah di berbagai sekolah, diharapkan anak didik memperoleh pengetahuan tentang usaha-usaha. Pengetahuan ini merupakan bekal yang amat berharga bagi anak didik. Keterampilan para siswa dalam praktek sehubungan dengan kegiatan unit usaha akan dapat dicapai jika didukung oleh pengetahuan teori dan praktek langsung tentang pengelolaan manajemen koperasi yang mereka peroleh dari guru yang mengajarkan pelajaran unit usaha di dalam kelas, mengajarkan siswa seluk - beluk manajemen dalam pendirian koperasi sekolah. Dengan

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Surabaya: CV Fajar Mulyah, 2000), h.106

⁷ Imam Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir Juz: 27, 28, 29*, ed Arif Rahman (Surakarta: Insan Kamil, 2015) h.709

⁸ Undang-Undang perkoperasian, *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Bandung: Fokusindo Mandiri 2013), h.5.

mengikuti kegiatan tersebut para siswa melakukan praktek yang ada pada unit usaha di sekolah yang ada di lingkungan sekolahnya dengan sendirinya mereka akan mengenal seluk-beluk hubungan unit usaha dengan manajemen dalam pengelolaan manajemen Unit Usaha Dharma Wanita dilingkungan MAN Model Manado.

Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado adalah salah satu Unit usaha yang sekarang ini sedang berkembang di tengah-tengah sekolah itu sendiri. Berdasarkan hasil observasi awal pada koperasi Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado bahwa koperasi tersebut didirikan dari 2001 dan pada Oktober 2022 sampai sekarang mengganti nama menjadi Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado yang dibawah naungan Dharma Wanita MAN Model Manado dan memiliki peningkatan yang sangat baik, Unit Usaha Dharma wanita yang tujuannya untuk membantu setiap anggotanya ataupun melakukan usahasa secara bersama-sama. tidak hanya itu pada saat pandemi unit usaha di madrasah tersebut tetap berjalan atau dibuka, dan hal tersebut bukan berkurang bertambahnya penjual setelah pandemi sudah tidak ada sampai sekarang di dalam madrasah itu sendiri namun sebagai pengelola dharma wanita unit usaha sangat memperhatikan. permasalahan yang di hadapi itu sendiri mempunyai unit usaha sendiri tidak membuat simpan atau pinjam uang di karenakan mereka takut akan terjadi hal-hal yang tidak baik seperti memakai uang anak-anak menabung atau hal- lain dan unit usaha itu hanya menagih uang iuran seikhlasnya. Penjual di dalam Unit Usaha dharma wanita memakai strategi sendiri. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Dharma Wanita unit Usaha MAN Model Manado dengan judul **“Strategi Manajemen Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita di MAN Model Manado”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka batasan masalah adalah hanya sampai pada strategi pemasaran serta kendala pada unit usaha dharma wanita di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado?
3. Bagaimana solusi dalam pemasaran Unit Usaha di Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado?

D. Tujuan penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.
2. Untuk mengetahui Apa kendala yang dihadapi dalam Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.
3. Untuk mengetahui solusi dalam pemasaran Unit Usaha di Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam dunia keilmuan diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan mengenai strategi pemasaran disebuah lembaga pendidikan khususnya dalam pemasaran unit usaha madrasah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Madrasah, hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan untuk mengembangkan strategi manajemen pemasaran Unit usaha yang ada di madrasah.
- b. Bagi penulis, sebagai bentuk informasi dalam memperkaya pengetahuan mengenai strategi pemasaran unit usaha yang ada di madrasah.
- c. Bagi peneliti berikutnya, menjadi bahan referensi tambahan dalam mengadakan penelitian mengenai strategi manajemen pemasaran unit usaha yang ada di madrasah.

F. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman pendapat antara pembaca dan penulis maka penulis memberikan pengertian mengenai istilah yang digunakan dalam judul penelitian **“Strategi Manajemen Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita Dalam Meningkatkan Sumber Daya Pendidikan Di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado”** yang penulis maksudkan berikut ini:

1. Strategi

Strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁹

2. Manajemen pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah merencanakan, mengarahkan, dan pelaksanaan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan atau sebagian dari sebuah organisasi atau perusahaan, dengan tujuan memperkenalkan koperasi

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2015) h.245

3. Unit Usaha Sekolah

Unit usaha sekolah adalah unit usaha yang didirikan di lingkungan Sekolah/Madrasah anggotanya terdiri dari guru, siswa-siswa sekolah dasar, sekolah menengah tingkat pertama, sekolah menengah tingkat atas, pondok pesantren, dan lembaga pendidikan lainnya yang setara. dan dibimbing oleh pembimbing yang terdiri dari guru-guru yang bersangkutan.¹⁰

G. Kajian Relevan

Berikut ini peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan judul yang diangkat dalam permasalahan yang hampir sama, yaitu:

1. St. Rasdawati Rahim, (2020) Mahasiswa program studi hukum ekonomi syariah fakultas syariah dan ilmu hukum islam IAIN Pare-Pare. Dengan judul “Strategi Pengembangan Koperasi Sekolah SMA Negeri 3 Kota Pare -Pare” tujuan dari penelitian ini yakni ingin mengetahui strategi pengembangan koperasi SMA Negeri 3 kota Parepare dalam analisis manajemen syariah. Pengumpulan data menggunakan 3 teknik, yaitu: (1) wawancara mendalam, (2) observasi partisipan, (3) studi dokumentasi. Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis teknik analisis reduksi, penyajian, dan verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Berdasarkan strategi pengembangan koperasi di SMA Negeri 3 yaitu dengan memenuhi kebutuhan-kebutuhan sandang pangan terutama bahan pokok dan alat tulis dalam koperasi, mengelola manajemen keuangan koperasi dengan baik, demi meningkatkan kesejahteraan anggota yang manfaatnya dapat langsung dinikmati dan dapat dirasakan dalam memberikan kontribusinya bagi kesejahteraan anggota. (2) Penerapan koperasi di SMA Negeri 3 yaitu melayani kebutuhan siswa-siswi yang kurang mampu dalam hal alat-alat tulis,

¹⁰ Nanik Widayanti, *Manajemen Koperasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), h.61

seragam dan lain-lain, dijual dengan harga yang sangat murah, dan menerpkan usaha simpan pinjam atau pinjaman lunak. (3) Strategi pengembangan koperasi di SMA Negeri 3 dalam analisis manajemen syariah yaitu dalam mendirikan koperasi diawali dengan niat yang ikhlas yang tulus kepada Allah SWT. Dengan mengharapkan Koperasi yang didirikan dapat mensejahterahkan semua anggota dan bersungguh-sungguh dalam membangun dan kemajuan koperasi ini kedepan.

2. Suprihatini dan Yatimah Yuda (2007) Mahasiswa jurusan Admistrasi Pendidikan, Universitas Negeri Malang. Dengan judul “Manajemen Koperasi Sekolah (Studi Kasus di Madrasah Aliyah Negeri Malang)”. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen koperasi At-Taufiq MAN 3 Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, teknik pengambilan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Perencanaan program koperasi At-Taufiq dilakukan oleh keseluruhan personil koperasi yang meliputi manajer koperasi dan karyawan koperasi, dalam hal ini kepala sekolah juga ikut terlibat. (2) Koperasi At-Taufiq memiliki struktur organisasi dan mekanisme kerja tertulis yang dirumuskan bersama sebagai pedoman dalam menjalankan program kerja. Manajer koperasi selalu melakukan pembinaan secara rutin kepada karyawan untuk meningkatkan kinerjanya. (3) Jenis layanan yang ada dikoperasi At-Taufiq meliputi, layanan bidang usaha dan layanan bidang jasa. (4) Proses pengawasan dilakukan oleh badan pengawas yaitu waka sarana prasarana dan keuangan bulanan dan laporan persediaan barang. (5) kontribusi yang diberikan oleh koperasi terhadap madrasah berupa kontribusi materi dan kontribusi non materi.
3. Gandes Nurindah Sari, (2016) Mahasiswa program studi Manajemen Dakwah fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah. dengan judul “Analisis Swot Strategi Pemasaran Pada Koperasi Indonesia

Berjamaah” tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menciptakan laba atau keuntungan sebesar-besarnya. Namun, pemasaran juga membutuhkan pemikiran yang strategis agar pemasaran dapat sesuai dengan tujuan perusahaan hal ini disebut sebagai strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mana teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan wawancara, oleh manajer operasional koperasi Indonesia berjamaah, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan yang kemudian data-data tersebut akan dianalisis menggunakan analisis swot. Dalam penelitian ini ditemukan strategi yang diterapkan di koperasi Indonesia berjamaah, yaitu strategi jempot bola, personal selling Ustadz Yusuf Mansur dan pemberian fasilitas yang memuaskan bagi nasabah. Dalam penelitian ini, analisis swot dalam penelitian ini telah melahirkan strategi-strategi baru untuk pemasaran koperasi Indonesia berjamaah dan dari hasil analisis yang didapatkan melalui analisis lingkungan perusahaan bahwa koperasi Indonesia berjamaah masuk dalam posisi kuadran 1 yang menunjukkan koperasi Indonesia berjamaah pada posisi progresif sehingga memungkinkan untuk ekspansi dan mengembangkan usahanya.

4. Esy Rizki Mulyani, (2021) Mahasiswa program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Bima Sakti Mutiara” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan promosi terdapat pengaruh secara parsial dan silmutan terhadap peningkatan penjualan pada PT. Bima Sakti Mutiara dan untuk mengetahui diantara kualitas produk, harga dan promosi manakah yang terdapat peningkatan penjualan pada PT. Bima Sakti Mutiara. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan jumlah sampel 50 karyawan di PT. Bima Sakti Mutiara. Metode pengumpulan data yaitu Kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menggunakan uji t menunjukkan adanya pengaruh secara pasrisal

dan variable kualitas produk, harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan di PT. Bima Sakti Mutiara. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat variable paling dominan mempengaruhi peningkatan penjualan di PT. Bima Sakti Mutiara.

5. Sri Gayatri Mokodompit, (2022) Mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Cokroaminoto Kotamobagu” tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perencanaan strategi pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru di SMK Cokroaminoto Kotamobagu. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dalam hal ini dapat diperoleh dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kegiatan pemasaran sekolah pada penerimaan peserta didik baru diawali perencanaan dengan melibatkan kepala sekolah, wakil kepala bagian kesiswaan, wakil kepala bagian humas, pendidik dan tenaga kependidikan. perencanaan kegiatan pemasaran pada penerimaan peserta didik baru meliputi pembentukan panitia dan menentukan program kerja. (2) implementasi pemasaran diawali dengan identifikasi pasar kedua mengelompokkan sesuai dengan penghasilan wali murid untuk menentukan berapa SPP yang akan diperoleh siswa tersebut ketiga melakukan promosi secara *online* dan *offline* dan memberikan pelayanan yang baik. (3) faktor pendukung yaitu adanya guru yang tersertifikasi Internasional yang menjadikan nama sekolah lebih dikenal oleh masyarakat, memiliki operator yang dapat mengoperasikan computer dengan sangat baik serta adanya kerja sama yang baik antar kepala sekolah dan tim panitia penerimaan peserta didik baru. (4) faktor penghambat dan solusi yaitu adanya Covid-19 pada saat pemasaran dan penerimaan peserta didik baru, beberapa calon siswa tidak memiliki HP dan tidak memiliki sambungan internet di tempat tinggal, maka solusinya adalah melakukan promosi secara *online* dan *offline* dan menyediakan computer untuk memudahkan

calon peserta didik dalam melakukan pendaftaran.

Ke-Empat penelitian di atas sama-sama meneliti tentang strategi dalam pemasaran Unit Usaha. Dan metode penelitian kualitatif, dan penelitian yang ke-lima membahas strategi pemasaran peserta didik. Adapun perbedaan dari kelima penelitian ini adalah pada penelitian Esy Rizki Mulyani yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dan Sri Gayatri yang meneliti mengenai Strategi pemasaran pada penerimaan peserta didik baru tetapi memiliki strategi pemasaran yang bisa dijadikan referensi oleh peneliti dan dari ke-Empat penelitian ini memiliki hasil penelitian, tempat, waktu dan subjek penelitian berbeda dengan peneliti yang akan diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Definisi strategi ialah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan. Kenneth R. Adreus menyatakan bahwa strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasikan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang dikejar oleh perusahaan.¹¹

Menurut Dedi Mulyadi yang dikutip dalam jurna manajemen yang mengemukakan bahwa strategi adalah hal yang menetapkan arah kepada manajemen tentang sumber daya bisnis dan tentang membantu menenangkan persaingan di dalam pasar.¹²

Menurut Sofjan Assauri mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah penetapan kebijakan pemasaran dengan mengendalikan faktor yang dapat dikuasai, serta faktor diluar kekuatan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan konsumen (*marketing strategy*). Dengan kata lain, strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dengan rencana, pelaksanaan dan evaluasi yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan tujuan pemasaran suatu perusahaan. dengan adanya strategi pemasaran ini maka implementasi program dalam menciptakan tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar, dan rasional.¹³

¹¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 201.

¹² Dedi Mulyadi, dkk, "Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Non Bank Pada PT OtoMutiartha Karawang" *Jurnal Manajemen*, Vol.09 No.2 Januari 2012, h.590/-591

¹³ Sofian Assauri *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011 h.168-169

Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁴

Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup, membuat persepsi baik, menjadi beberapa dari yang lainnya, mengenali kekuatan dan kelemahan para pesaing, menjadi spesialisasi, dan memahami keadaan nyata pasar untuk menjadi lebih baik, serta dapat bersaing.

Strategi berupaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi memanfaatkan lingkungan, serta memilih upaya agar pengorganisasian secara internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Strategi merupakan istilah yang umum dalam pembentukan sistematis yang perlu diciptakan dalam suatu pengelolaan organisasi. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.¹⁵

Strategi dalam konteks manajemen adalah perencanaan secara menyeluruh yang terintegrasi dan komprehensif sehingga menjadi pedoman bagi setiap perencanaan operasional unit-unit organisasi perusahaan atau non perusahaan. Dalam dunia pendidikan yakni sebuah metode atau serangkaian kegiatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor yang mendukung sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Dipertegas kembali

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 244.

¹⁵ T.D..E Abeng dkk, "Strategi Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan Dalam Menanamkan Nilai-nilai Kedisiplinan Siswa SMP Muhammadiyah Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara" *Journal of Islamic Education Leadership* 1 no. 1 (2021): 46

oleh Wina Sanjaya strategi digunakan untuk memperoleh kesuksesan atau keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan.¹⁶

a. Unsur-unsur Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri atas lima unsur yang saling terkait yaitu sebagai berikut:

- 1) Pilihan pasar yaitu memilih pasar yang akan melayani.
- 2) Perencanaan produk, meliputi produk spesifik. yang dijual pembentukan produk, dan penawaran individual.
- 3) Penetapan harga yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- 4) Sistem distribusi yaitu perdagangan grosir dan eceran yang melalui produk hingga konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- 5) Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing, dan public relation.¹⁷

b. Bentuk-bentuk Strategi Pemasaran

Adapun bentuk strategi pemasaran yaitu:

1) Strategi Produk

Strategi Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan, produk disini meliputi barang fisik dan jasa.

2) Strategi Harga

¹⁶ Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Pustaka Media, 2006), h.124

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT. INDEKS, Jakarta, 2000, h. 6-7.

Harga yaitu jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk harus sesuai dengan pandangan tentang nilainya, sehingga pembeli tidak beralih kepesaingannya.

Dalam strategi penetapan harga meliputi tujuan sebagai berikut:

- a) Memperoleh laba yang maksimum
- b) Mendapatkan share pasar tertentu
- c) Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu
- d) Mencapai keuntungan yang ditargetkan
- e) Mempromosikan produk.

3) Strategi Saluran (*Distribusi*)

Saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen ke konsumen atau industry pemakaian. pemilihan tempat distribusi yang tepat sangat penting dilakukan untuk memperluas pasar dalam mencapai keuntungan diinginkan.

- a) Saluran langsung
Produsen – Konsumen
- b) Saluran Tidak Langsung
Produsen – Pengecer – Konsumen

4) Strategi Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenalkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka akan membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan dalam mempromosikan suatu produk yaitu iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publikasi.

5) Strategi Pasar

Pasar adalah arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul dan bertemunya para penjual dan pembeli, maupun yang tidak berbentuk fisik yang memungkinkan terlaksananya pertukaran, karena dipenuhi persyaratan pertukaran yaitu minat dan citra serta daya beli.

Dengan demikian keberadaan pasar yang terbuka memberi kesempatan bagi masyarakat untuk mengambil bagian dalam menentukan harga.¹⁸

Suryana mengemukakan Pendapat tentang 5P (perencanaan, pola, posisi, perspektif dan permainan) yang mempunyai makna sama dengan strategi, yaitu:

a) Strategi adalah perencanaan (*Plan*)

Berbicara mengenai pemasaran tidak dapat di pisahkan dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah lembaga untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan di masa depan. strategi juga meliputi segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan ketika zaman dahulu.

b) Strategi adalah pola (*Patern*)

Strategi yang belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan atau *intended strategy* dan *realized strategy* karena telah dilakukan oleh lembaga/perusahaan.

c) Strategi adalah posisi (*Position*)

Menempatkan produk tertentu ke pasar yang telah ditentukan. Strategi ini cenderung ke bawah yang artinya terarah hanya pada satutitik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat keluar, yaitu meninjau

¹⁸ Sofian Assauri *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011 h.181-242

berbagai aspek lingkungan eksternal.

d) Strategi adalah perspektif (*Perspective*)

Dalam strategi ini cenderung pada perspektif yang melihat ke dalam, yaitu kepada organisasi tersebut.

e) Strategi adalah permainan (*Play*)

Pada strategi ini memiliki nama sebagai *maneuver* tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing.¹⁹

2. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah ilmu dan seni untuk melakukan tindakan guna mencapai tujuan. Manajemen sebagai suatu ilmu adalah akumulasi pengetahuan yang disistematisasikan atau kesatuan pengetahuan yang terorganisasi.²⁰ Menurut George R Terry, manajemen merupakan suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.²¹

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Dua kata itu digabung menjadi kata kerja manager yang artinya menangani. Manager diterjemahkan dalam Bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja to manage, dengan kata benda management, dan manager untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya manajemen diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.²²

¹⁹ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta:Salemba Empat Patria, 2006), h.172-173.

²⁰Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), h. 7.

²¹Terry R. George Dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2014), h. 1.

²²Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) h. 3

Pengertian manajemen adalah suatu rangkaian proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi dan pengendalian dalam rangka memberdayakan seluruh sumber daya organisasi/perusahaan, baik sumber daya manusia (*human resource capital*), modal (*financial capital*) material (*land, natural resources or raw materials*), maupun teknologi secara optimal untuk mencapai tujuan organisasi/perusahaan.

Adanya kebutuhan Negara untuk menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya terhadap rakyat, yakni mengatur persoalan hidup rakyat dan memberikan pelayanan dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Hal ini tidak berarti bahwa manajemen belum dikenal sebelumnya. Atau perkembangan manajemen terkait dengan perkembangan masyarakat Amerika dan Eropa. Kelahiran dan perkembangan manajemen bisa dikembalikan pada awal proses penciptaan alam ini. Jika kita menilik peradaban Mesir Klasik, terdapat bukti sejarah berupa piramida dan sphinx yang mencerminkan adanya praktik manajemen, skill, dan kompetensi.

Manajemen selalu dipakai dan sangat penting untuk mengatur semua kegiatan dalam rumah tangga, sekolah, koperasi, yayasan-yayasan, pemerintahan dan lain sebagainya.

Manajemen dibutuhkan oleh individu atau kelompok individu, organisasi bisnis, organisasi sosial atau pun organisasi pemerintah untuk mengatur, merencanakan segala hal untuk memperoleh hasil yang optimal pada waktu yang akan datang. Manajemen dibutuhkan oleh semua orang, karena tanpa manajemen yang baik segala usaha yang dilakukan kurang berhasil. Dalam perkembangannya proses manajemen adalah langkah-langkah strategis yang juga adalah manfaat dari manajemen tersebut. Untuk mencapai tujuan organisasi, oleh karena itu manajer perlu menjaga keseimbangan yang berbeda yaitu tuntutan *stakeholders* dan tuntutan pekerja.

Tiap-tiap organisasi tentunya memiliki satu atau sebagian tujuan yang memastikan arah serta menjadikan satu pandangan unsur manajemen yang ada dalam organisasi itu. Sudah tentunya tujuan yang mau diraih nantinya yaitu satu kondisi yang tambah baik daripada kondisi di awalnya. Dalam perkembangannya manajemen digunakan untuk mengendalikan organisasi.

organisasi dapat diartikan sebagai suatu kumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Di dalam organisasi dirasakan perlunya bekerja sama atau bantuan orang lain. keberhasilan suatu organisasi antara lain ditentukan oleh kemampuan pemimpin/manajer untuk mengatur kerja sama tersebut. kegiatan memimpin, mengatur, mengelola, mengendalikan, mengembangkan, kegiatan organisasi merupakan kegiatan organisasi merupakan kegiatan manajemen.

Unsur-unsur Manajemen menurut Harrington Emerson dalam Phiffner John F, dan Presthus Robert V, manajemen mempunyai enam unsur, yaitu:²³

a. Manusia (*Man*)

Manusia memiliki peran penting dalam organisasi yang menjalankan fungsi manajemen operasional suatu organisasi.

b. Uang (*Money*)

Uang atau modal adalah kebutuhan mutlak dalam bisnis, tanpa uang tujuan yang ditetapkan dalam manajemen organisasi tidak akan bisa tercapai dengan begitu saja walaupun manusia sudah menjalankan fungsinya dengan wujud jasa, tapi efek yang akan timbul atas jasa harus adanya dana.

c. Metode (*Methode*)

Cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Metode disusun secara sistematis sehingga pencapaian tujuan dan hasil yang diinginkan

²³Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta, Grasindo, 2004), h. 6.

lebih mudah untuk dicapai.

d. Material (*Materials*)

Bahan-bahan yang digunakan untuk mencapai tujuan dan hasil seperti apa yang diinginkan.

e. Mesin (*Machines*)

Mesin atau alat bantu yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan memberikan hasil yang optimal.

f. Pasar (*Market*)

Suatu tempat dimana produk yang telah dihasilkan akan bisa sampai pada konsumen akhir, baik melalui distributor atau dari produsen langsung kepada konsumen sehingga pengusaha akan mendapat imbal balik atas transaksi yang terjadi.

Menurut G.R Terry fungsi manajemen terdiri dari Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Penggerakan (*actuating*) dan Pengawasan (*controlling*). Adapun penjelasan terkait fungsi manajemen adalah:

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah salah satu fungsi awal bagi manajemen dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Menurut Abdullah, perencanaan menempati posisi sangat penting dalam manajemen karena merupakan fungsi utama dari aktivitas manajemen, yang sangat berpengaruh terhadap fungsi-fungsi manajemen lainnya dalam pencapaian tujuan organisasi.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah proses memperkerjakan dua orang atau lebih untuk bekerja sama dalam cara terstruktur guna mencapai tujuan yang diinginkan sesuai perencanaan.

c. Pergerakan (*actuating*)

Menggerakkan atau mengarahkan organisasi adalah aspek aspek terpenting dalam fungsi manajemen, hal ini dikarenakan agar semua anggota kelompok mulai dari tingkat teratas sampai terbawah berusaha mencapai sasaran organisasi sesuai rencana yang ditetapkan semula, dengan cara dikelompokkan kedalam fungsi pelaksanaan ini adalah *directing commanding, leading dan coordinating*.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan atau *controlling* sering disebut pengendalian. Pengendalian merupakan fungsi manajemen yang mengadakan penilaian dan koreksi sehingga apa yang dilakukan bawahan dapat diarahkan ke jalan yang benar dengan maksud dan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Pengawasan atau pengendalian merupakan proses untuk memastikan bahwa aktivitas sebenarnya sesuai dengan aktivitas yang direncanakan.

3. Pengertian Pemasaran

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *market*. Kata *marketing* ini biasa dikenal dengan istilah pemasaran. Asal kata pemasaran adalah pasar sama dengan *market*. Apa yang dipasarkan itu ialah barang dan jasa. Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih luas dari itu. Didalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual, dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan menyortir dan sebagainya. Didalam *marketing* usaha ini dikenal sebagai fungsi-fungsi *marketing*. Beberapa pengertian pemasaran, sebagai berikut.²⁴

²⁴Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 1.

Pemasaran adalah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien.

Pemasaran didefinisikan sebagai proses yang membentuk hubungan antar produsen dengan individu maupun grup dalam menyampaikan beberapa jenis produk: barang dan jasa, dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan (*Need and wants*), guna mencapai tingkat kepuasan lebih tinggi melalui penciptaan produk yang berkualitas. Sekolah yang berkualitas maka produk yang akan dikeluarkan juga baik.

Pengertian pemasaran yaitu proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran dalam organisasi. Hal ini mencakup segala aktivitasnya bagaimana memenuhi tujuan tersebut disamping melakukan pengukuran kemajuan sudah mencapai level mana dengan mempertimbangkan peluang pasar dan sumber daya internal. Pelaku manajemen di bidang pemasaran adalah seorang manajer pemasaran yang akan mempelajari struktur pembiayaan, sumber keuntungan, sumber daya serta kompetensi. Jadi manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Ben M. Enis mengatakan bahwa: Manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan.²⁵

Dharmesta dan Handoko, pengertian pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, berkembang dan mendapatkan keuntungan dari kegiatan pertukaran. Jauh sebelum barang diproduksi proses

²⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Strategi*, h.130

pemasaran sudah dilakukan dan tidak berakhir pada penjualan. Selain penjualan kegiatan pemasaran tersebut harus memberikan rasa puas pada konsumen. Inilah yang harus dilakukan oleh semua perusahaan agar usahanya berjalan terus dan konsumen punya pandangan baik pada perusahaan.²⁶

- a. Charles F. Philips Dan Delbert J. Duncan, dalam bukunya *marketing principles and methods* menyatakan bahwa “pemasaran yang oleh para pedagang diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri. Jadi dalam kegiatan pemasaran itu tidak termasuk kegiatan perubahan bentuk barang yang kita jumpai di industri.
- b. Maynard Dan Beckman Dalam Bukunya *Principles Of Marketing* menyatakan pemasaran berarti segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi.
- c. Wiliam j. Shultz dalam bukunya *outlines of marketing* menyebutkan bahwa pemasaran atau distribusi adalah usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- d. Raybun D. Tousley, Eugene Clark., Fred E. Clark, Dalam Bukunya *Principles Of Marketing* menyatakan pemasaran terdiri dari usaha yang mempengaruhi pemindahan kepemilikan barang dan jasa termasuk distribusinya.
- e. Philip Kotler, Dalam Bukunya *Marketing Manajemen* edisi terbaru (the milenium edition 2000) menyatakan bahwa pengertian pemasaran dapat dilihat dari 2 sudut pandang : Pengertian dari sudut pandang societal (masyarakat) menunjukkan peranan pemasaran dalam masyarakat. Sedangkan menurut pandangan marketer, pemasaran berperan untuk menyampaikan standar hidup yang lebih tinggi bagi masyarakat.

²⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 2020), Cet.6, h.4

Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Pada umumnya banyak orang yang menyatakan bahwa konsep pemasaran sama dengan konsep penjualan atau promosi/pengiklanan. Padahal pada dasarnya penjualan dan promosi/pengiklanan hanyalah bagian kecil dari pemasaran. Perlu dipahami dalam arti yang lebih luas, definisi pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.²⁷

Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan-tujuan organisasi bergantung pada penetapan kebutuhan dan keinginan dari pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien ketimbang yang dilakukan para pesaing. Konsep pemasaran adalah melakukan segalanya dengan sekuat tenaga dan menjadikan uang pelanggan penuh dengan nilai dan kepuasan.

Konsep penjualan mengambil sudut pandang dari dalam ke luar. Konsep ini dimulai dengan perusahaan yang memusatkan perhatian pada produk perusahaan yang ada, dan melakukan penjualan serta promosi besar-besaran untuk mencapai penjualan yang menguntungkan. Sebaliknya konsep sudut pandang dari luar ke dalam. Konsep ini diawali dari pasar yang didefinisikan dengan tepat, memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, mengkoordinasikan seluruh kegiatan pemasaran yang mempengaruhi pelanggan, menghasilkan laba dan menciptakan kepuasan

²⁷Yusuf Muhammad Saleh, Said Miah, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: Cv Sah Media, 2019), h.1.

para pelanggan.²⁸

4. Pengertian Strategi Pemasaran

Secara umum strategi pemasaran dalam konteks lembaga pendidikan secara keseluruhan, terdiri dari pemasaran eksternal dan pemasaran internal. Pemasaran eksternal ditujukan kepada masyarakat dan pemasaran internal ditujukan kepada warga lembaga pendidikan untuk memotivasi dosen, guru, karyawan, dan administrator untuk meningkatkan motivasi mereka selaku para penyedia jasa.²⁹

Dalam sebuah lembaga pendidikan hal pertama yang dilakukan dalam menarik minat konsumen yaitu bagaimana pemasaran yang akan dilakukan. Suatu pemasaran akan terlaksana dengan semestinya dan sesuai dengan program apabila terdapat manajemen di dalamnya. Maka dari itu pengertian manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Strategi pemasaran merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang bertujuan untuk membangun hubungan baik antara produsen dan konsumen melalui barang yang dijual. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi atau perencanaan jangka panjang).

Manajemen strategi yaitu seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasi dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai target. Tujuan dari manajemen strategis adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda dengan masa yang akan datang.³⁰

²⁸ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 13

²⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabet, 2008) h. 153

³⁰ David R. *Manajemen Strategi Konsep, Edisi 10*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.5

5. Tujuan Pemasaran

Menurut Peter Dricker Salah Seorang Ahli Manajemen Terkemuka, mengatakan tujuan pemasaran adalah untuk membuat penjualan berlebihan. Tujuannya ialah untuk mengetahui dan memahami konsumen demikian baiknya sehingga produk atau jasa cocok bagi konsumen dan produk atau jasa itu bisa terjual dengan sendirinya.³¹

6. Fungsi Pemasaran

Setiap perusahaan atau lembaga pendidikan yang sedang berkembang wajib memahami pemasaran yang baik, apalagi pada era globalisasi seperti ini dimana banyak pesaing yang berlomba-lomba memasarkan produknya bahkan hingga berbagai macam Negara.

Beberapa fungsi pemasaran sebagai berikut berikut:

a. Fungsi pertukaran

Fungsi pertukaran pada manajemen pemasaran terbagi menjadi dua fungsi utama, yakni fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Dengan begitu, diperlukan strategi khusus terutama pemahaman mengenai kegiatan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Sedangkan fungsi penjualan termaksud dalam aktifitas untuk mempertemukan penjualan dan pembeli yang bisa dilakukan secara langsung maupun melalui perantara.

b. Fungsi Fisis

Fungsi Fisis manajemen pemasaran terfokus pada kegunaan waktu, lokasi dan bentuk yang perlu dipertimbangkan pada suatu produk ketika suatu produk diangkat, diproses dan disimpan hingga sampai ketangan konsumen. Jika tidak dipertimbangkan dan direncanakan dengan baik, bisa jadi perusahaan akan mengalami kerugian besar akibat penanganan produk yang tidak berstandar.

c. Fungsi Penyediaan Sarana

³¹Philip Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Ketiga*, (Jakarta: Intermedia, 2007), h. 4.

Manajemen pemasaran juga memiliki fungsi sebagai penyedia sarana karena akan berkaitan dengan segala kegiatan yang mampu melancarkan operasional pemasaran. Fungsi penyedia sarana mencakup segala proses pengumpulan, komunikasi, penyortiran sesuai standar dan pembiayaan.

Dari ketiga fungsi pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan harus mengetahui tujuan yang jelas dari lembaganya tersebut karena dengan itu, maka manajemen pemasaran dikatakan efektif.

B. Unit Usaha Sekolah

1. Pengertian Unit Usaha Sekolah

Unit usaha adalah salah satu kekuatan ekonomi yang mendorong tumbuhnya perekonomian nasional, yang dimiliki oleh orang atau sekelompok orang demi memenuhi kepentingan bersama. Unit usaha merupakan organisasi bisnis yang melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Pada hakikatnya koperasi didirikan untuk membangun kemandirian, menguatkan kesetiakawanan, serta meningkatkan kesejahteraan anggota.³²

Menurut kamus besar bahasa Indonesia unit usaha adalah perserikatan yang bertujuan memenuhi kebutuhan para anggotanya dengan cara menjual barang keperluan setiap hari dengan harga yang cukup murah (tidak bermaksud mencari untung yang berlebihan). Keanggotaan unit usaha terdiri dari perorangan, yaitu orang yang secara sukarela menjadi anggota pada unit usaha. Secara umum, setiap kegiatan usaha ekonomi, Unit usaha atau bukan unit usaha, memiliki misi untuk melayani masyarakat (konsumen) dan berupaya mencapai kemakmuran. Namun dalam berbagai hal terdapat perbedaan yang mendasar. Unit usaha

³² Pemi Hendrayanti. *Peran Unit usaha Siswa Dalam Membina Economic Civic Siswa Di SMP N 1 Cikalong*, (Cikalong: Perpustakaan Upi, 2017), h. 21

senantiasa bertolak pada mulanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi tertentu para anggotanya. Sedang usaha bukan unit usaha (Perorangan, CV, Firma, PT, persero, dan lainnya) berorientasi pada pasaran umum atau konsumen umum.³³

Unsur-unsur penting yang tidak boleh dilupakan daripada bangun usaha lainya yaitu:

- a. Unit usaha dapat didirikan seorang dan sekaligus sebagai anggota koperasi yang bersangkutan.
- b. Unit usaha dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip Unit usaha.
- c. Unit usaha dikelola berdasarkan atas asas kekeluargaan.

Dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan unit usaha harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka.
- b. Pengelolaan dilakukan secara demokratis.
- c. Pembagian SHU dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota.
- d. Pemberian balas jasa terbatas pada modal.
- e. Kemandirian.

Selain ke lima prinsip di atas dalam mengembangkan unit usaha, maka unit usaha melaksanakan prinsip-prinsip pendidikan usaha dan kerja sama antar unit usaha lainya.

Perangkat unit usaha meliputi:³⁴

- a. Rapat anggota

³³ Nanik Widyanti. *Manajemen Koperasi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), h. 67

³⁴ Pandji, Anoraga. *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 35

Rapat anggota adalah wadah aspirasi anggota dan pemegang kekuasaan tertinggi dalam unit usaha. Segala kebijakan berlaku dalam unit usaha harus mendapat persetujuan rapat anggota terlebih dahulu, termasuk pemilihan, pengangkatan, dan pemperhentian personalia pengurus dan pengawas.

b. Pengurus

Pengurus adalah badan yang dibentuk oleh rapat anggota dan bertugas untuk melaksanakan kepemimpinan unit usaha, baik bidang organisasi maupun usaha.

c. Pengawas

Pengawas adalah badan yang dibentuk oleh rapat anggota dan bermaksud untuk melaksanakan pengawasan terhadap pelaksanaan pengurus.

Permodalan unit usaha berasal dari simpanan pokok, simpanan wajib, dan simpanan cadangan, hibah dan sumbangan. Modal unit usaha dapat juga berasal dari pinjaman dari anggota, unit usaha lain dan atau anggota unit usaha itu sendiri, bank atau lembaga keuangan lainnya. Modal yang telah diperoleh, baik yang bersumber dari modal sendiri maupun dari pinjaman selanjutnya dikelola dan dipergunakan untuk melayani anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Sekola/Madrasah adalah lembaga pendidikan yang menyelenggarakan jenjang pendidikan formal, baik dalam bentuk sekolah negeri, yakni dikelola oleh pemerintah maupun swasta. Dalam kegiatan belajar mengajar sekolah/madrasah bertujuan untuk mendidik para siswa di bawah pengawasan guru.

Menurut Abdullah, sekolah berasal dari bahasa latin *skhole*, *scolae*, *skola* yang berarti waktu luang atau waktu sebang. Sekolah adalah kegiatan di waktu luang bagi anak-anak ditengah kegiatan yang utama

yakni beriman atau menghabiskan waktu masa anak-anak dan remaja. Kegiatan dalam waktu luang mempelajari bagaimana cara berhitung, membaca huruf-huruf dan mengenal tentang bagaimana itu moral (budi pekerti) dan estetika (seni). Dalam kegiatan sekolah siswa-siswa didampingi oleh para ahli yang mengajari tentang psikologi anak, sehingga memberikan kesempatan kepada siswa-siswa untuk menciptakan dunianya sendiri melalui berbagai pelajarannya.³⁵

Unit usaha Sekolah/Madrasah merupakan unit usaha yang didirikan di lingkungan sekolah/madrasah yang anggota-anggotanya terdiri dari guru dan para siswa dimana dibimbing oleh pembimbing yang terdiri dari guru-guru sekolah yang bersangkutan. Unit usaha sekolah/madrasah didirikan dalam rangka menanamkan sikap kemandirian siswa untuk berkembang dan terampil dalam berwirausaha. Dan juga menumbuhkan sikap percaya diri kreatif dan inovatif sehingga setelah lulus dapat mengembangkan keterampilan tersebut, lulusan tidak hanya pencari kerja tetapi dapat membuka lapangan kerja terutama bagi dirinya sendiri.

Saroni menyatakan bahwa sekolah adalah/madrasah lingkungan utama anak didik sehingga kita harus terus berusaha agar lingkungan sekolah/madrasah dapat dikondisikan selalu dalam suasana penuh wirausaha. Hal ini dipertegas *Dahlstedt and Hertzberg* menyatakan bahwa transformasi mendasar dalam dunia luar membuat penguatan kewirausahaan di lingkungan pendidikan tidak dapat dihindarkan.³⁶

a. Manfaat Unit usaha Sekola/Madrasah

³⁵ Abullah, *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat dan Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali, 2011), h.29

³⁶ Margareta Lilis Lindawati and Suyanti, Peran koperasi Sekolah Dalam peningkatan Sikap kewirausahaan Siswa SMK Negeri 1 Wonogiri”, vol. 2, no. 2, (2015) h. 173.

Pemanfaatan unit usaha sekola/madrasah dapat digunakan sebagai salah satu media praktik secara langsung bagi para siswa dalam menerapkan keterampilannya sesuai dengan bidang keahliannya masing-masing dan juga pembelajaran tersendiri bagi hidupnya sendiri. Siswa dapat mengembangkan potensinya baik untuk menjadi wirausaha maupun sebagai tenaga kerja. Selain itu unit usaha juga berguna sebagai sumbangsih dalam menambah penghasilan, baik itu penghasilan bagi siswa, penghasilan sekolah/madrasah dan membantu membangun perekonomian masyarakat.³⁷

b. Tujuan Unit Usaha sekolah/madrasah

- 1) Mendidik, menanamkan dan memelihara kesadaran bagaimana hidup bergotong royong dan setia kawan di antara siswa.
- 2) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa.
- 3) Memelihara dan meningkatkan mutu pengetahuan dan keterampilan di bidang perkoperasian.
- 4) Menanamkan dan memupuk rasa tanggung jawab dan disiplin dalam hidup bergotong royong di dalam masyarakat.
- 5) Memelihara hubungan baik dan saling pengertian diantara sesama anggota koperasi sekolah.
- 6) Menanamkan rasa harga diri, kesamaan derajat dan menumbuhkan jiwa demokrasi serta membangkitkan sikap berani mengemukakan pendapat.
- 7) Sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan alat-alat sekolah/madrasah.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan unit usaha sekolah/madrasah adalah memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan

³⁷ Margareta Lilis Lindawati and Suyanti. Peran Koperasi Sekolah Dalam Peningkatan Sikap Kewirausahaan Siswa SMK Negeri 1 Wonogiri. Vol. 2, No. 2, (2015), h. 174.

perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan Makmur. Sedangkan pembentukan Unit usaha sekolah/madrasah dikalangan siswa dilaksanakan dalam rangka menunjang pendidikan siswa dan latihan berwirausaha.

c. Bidang usaha sekolah

bidang usaha atau unit usaha sekolah harus berorientasi pada kepentingan siswa di sekolah yang bersangkutan. Bidang usaha yang biasa ada di sekolah yaitu:

1) Unit usaha simpan pinjam

Bidang usaha simpan pinjam diselenggarakan koperasi sekolah dengan tujuan membantu para anggota dalam mengatasi masalah keuangan dan mendidik siswa untuk belajar hidup hemat.

2) Unit usaha toko

Bidang usaha toko menjual berbagai keperluan siswa, seperti alat tulis, buku pelajaran, makanan, dan atribut sekolah. Bimbingan dan pengawasan guru sangat dibutuhkan untuk kelangsungan unit usaha itu sendiri.

3) Unit kantin sekolah

Usaha kantin sekolah biasanya dilakukan sendiri oleh pengelola koperasi, para guru, atau dengan menjalin kerja sama dengan para produsen makanan atau minuman ringan.

4) Unit usaha pelayanan/jasa

Selain memberikan dan menyediakan kebutuhan berupa barang. Unit usaha koperasi juga menyediakan pelayanan/jasa-jasa. Pelayanan tersebut antar lain jasa foto copy dan kursus-kursus.

d. Kelebihan dan kelemahan Unit usaha sekolah/madrasah

1) Kelebihan unit usaha sekolah

- a) Murid yang belum dapat membayar kontan, bisa membayar dengan cara kredit.
 - b) Harga yang diperjual belikan unit usaha sekolah sangat terjangkau jika dibandingkan dengan harga-harga toko diluar sekolah.
 - c) Barang-barang yang diperjual belikan cukup lengkap.
 - d) Mudah membeli kebutuhan sekolah yang diperlukan.
 - e) Untuk melatih para siswa/i dalam mengenal unit usaha serta melatih dalam berorganisasi.
- 2) Kelemahan unit usaha sekolah/madrasah
- a) Kurang aktifnya siswa dalam mengelola unit usaha dan terkadang stok barang yang dijual telah habis dan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengadakan barang yang telah habis.
 - b) Letak unit usaha sekolah kurang strategis dan kurang memadai.
 - c) Stok barang yang diperjual belikan kadang kosong.
- e. Penyebab unit usaha sekolah/madrasah belum ada dan cara memajukannya

Unit usaha disekolah/madrasah belum ada disebabkan oleh masalah-masalah dalam aspek usaha dan modal. Biasanya modal kerja harus disesuaikan dengan kebutuhan unit usaha dan operasional unit usaha apabila terjadi kekurangan modal kerja akan mengakibatkan koperasi tersebut mengalami kebangrutan, masalah modal ini sangat penting bukan hanya perusahaan-perusahaan yang besar tetapi juga dialami oleh pihak koperasi karena itu koperasi harus cermat mengelola modal.

Adapun masalah lain seperti kurangnya teknolgi yang bisa mengembangkan unit usaha tersebut, karena pentingnya teknologi

yang ada di koperasi bisa mendata semua unit barang dan harga barang ke dalam komputer agar sewaktu-waktu dapat diperiksa apabila ada kesalahan dalam pencatatan unit barang yang telah dikeluarkan. Siswa dapat diikut sertakan sebagai anggota dalam unit usaha yang ada di sekolah, hal ini akan lebih baik dan akan lebih maju karena jumlah siswa lebih banyak bila dibandingkan dengan jumlah karyawan atau guru-guru di sekolah.

Cara memajukan unit usaha sekolah/madrasah

- 1) Adanya sosialisasi mengenai unit usaha sekolah/madrasah
- 2) Ikut berpartisipasi dan ikut serta dalam peran memajukan unit usaha sekolah/madrasah.
- 3) Meningkatkan permodalan unit usaha sekolah/madrasah.
- 4) Memberikan pembelajaran kepada siswa yang menjadi anggota unit usaha sekolah/madrasah.
- 5) Memperbaiki unit usaha sekolah/madrasah secara menyeluruh.

C. Manajemen Sumber Daya Manusia

1. Pengertian sumber daya manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peran tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Jika dikaitkan dengan pendidikan, maka yang dimaksud dengan manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan para tenaga pendidikan agar efektif dan efisien dalam membantu terwujudnya pendidikan, pendidik dan masyarakat.

Menurut Hadari Nawawi Manajemen Sumber Daya Manusia adalah proses pendayagunaan manusia sebagai tenaga kerja secara manusiawi agar potensi fisik dan psikis yang dimilikinya maksimal bagi pencapaian organisasi.³⁸

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia merupakan suatu proses pengaturan tenaga kerja manusia agar dapat berfungsi secara efektif dan efisien dalam mewujudkan tujuan pendidikan, kepuasan pendidikan dan masyarakat.

2. fungsi manajemen sumber daya manusia

sudah merupakan tugas sumber daya manusia untuk mengelola manusia seefektif mungkin, agar diperoleh suatu satuan sumber daya manusia yang merasa puas dan memuaskan. manajemen sumber daya manusia merupakan bagian dari manajemen umum yang memfokuskan diri pada sumber daya manusia. adapun fungsi manajemen sumber daya manusia seperti halnya fungsi umumnya, yaitu:

a. Fungsi Manajerial

- 1) Perencanaan
- 2) Pengorganisasian
- 3) Pengarahan
- 4) Pengendalian

b. Fungsi Operasional

1) Perencanaan

Perencanaan Sumber Daya Manusia merupakan inti dari manajemen sumber daya manusia, karena dengan adanya perencanaan maka kegiatan seleksi, pelatihan dan pengembangan, serta kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan dengan sumber daya manusia lebih terarah.

2) Pengadaan tenaga kerja atau pengadaan sumber daya manusia

Seorang manajer sumber daya manusia yang tepat, sesuai dengan kemampuan yang dibutuhkan oleh unit-unit yang diperlukan, bukan karena ada tenaga tersedia, oleh sebab itu sistem rekrutmen yang tercangkup seleksi harus terlebih dahulu dikembangkan secara matang.

3) Seleksi

Proses seleksi adalah serangkaian kegiatan yang digunakan untuk memutuskan apakah pelamar diterima atau tidak. Proses ini termasuk pemantuan kebutuhan-kebutuhan kerja pelamar dan organisasi.

4) Penempatan

Penempatan sumber daya manusia adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan manajer sumber daya manusia untuk menentukan posisi jabatan, lokasi kerja seorang karyawan untuk melakukan tugas pekerjaannya didalam organisasi.

5) pengembangan

Dengan adanya tenaga atau sumber daya, yang telah diperoleh suatu organisasi, maka perlu diadakan pengembangan tenaga sampai pada taraf tertentu sesuai dengan pengembangan organisasi itu.

6) kompetensi

Kompetensi adalah merupakan fungsi manajemen yang sangat penting. Melalui fungsi organisasi memberikan balas jasa yang memadai dan layak kepada karyawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif Kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan wawancara sebagai pengumpulan data agar peneliti mampu menggali informasi lebih dalam mengenai apa yang akan diteliti.

Penelitian kualitatif deskriptif ialah studi yang mendeskripsikan atau menjabarkan situasi dalam bentuk transkrip dalam wawancara, dokumen tertulis, yang tidak dijelaskan melalui angka. Penelitian yang bersifat metode kualitatif adalah metode yang menggunakan berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.³⁸

Metode penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang valid secara alami. Dalam hal ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, motivasi dan tindakan, dengan cara deskriptif dalam bentuk kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

B. Tempat dan waktu penelitian

1. Tempat penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan yaitu MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado. Sekola ini terletak di Jl. Hasanuddin No. 14, Islam, Kec. Tuminting, Kota Manado Sulawesi Utara.

2. Waktu Penelitian

³⁸Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Cet. 1; Jakarta: RinekaCipta, 2008) h.22.

Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari s.d April 2023

Tabel 3. 1

Jadwal penelitian yang direncanakan

| Waktu Penelitian | Tempat | Rencana Penelitian |
|-------------------------|------------------|---|
| Februari 2023 | MAN Model Manado | Pengambilan data wawancara bersama kepala sekolah, kepala, staf koperasi dharma wanita unit usaha dan siswa/i |
| Februari-Maret 2023 | Manado | Proses Pengelolaan Data |
| April 2023 | Manado | Penyusunan Skripsi |

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang langsung di dapatkan dari sebelumnya (data asli) dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu wawancara langsung dengan 4 orang guru yaitu Kepala sekolah, Pengelola Unit Usaha Dharma Wanita serta 2 orang pengurus Dharma Wanita, dan 4 orang siswa MAN Model Manado.

2. Data Sekunder

Data yang sudah diolah terlebih dahulu dan baru didapatkan oleh peneliti dari sumber yang lain sebagai tambahan informasi. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui situasi dan kondisi dokumentasi di MAN Model Manado yang ada kaitannya dengan pokok penelitian, termaksud buku, jurnal serta skripsi untuk mendapatkan bahan-bahan teoritis yang diperlukan dalam pembahasan yang relevan dengan judul penelitian ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki. Teknik observasi merupakan pengumpulan data langsung dari lapangan. Data yang di observasi berupa gambaran tentang sikap, kelakuan, perilaku, tindakan keseluruhan interaksi antar manusia. Maksud utama observasi adalah menggambarkan keadaan yang di observasi. Objek penelitian dalam kualitatif yang di observasi menurut Spradley di sebut situasi sosial yang terdiri dari tiga komponen meliputi place (tempat), actor (pelaku), dan activities (aktivitas).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa peneliti sedang melakukan penelitian, sehingga pihak yang akan diteliti mengetahui sejak awal. Namun dalam beberapa waktu peneliti juga tidak berterus terang dalam observasi dengan melihat bagaimana promosi yang dilakukan oleh sekolah, guna menghindari jika data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.³⁹

2. Wawancara

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2012), h. 228

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data secara langsung kepada informan dengan meminta keterangan atau jawaban terkait fokus dan tujuan penelitian melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Beberapa kelebihan pengumpulan data melalui wawancara yaitu pewawancara melakukan kontak langsung dengan apa yang diteliti, dan diperoleh secara mendalam, yang di interview dapat mengungkapkan isi hati secara lebih luas, pertanyaan tidak jelas bisa di ulang dan di arahkan yang lebih bermakna. Metode ini di gunakan untuk menggali informasi berkaitan dengan strategi pemasaran unit usaha dharma wanita yang dilakukan oleh pihak MAN Model Manado. Adapun informan dalam wawancara yaitu kepala sekolah, pengelola unit usaha serta 2 orang pengurus dharma wanita dan 4 orang siswa.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang di gunakan untuk melengkapi penelitian baik berupa sumber tertulis, film, gambar, maupun karya-karya monumental, yang kesemuanya memberikan informasi bagi proses penelitian. Dokumentasi menggunakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari sumber manusia melalui observasi dan wawancara, akan tetapi ada sumber lain yang dapat digunakan, diantaranya yaitu dokumen, foto dan lain-lain.

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif data diperoleh dari berbagai sumber, menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-

unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih yang penting dan akan dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami orang lain.⁴⁰

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik tertentu.

2. Tahapan Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan diperiksa selama proses penelitian dengan memikirkan kembali saat menulis, memeriksa catatan lapangan, berdiskusi dan bertukar pikiran dengan beberapa rekan kerja agar dapat menghasilkan kesepakatan intersubjektif dan memasukan salinan penemuan dalam kumpulan data lain.⁴¹

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tapi mungkin saja tidak, karena

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, h. 236

⁴¹ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin" 17, No. 33 (2018), h.14

seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

F. Teknik Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif diantaranya yaitu uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas dan uji konfirmabilitas;

1. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap hasil data penelitian kualitatif dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan, ketekunan dalam proses penelitian, triangulasi, berdiskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negative dan *membercheck*.

a. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan yaitu peneliti melakukan pengamatan cerala lebih cermat dan berkesinambungan. dengan cara tersebut kepastian data akan lebih sistematis. meningkatkan ketekunan maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali data yang ditemukan benar atau salah.⁴²

b. Triangulasi

Triangulasi dalam kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan bermacam cara dan waktu. terdapat beberapa triangulasi yaitu triangulasi sumber, teknik pengumpulan data serta waktu.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, h. 270-271

1) Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Adapun beberapa sumber yang peneliti akan ambil yaitu, kepala sekolah, kepala koperasi beserta tiga orang staf koperasi dan 4 orang murid.

2) Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. data dicek dengan wawancara, observasi kemudian dokumentasi.

3) Triangulasi waktu

Waktu juga sering memengaruhi kredibilitas data. data yang telah dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber segar biasanya belum terdapat banyak masalah dan dapat memberikan data yang lebih valid, untuk itu dalam pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.⁴³

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrument utamanya adalah peneliti sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan dengan temuannya.⁴⁴

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, h. 273-274

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, h.221

Penelitian ini dijalankan oleh saya sendiri dan data yang dipakai adalah pertanyaan yang diberikan pada narasumber atau informan serta alat yang digunakan adalah alat tulis menulis dan *handpone* untuk merekam dan mengambil dokumentasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis

secara geografis, lokasi Madrasah Aliyah Negeri Model 1 plus keterampilan Manado terletak pada Latitude: 1,506420 dan longitude 124,847406 dengan luas areal 10.075 M2 termasuk (KUA Kec. Tuminting) dan halaman pagar keliling yang merupakan tanah Negara Departemen Agama RI dan Kantor Wilayah Departemen Agama Prov.Sulut sebagai pemegang hak pakai.

2. Sejarah berdirinya MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado

MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado beralamat di Jl. Hasanuddin 14 Kelurahan Islam, Kec. Tuminting, Kota Manado, Sulawesi Utara, dengan kode pos 96239. MAN Model Manado memiliki Akreditasi A, berdasarkan sertifikat 293/BAP-SM/SULUT/XII/2017.

Madrasah Aliyah Negeri Model 1 Plus Keterampilan Manado adalah dari PGAN Manado yang beralih fungsi melalui surat keputusan (SK) Menteri Agama Republik Indonesia No. 42 Tahun 1992 tanggal 27 Januari 1992 tentang Pengalihan Pendidikan Guru Agama Negeri (PGAN) menjadi Madrasah Aliyah Negeri (MAN). Kemudian dalam perkembangannya MAN Manado Terpilih Bersama 35 MAN di Indonesia lainnya sebagai Madrasah Aliyah Negeri Model, melalui surat keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam No. IV/PP.00.6/KEP/17A/98 tertanggal 20 februari 1998 tentang penetapan 35 Madrasah Aliyah Negeri menjadi MAN Model. Pemberian kata model artinya bahwa MAN Model Manado menjadi Pilot project bagi pengembangan Madrasah di Provinsi Sulawesi Utara.

Dalam perkembangan Madrasah ini dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Awal madrasah menyeleksi peserta secara ketat peserta didik yang masuk dengan kriteria prestasi akademik yang tinggi, dengan keyakinan *input* yang unggul maka *output* yang dihasilkan juga unggul, tahap berikutnya fasilitas yang lengkap memadai, representatif dan pola belajar berbagai model akan memberikan daya tarik yang tinggi, dan pada gilirannya madrasah menyediakan iklim belajar yang positif di lingkungan madrasah, mampu merubah input dengan prestasi rendah menjadi lulusan yang bermutu tinggi dengan demikian MAN Model Manado mampu membawa peserta didik mencapai kemampuannya secara terukur yang disesuaikan oleh prestasinya dan dibarengi dengan akhlakul karimah.

Arah pengembangan pendidikan di MAN Model Manado bertujuan untuk mengantarkan peserta didik menjadi manusia yang beriman dan bertqwa, berakhlak mulia, berkepribadian, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, serta mampu mengaktualisasikan diri dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dalam kerangka proses berinteraksi serta bersosial dalam masyarakat.

Berdasarkan arah pemikiran diatas, maka pada prinsipnya pemikiran yang dituangkan dalam pedoman madrasah ini yaitu untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas terhadap pendidikan yang berbasis pada agama islam untuk menjawab problem dan tantangan zaman dalam kehidupan saat ini dan yang akan datang. MAN Model ini berpeluang cukup besar untuk bersaing pada kualitas pendidikan serta dapat memberikan pilihan yang tepat kepada masyarakat, dalam arti orang tua wali murid yang menyekolahkan anaknya ke madrasah tersedia dan terjamin dengan baik. dengan

demikian untuk menjembatani hal tersebut perlu adanya prinsip perencanaan manajemen dan prinsip-prinsip dasar sebagai pedoman untuk mengambil kebijakan-kebijakan strategis.

3. Visi dan Misi MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado

a. Visi

Mewujudkan peserta didik berakhlakul karimah, cerdas, terampil dan berprestasi.

b. Misi

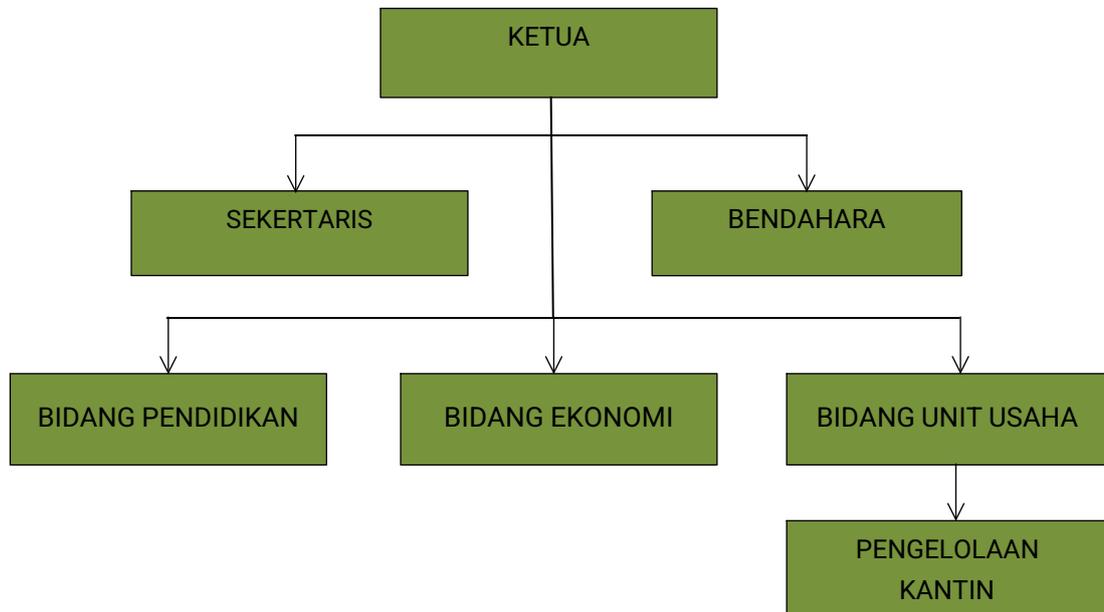
- 1) Meningkatkan kualitas kegiatan keagamaan sehingga meningkatnya pengalaman ajaran islam.
- 2) Meningkatkan penguasaan sains dan informasi teknologi
- 3) Meningkatkan profesionallisme tenaga pendidikan dan kependidikan.
- 4) Meningkatkan kualitas administrasi pendidikan yang efektif dan efisien.
- 5) Meningkatkan sarana dan prasarana penunjang pendidikan
- 6) Meningkatkan hubungan kerjasama dengan masyarakat dan instansi terkait
- 7) Mewujudkan peserta didik yang mahir dalam keterampilan pengolahan, tekstil dan pertukangan.
- 8) Meningkatkan prestasi olah raga dan seni.

**INFORMASI DATA DAN LOKASI/ALAMAT MAN MODEL 1 PLUS
KETERAMPILAN MANADO - SULUT**

Nama : MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado
NSM : 1311710001
NSPN : 60725207
Status Akreditasi : A (90,00)
Tahun berdiri : 1992
SK pendirian : No. 42/1992 (SK Alih fungsi dan PGAN Manado)
Tgl 27 Januari 1992
Luas tanah : 10.073 M2
Sertifikat tanah : No. 2 tahun 1983
NPWP : 00.010.351.5-821.000
Alamat : Jl. Hasanudin 14. Kel.Islam Kec. Tuminting
Official website : <https://manmodelmanado.sch.id>
Official instagram : @manmodel1manado
Official Facebook : MAN Model 1 Manado
Official twiter : @ manmodel1manado

Struktur Organisasi Dharma Wanita MAN Model 1 Plus

Keterampilan Manado



Tabel 4.1

Susunan Pengelola Unit Usaha Dharma Wanita DI MAN Model 1 Plus

Keterampilan Manado

| KETERANGAN | NAMA |
|------------|----------------|
| Pengawas | Enda H. Arsyad |
| Pengelola | Anis Rugayah |
| Anggota | Lastri Asiking |
| Anggota | Masni Nusi |

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang telah terkumpul melalui wawancara dengan informan dan juga dilengkapi hasil observasi serta studi dokumentasi diperoleh hasil penelitian berikut:

1. Strategi Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado

Strategi adalah rencana mengenai bagaimana organisasi tersebut dapat menang bersaing, dan bagaimana organisasi akan menarik serta memuaskan para anggota untuk mencapai tujuan.

Strategi dapat dikatakan sebagai tindakan penyesuaian dalam mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang bisa dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan dengan sadar berdasarkan timbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas yang akan dilaksanakan suatu lembaga pendidikan demi tercapainya tujuan yang ingin dicapai.

Dalam penelitian yang telah dilakukan di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado berawal dari memasuki lokasi penelitian serta melakukan perbincangan ringan seputar strategi pemasaran unit usaha dharma wanita yang berada di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado serta mengambil dokumentasi dengan pengelola unit usaha dan anggota dharma wanita serta siswa. Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado memiliki beberapa usaha seperti yang dikatakan oleh Bapak Drs. A. Abdullah selaku Kepala Sekolah MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado:

Unit usaha Dharma Wanita di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado ini memiliki usaha yang dibawah pengelolaanya dharma wanita seperti kantin dan tempat untuk mencetak dokumen-dokumen dan beberapa pelayanan yang

dibutuhkan dalam lingkungan madrasah.⁴⁵

Kemampuan organisasi untuk menentukan siapa yang akan menjadi konsumen dari produk atau jasa yang dihasilkan merupakan salah satu kunci keberhasilan organisasi. Setelah itu barulah organisasi dapat memfokuskan diri untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen. Disamping itu, organisasi harus memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen bahwa mereka telah menghasilkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. saat itulah fungsi pemasaran menonjol.

Pengelolaan dalam proses pemasaran unit usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado yaitu dengan mengadakan pertemuan oleh Kepala Sekolah dan pengelola unit usaha serta beberapa anggota yang diberikan tugas dan tanggung jawab dalam pengelolaan unit usaha Dharma Wanita guna untuk menyusun bagaiman bentuk strategi unit usaha di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado. sebagaimana jawaban yang dikatakan oleh Kepala Sekolah yaitu:

Dalam kegiatan pengorganisasian membagi tugas diantara anggota-anggota unit usaha berdasarkan keahlian tiap-tiap anggota koperasi yang berkaitan guna untuk memperoleh tujuan yang ingin dicapai, maka dari itu melakukan strategi yang baik mulai dari mengidentifikasi kebutuhan konsumen serta berapa banyak biaya yang akan dikeluarkan.⁴⁶

Dalam menerapkan strategi pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado dengan dilakukanya

⁴⁵ Drs. A. Abdullah, Kepala Sekolah MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, Pada tanggal 13 Maret 2023

⁴⁶ A. Rugaiyah, Penanggung jawab Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, pada tanggal 07 Maret 2023

monitoring oleh Kepala Sekolah dan Pengelola Unit Usaha Dharma Wanita mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh unit Usaha peneliti menemukan beberapa pernyataan dari penanggung jawab unit usaha dan salah satu anggota unit usaha dharma wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.

Berikut jawaban yang diberikan Ibu Lastri Asiking selaku anggota unit usaha dharma wanita Man Model 1 Plus Keterampilan Manado mengenai pertanyaan yang diberikan peneliti yaitu:

Di Unit Usaha Dharma Wanita ini tidak tertentu atau khusus dalam menerapkan strategi pemasaran tetapi, strategi yang biasa dilakukan yaitu dengan menjual barang dan makanan yang dibutuhkan siswa maupun guru-guru dan di infokan pada saat apel sekolah bahwa sekolah lebih tepatnya di unit usaha dharma wanita menyediakan apa yang dibutuhkan oleh siswa-siswi agar tidak lagi minta izin untuk keluar sekolah dalam membeli keperluan.⁴⁷

Adapun jawaban yang diberikan anggota Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado. berikut jawaban yang diberikan kepada peneliti:

Berbicara mengenai strategi di unit usaha dharma wanita memiliki bentuk strategi yaitu dengan menjual perlengkapan sekolah dan peralatan belajar. Pengurus unit usaha di madrasah juga mempunyai inisiatif sendiri untuk lebih meningkatkan partisipasi siswa agar berbelanja unit usaha yang ada di dalam madrasah sendiri, salah satunya dengan menjual perlengkapan belajar yang dibutuhkan siswa, seperti buku, baik itu buku paket atau buku LKS dan buku tulis, pulpen, serta penggaris.⁴⁸

⁴⁷ Lastri Asiking, anggota Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, Pada tanggal 07 Maret 2023

⁴⁸ Masni Nusi, Anggota Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, Pada tanggal 07 Maret 2023

Dengan adanya Unit Usaha, pihak madrasah termasuk siswa itu sendiri akan terbantu dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana madrasah seperti alat tulis menulis. Sama hal yang dikatakan oleh salah satu siswa MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado yang mengatakan bahwa:

Tanggapan saya mengenai unit usaha yang ada di madrasah ini yaitu saya merasa terbantu begitu juga dengan teman-teman saya dalam hal jual beli disekolah, kami sangat terbantu karena jika kami keluar untuk membeli sesuatu dan terjadi hal yang tidak diinginkan maka dari madrasah juga yang akan tanggung akibatnya.⁴⁹

Dari beberapa jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado sebisa mungkin melengkapi semua barang-barang yang dibutuhkan oleh siswa dan guru-guru, hal tersebut menghindari kesulitan ketika berada disekolah.

Dari segi pelayanan ada tanggapan dari siswa A. Patavia dan beberapa siswa juga memberi keterangan yang sama berikut keterangannya:

Soal pelayanan menurut saya masih belum memuaskan karena banyaknya siswa-siswi di MAN Model tapi unit usaha hanya sekecil itu jadi agak susah apalagi disaat jam istirahat banyak yang datang berbelanja sampai ada yang tidak kebagian. dan kami juga memberikan uang pajak setiap minggu kepada koperasi dengan seiklasnya.⁵⁰

⁴⁹ Zalfa Shifa, Siswa kelas XII MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, Pada tanggal 07 Maret 2023

⁵⁰ A. Patavia, dkk, Siswa kelas XII MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, Pada tanggal 07 Maret 2023

Berdasarkan hasil wawancara diatas yang mengatakan bahwa dengan adanya Unit Usaha mempermudah dalam proses jual beli dan semua barang-barang yang diperlukan ada diunit usaha itu sendiri. dan manfaat dari adanya unit usaha akan terbantu dalam memenuhi kebutuhan dan menjadi prasarana utama bagi peserta didik dalam melakukan kegiatan jual beli didalamnya. Kemudian dapat menambah nilai untung bagi madrasah dalam membenahi hal-hal yang perlu dibenahi dimadrasah.

Dari wawancara diatas sudah dapat mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado tetapi kita juga harus tau kenapa strategi promosi itu sangat penting dalam suatu unit usaha. dengan begitu peneliti menanyakan hal tersebut ke beberapa anggota Unit Usaha di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado.

Berdasarkan Hasil wawancara peneliti, peneliti menemukan semua anggota unit usaha memberikan pernyataan atau jawaban yang sama terkait pentingnya strategi pemasaran unit usaha dalam madrasah, dimana semua menjelaskan bahwa sangat pentingnya strategi pemasaran unit usaha mengingat MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado adalah Madrasah yang unggul dengan begitu madrasah menyiapkan unit usaha untuk memenuhi kebutuhan mereka tanpa keluar dari madrasah dengan begitu masyarakat sekitar dapat mengetahui keunggulan madrasah. Dengan begitu peneliti dapat menyimpulkan bahwa pemasaran Unit Usaha sangat diperlukan dalam lembaga pendidikan.

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Drs. A Abdullah selaku kepala sekolah MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado yaitu:

Mengenai pemasaran Unit Usaha tentunya sangat penting karena apapun yang dijual atau disediakan unit usaha kalau seluruh siswa-siswi dan para guru tidak mengetahuinya maka akan menimbulkan kerugian bagi unit usaha itu sendiri dan masih banyak siswa yang meminta izin untuk meninggalkan madrasah pada saat jam istirahat. maka dari itu pentingnya promosi dari unit usaha.⁵¹

Dengan demikian berdasarkan wawancara yang telah dilakukan maka sangatlah penting untuk suatu lembaga pendidikan dalam mengadakan unit usaha dalam madrasah dan memasarkannya minimal di dalam lingkungan madrasah itu sendiri karena jika tidak ada promosi maka unit usaha akan sulit dibangun di lingkungan madrasah.

2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Unit Usaha Dharma Wanita Di MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado

Dalam penelitian ini yang menjadi salah satu kendala yaitu mengenai sarana dan prasarana yang ada di Madrasah tersebut dimana ruangan yang terbatas sampai etalase yang ada masih kurang memadai.

Kendala yang dihadapi pada unit usaha dharma wanita MAN Model Manado berdasarkan wawancara dengan beberapa anggota unit usaha dharma wanita memiliki kendala. Melalui wawancara yang dilakukan oleh beberapa anggota unit usaha dharma wanita ada beberapa guru yang mengeluhkan hal yang sama mengenai kendala yang terjadi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Ibu A. Rugaiyah, M.Pd dan beberapa anggota unit usaha dharma wanita mengatakan bahwa:

⁵¹ Drs. A. Abdullah, Kepala Sekolah MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado, Pada tanggal 13 Maret 2023

Yang menjadi kendala pada unit usaha dharma wanita ini yaitu ruangan yang terbatas mulai dari gudang penyimpanan dan etalase yang masih kurang, membuat kita untuk tidak banyak mengstok barang banyak, maka dari itu kita hampir selalu kehabisan barang.⁵²

Dalam suatu unit usaha sekolah/madrasah sudah menjadi biasa akan penghambat atau kendala yang terjadi baik dalam memasarkan apa yang dijual serta pada sarana dan prasarana.

3. Solusi Dalam Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita Di MAN Model Manado

Dari kendala yang dihadapi unit usaha dharma wanita di MAN Model Manado perlu adanya solusi dalam mengatasi kendala tersebut. Berdasarkan wawancara dengan salah satu anggota unit usaha dharma wanita mengatakan solusinya yaitu:

Solusinya dengan melakukan penambahan ruangan baru dan memperluas etalase yang ada. Insya Allah kami akan segera mengadakan agar supaya unit usaha dharma wanita di MAN Model Manado lebih berkembang untuk kedepannya.⁵³

Maka dari itu pentingnya solusi terhadap masalah-masalah atau kendala yang dihadapi. Dengan adanya solusi masalah yang ada dapat teratasi dengan baik.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado

⁵² A. Rugaiyah, M.Pd, Penanggung jawab Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha MAN Model Manado, pada tanggal 07 Maret 2023

⁵³ M. Nusi, Anggota Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado, Pada tanggal 07 Maret 2023

Strategi merupakan langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan. Di dalam manajemen pemasaran strategi dibuat agar program-program kerja dapat terlaksana dengan baik, di dalam strategi membahas tentang langkah-langka yang akan dilakukan, misalnya siapa yang akan memberitahukan tentang unit usaha, waktu kegiatan serta barang apa yang akan dipasarkan. Strategi pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan organisasi untuk menentukan bagaimana arah kerja, serta pengambilan keputusan untuk mengalokasikan sumber dayanya dalam mencapai strategi ini.

Berdasarkan wawancara penulis berikut ini adalah strategi pemasaran unit usaha Dharma Wanita di MAN Model Manado:

- a. Mengadakan rapat untuk membagi tugas-tugas kepada setiap anggota Unit Usaha Dharma Wanita yang dihadiri oleh Kepala Sekolah, penanggung jawab Unit Usaha Dharma Wanita dan anggota Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado.
- b. Setelah selesai dalam pembagian tugas, penanggung jawab unit usaha beserta anggotanya menyusun strategi pemasaran sebagai berikut:

- 1) Menentukan target sasaran

Dikarena unit usaha ini hanya lingkup madrasah maka target dari unit usaha dharma wanita yaitu siswa/siswi serta para guru di MAN Model Manado.

Penentuan target atau identifikasi pasar merupakan suatu yang penting agar produk yang dimiliki unit usaha bisa dipromosikan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

- 2) Mengadakan barang dan makanan yang dibutuhkan para konsumen, strategi ini untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar tidak melakukan aktifitas diluar sekolah selama jam

sekolah berlangsung dengan cara berbelanja di Unit Usaha Dharma Wanita.

3) Melakukan pelayanan yang baik

Penanggung jawab Unit Usaha serta para anggota mengusahakan untuk memberikan pelayanan yang paling terbaik kepada konsumen agar merasa puas serta nyaman dalam berbelanja di unit-unit usaha Dharma Wanita.

4) Promosi melalui pemberitahuan pada saat pertemuan dengan siswa baru

Promosi ini dilakukan oleh penanggung jawab Dharma Wanita Unit Usaha. Hal ini dilakukan untuk membantu kegiatan promosi unit usaha terhadap siswa-siwi baru MAN Model Manado.

5) Strategi mengurangi biaya pembayaran Atribut Madrasah dengan cara melihat data siswa yang bisa dibilang kurang mampu terhadap pembiayaan.

Strategi pemasaran sangat penting untuk dilakukan dalam setiap kegiatan, tanpa strategi pemasaran yang baik maka suatu kegiatan akan sulit terlaksana dengan baik. Pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita di MAN Model Manado dilakukan dengan beberapa tahap yaitu membuat rapat pembagian tugas dan menentukan barang dan makanan apa yang akan dipasarkan. Segala bentuk kegiatan pemasaran dilakukan dengan kesesuaian anggaran dalam pemasaran serta pengadaan barang yang dibutuhkan pada koperasi. Adanya pemasaran yang baik dapat mempermudah pelaksanaan program serta pencapaian tujuan.

2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Unit Usaha Dharma Wanita Di MAN Model Manado

Ketika berbicara mengenai penghambat/kendala yang terjadi itu merupakan hal yang kurang baik karena adanya kendala akan menjadi penghambat dalam melakukan sesuatu terlebih yang akan dilakukan adalah hal yang penting, begitupun yang dialami pada Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado dimana memiliki kendala yang dihadapi yaitu:

Mengalami kendala pada Ruangan. Belum mempunyai Gudang penyimpanan barang dan etalase yang masih kurang. sehingga Unit Usaha Dharma Wanita tidak dapat menyetok barang-barang yang diperlukan.

3. Solusi Dalam Kendala Unit Usaha Dharma Wanita Di MAN Model Manado

Solusi dalam mengatasi kendala yang ada yaitu dengan melakukan penambahan ruangan dan memperluas etalase yang ada, agar para konsumen dapat berbelanja dengan lebih nyaman dan unit usaha Dharma Wanita dapat Menyetok barang jualan agar tidak kehabisan saat para siswa/siswi membeli kebutuhan di jam pelajaran.

Maka dari itu pentingnya solusi terhadap masalah-masalah atau kendala yang dihadapi. Dengan adanya solusi masalah yang ada dapat teratasi dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dan analisis penelitian, mengenai strategi manajemen pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita di MAN Model Manado peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Strategi Pemasaran di Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model 1 Plus Keterampilan Manado dilakukan pada saat Penerimaan siswa baru, strategi pemasaran oleh penanggung jawab Unit Usaha Dharma Wanita dengan melibatkan anggota-anggota dalam pemasaran serta menjual barang dan makanan-makanan yang dibutuhkan konsumen.
2. Faktor Penghambat Strategi pemasaran di Unit Usaha Dharma Wanita MAN Model Manado yaitu kendala pada Ruangan/ Gudang penyimpanan barang serta etalase yang belum memadai.
3. Solusi terhadap kendala yang dihadapi yaitu dengan pembuatan gedung baru untuk dijadikan gudang penyimpanan dan memperluas etalase yang ada.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dengan judul maka saran yang dapat penulis kemukakan yaitu:

1. Kepada Pengelola Unit Usaha Dharma Wanita agar kiranya selalu melakukan pengawasan, dan mengontrol manajemen keuangan dan memenuhi kebutuhan anggota Unit Usaha. dan pengurus Unit Usaha Dharma Wanita di MAN Model 1 Plus Manado agar senantiasa menjalankan tugasnya masing-masing dengan lebih baik lagi sesuai dengan tugas ditetapkan bersama sebagaimana mestinya, sehingga semua kebutuhan pada Unit Usaha dapat terpenuhi sehingga dapat meningkatkan Unit Usaha Tersebut.

2. Bagi MAN Model Manado

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam mengembangkan Madrasah terutama dalam bidang pemasaran Unit Usaha Dharma Wanita Di Madrasah.

3. Kepada Siswa-siswi agar kiranya ikut berpartisipasi dalam Unit Usaha yang ada di Madrasah dan senantiasa menyampaikan keluhan dan kebutuhan-kebutuhannya, agar Unit Usaha yang ada di Madrasah dapat melakukan perbaikan untuk lebih baik lagi.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar dapat meneliti lebih lanjut sehubungan dengan strategi manajemen pemasaran Unit Usaha di MAN Model Manado dengan penambahan waktu penelitian serta mencari objek penelitian berbeda sehingga bisa meminimalisir kelemahan-kelemahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2018
- Assauri Sofian, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011
- Anoraga Pandji. *Koperasi Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Abullah, *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat dan Pendidikan*, Jakarta: Rajawali, 2011
- Hendar, *Manajemen perusahaan koperasi: pokok-pokok pikiran mengenai manajemen dan kewirausahaan koperasi*. Jakarta: Erlangga, 2010
- Hendrayanti Pemi. *Peran Koperasi Siswa Dalam Membina Economic Civic Siswa Di SMP N 1 Cikalong*, Cikalong: Perpustakaan Upi, 2017
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta : PT. prehalindo, 1997
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya*. Surabaya: CV Fajar Mulyah, 2000
- Lilis Margareta Lindawati and Suyant, *Peran koperasi Sekolah Dalam peningkatan Sikap kewirausahaan Siswa SMK Negeri 1 Wonogiri*”, vol. 2, no. 2, 2015
- Muljono Djoko, *Buku Pintar Strategi Bisnis koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012
- Mulyadi Dedi, dkk, “*Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Non Bank Pada PT OtoMutiarta Karawang*” *Jurnal Manajemen*, Vol.09 No.2 Januari 2012, h.590/-591
- Muhammad Yusuf Saleh, Said Miah, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, Makassar: Cv Sah Media, 2019
- M. Yayat Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta, Grasindo, 2004

- Nurudin, *Strategi Pemasaran Menggunakan Sales Promotion Girls (SPG) dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus pada PT. Nasmocoo Semarang)*, Jurnal At-Taqaddum: UIN Walisongo Semarang, Vol. 10, No. 2, 2018.
- R. Terry George Dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen*, Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2014
- Swastha Basu dan Haniko Handoko, *Manajememen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2000
- Suwandi dan Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cet. 1; Jakarta: RinekaCipta, 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R & D*, Bandung: Alfabeta, CV, 2012
- Sanjaya Wina, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, Jakarta: Pernada Media, 2006
- Siswanto, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Pt Bumi Aksara, 2005
- T.D..E Abeng dkk, "Strategi Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan Dalam Menanamkan Nilai-nilai Kedisiplinan Siswa SMP Muhammadiyah Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara" *Journal of Islamic EducationLeadership* 1 no. 1, 2021
- Usman Husaini, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Undang-Undang perkoperasian, *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*, Bandung: Fokusindo Mandiri 2013
- Widyanti Nanik. *Manajemen Koperasi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007

LAMPIRAN

DAFTAR NAMA GURU DAN MATA PELAJARAN YANG DI AJARKAN MAN Model Manado

| NO | NAMA | MATA PELAJARAN |
|----|---------------------------------|-----------------------|
| 1 | Anis Rugaiyah, S.Ag, M.Pd | Alqur'an Hadis |
| 2 | Ahmad Romadlon, S.PI | Alqur'an Hadis |
| 3 | Ananda Esti K, SE | Sosiologi |
| 4 | Aprillia Mokoagow, S.Pd | Biologi |
| 5 | Andi J. Lamakarate, S.Pd | Biologi |
| 6 | Animar Mereh, S.Ag | Aqida Akhlak |
| 7 | Ali Thalib, S.Pd.I | Alqur'an Hadis |
| 8 | Agustina Buchari, M.Pd | Bahasa Jepang |
| 9 | Adi Abdul R.Madas, S.Pd | Matematika |
| 10 | Andi Linda Lidia Astuti, S.Pd | Bahasa&Sastra Inggris |
| 11 | Ayu Noorma Diana, ST | Fisika |
| 12 | Andi Muh. Safri Nurhamzah, S.Pd | Matematika |
| 13 | Bakri Umahuk, S.Pd | Bahasa Indonesia |
| 14 | Brian Maislatul, S.Pd | PKN |
| 15 | Cicit Rukmina Amba, S.Pd | Bahasa Inggris |
| 16 | Dra. Erni Muhammad Saleh | PKN |
| 17 | Dra. Irawaty Labadjo | Bahasa Indonesia |
| 18 | Drs. Rustam Karyanto | Penjaskes |
| 19 | Drs. Adrian Abdullah | Antropologi |
| 20 | Dra. Hj. Nur Khayati | Ekonomi |
| 21 | Dra. Sri Sumani | Geografi |
| 22 | Diana Desfita, S.Pd | Matematika |
| 23 | Erma Mamonto, S.Pd | Geografi |
| 24 | Fitri Mulyani, S.Pd | Bahasa Indonesia |
| 25 | Febri Tamala Sanur, S.Pd | Seni Budaya |
| 26 | Guslaeni, S.Ag | Fiqh |
| 27 | H. Gaddafi Syahwie, SS, S.Pd.I | SKI |
| 28 | H. Ajhar Ngoro, S.Pd | Matematika |
| 29 | H Masduki, S.Pd, M.Pd | Matematika Peminatan |
| 30 | Hj. Nurhayati Abbas, M.HI | Fiqh |
| 31 | Hj. Rosmini Manoppo, S.Pd.I | Aqida Akhlak |
| 32 | Hj. Wahida D, S.Pd | PKN |
| 33 | Hilmia Farida, S.Pd | Bahasa Arab |
| 34 | Hj. Anisya, S.Pd | Kimia |
| 35 | Hj. Maryam Ointu, S.Pd | Ekonomi |
| 36 | Harlin P. Dewi, S.Pd | Lintas Minat Biologi |

| | | |
|----|----------------------------------|-----------------------|
| 37 | Irwanto Susanto Umar, S.Pd | Alqur'an Hadis |
| 38 | Indah W. Darise, S.Pd.I | SKI |
| 39 | Iwan Setiawan, S.Pd | Sejarah Umum |
| 40 | Kartini Ponengoh, M.Pd.I | Bahasa Arab |
| 41 | Kili Suci, S.Si | Fisika |
| 42 | Lastri W. Asiking, S.Pd | Bahasa Inggris |
| 43 | Mardianti Saidi, S.Pd | Aqida Akhlak |
| 44 | Muhammad Fitran Akili, S.Pd | SKI |
| 45 | Mohammad Rifqi Mantemas, SH | PKN |
| 46 | Mahani Rivai, S.Pd | Lintas Minat Biologi |
| 47 | Muhammad Abizar Kinontoa, S.Pd.I | Bahasa Arab |
| 48 | Mohammad Aziz, S.Pd | Matematika |
| 49 | Mahani Rivai, S.Pd | Biologi |
| 50 | Moh. Rizal Badjuka, S.Pd | Matematika |
| 51 | Novita Sari Nina, S.Pd | Matematika |
| 52 | Ninta Nonto, S.Pd | Biologi |
| 53 | Nurhayati Dawali, S.Pd | Seni Budaya |
| 54 | Occir Van Gobel, S.Pd.I | SKI |
| 55 | Opin Octavia Posangi, S.Pd | Fisika |
| 56 | Rahmathias Jusuf, S.Pd.I | Fiqh |
| 57 | Riswani Papatungan, S.Pd | Bahasa&Sastra Inggris |
| 58 | Rahardian Widayanto, S.Pd | Penjaskes |
| 59 | Siti Hadijah Sasole, S.Pd | Fiqh |
| 60 | Sriwulan Dilapangan, S.Ag, M.Pd | Fiqh |
| 61 | Suchaerijah. S.Sos | PKN |
| 62 | Sriyaningsi Papatungan, S.Pd | Bahasa Indonesia |
| 63 | Siti Khotijah, S.Ag | Bahasa Arab |
| 64 | Sri Suharti, M.Pd | Bahasa Inggris |
| 65 | Seika Saputri, S.Pd | Sosiologi |
| 66 | Sukarman, M.Sc | Fisika |
| 67 | Siti Rukmana Limo, S.Si | Fisika |
| 68 | Syamsudin Bakari, S.Pd | Sejarah Umum |
| 69 | Tarmizi Ali Laode, M.Pd | Sejarah Peminatan |
| 70 | Umar Kulia, S.Pd | Matematika |
| 71 | Widdy C. A. Z. Hidayah, S.Pd | Geografi |
| 72 | Warsini, S.Pd | Penjaskes |
| 73 | Yudhis Muthia Fuad, S.Pd | Penjaskes |
| 74 | Yeni Pai, S.Pd | Seni Budaya |

Sumber Data: Tata Usaha MAN Model Manado



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KOTA MANADO
MADRASAH ALIYAH NEGERI MODEL 1
PLUS KETERAMPILAN MANADO

Jl. Hasanudin 14 Telp (0431) 864492 Kelurahan Islam Kec. Tuminting Manado 95239
NPSN 60725207 Email manmodel1manado14@gmail.com

Nomor B-217/Ma.23.01/PP.00.6/03/2023 Manado, 13 Maret 2023
Lampiran -
Perihal Keterangan Selesai Penelitian

Yth Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ring Road I Manado

Dengan hormat, berdasarkan Surat Nomor : B-163/In.25/F.11/TL.00.1/01/2023
Tanggal 10 Februari 2023 perihal Permohonan Izin Penelitian maka dengan ini kami
menerangkan bahwa Mahasiswa

Nama Tesi Triutami Mamangkay
NIM 1824043
Semester X (sepuluh)
Program Studi S1 Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian "*Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharama Wanita
Unit Usaha di MAN Model Manado*".

Telah selesai melaksanakan Penelitian di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Model
I Manado

Demikian surat keterangan ini dibuat atasnya diucapkan terimakasih



Tembusan

- 1 Kepala Kantor Kementerian Agama Kota Manado
- 2 Arsip

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Drs. Adrian Abdullah

Status : KEPALA SEKOLAH

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay

Nim : 1824043

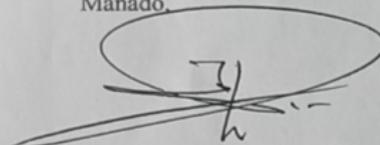
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 13 MARET 2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado



Drs. Adrian Abdullah

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lastri Asiking
Jabatan : Koordinator Koperasi MAN Model 1 Manado

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay
Nim : 1824043
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 7-03-2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,


Lastri Asiking

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anis Ruzaitah. M.Pd
Jabatan : Bendahara Dharma Wanita

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay
Nim : 1824043
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 7-03-2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,


Anis Ruzaitah. M.Pd

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Masni Kusni

Jabatan : staf koperasi

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay

Nim : 1824043

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 7-03-2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,


Masni Kusni

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arya tampi

Status : Siswa kelas XII Sos 9

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay

Nim : 1824043

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 23, 02, 2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,



Arya tampi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jihan Nabila Ekokalo

Status : Siswa

Kelas : XII MIPA 4

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay

Nim : 1824043

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 23.02-2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,



Jihan Nabila Ekokalo

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Patavia

Status : Siswa

Kelas : XII MIPA 4

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay

Nim : 1824043

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 23.02.2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,



Aditya Patavia

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zalfa Shita.F Bawel
Status : Siswa
Kelas : XII MIPA 4

Menerangkan bahwa:

Nama : Tesi Triutami Mamangkay
Nim : 1824043
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Telah mengadakan wawancara pada tanggal 23.02.2023 dalam rangka memperoleh data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir dengan judul skripsi "**Strategi Manajemen Pemasaran Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Di MAN Model Manado**".

Demikian surat keterangan ini di buat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Manado,



Zalfa Shita.F. Bawel

**PEDOMAN WAWANCARA
MAN MODEL MANADO**

| NARASUMBER | PERTANYAAN |
|-------------------|---|
| Kepala Madrasah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi pemasaran koperasi di MAN Model Manado? 2. Apa Kendala yang dihadapi dalam koperasi di MAN Model Manado? 3. Bagaimana solusi pemecahan masalah dalam permasalahan kopras di MAN Model Manado? |
| Kepala Koperasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana Kondisi Koperasi di MAN Model Manado? 2. Bagaimana Pengelolaan koperasi di MAN Model Manado? 3. Berapa anggota pengelolaan koperasi di MAN Model Manado? 4. Apa Saja Kendala yang dihadapi saat mengelola koperasi? 5. Bagaimana mengatasi kendala yang terjadi? |
| Staf Koperasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah sarana dan prasarana di koperasi ini memadai? 2. Bagaimana Kinerja para staf di koperasi? |
| Siswa | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya koperasi di Madrasah apakah sangat membantu? 2. Apakah pelayanan cukup memuaskan? |

Halaman depan MAN ModeEl Manado



Dokumentasi beberapa unit koperasi Dharma Wanita





Dokumentasi dengan Kepala Sekolah MAN Model Manado



Dokumentasi dengan coordinator, Bendahara dan Staf Koperasi Dharma Wanita Unit Usaha Man Model Manado.





Dokumentasi dengan siswa/I MAN Model Manado.

