

Lampiran 1

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Rohman

NIM : 084 133 012

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Tempa, Tanggal Lahir: Banyuwangi, 04 Juni 1994

Alamat : Wringinputih, Muncar, Banyuwangi

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul Implementasi manajemen Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muncar, Banyuwangi adalah hasil penelitian/karya asli saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sebenarnya. Apabila terjadi kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Jember, 27 Desember 2017



**Nur Rohman**

NIM : 084 133 012

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN  
DALAM MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA SISWA  
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) MANBAUL ULUM  
MUNCAR, BANYUWANGI TAHUN AJARAN 2017/2018**

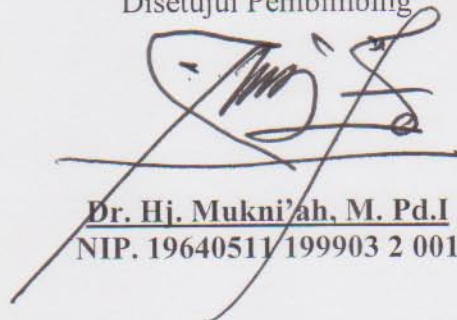
**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan Kependidikan Islam  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh :

**NUR ROHMAN**  
**NIM. 084133012**

Disetujui Pembimbing



**Dr. Hj. Mukni'ah, M. Pd.I**  
**NIP. 19640511/199903 2 001**

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN  
DALAM MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA SISWA  
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) MANBAUL ULUM  
MUNCAR, BANYUWANGI TAHUN AJARAN 2017/2018**


**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Pendidikan Islam Program Studi Pendidikan Agama Islam

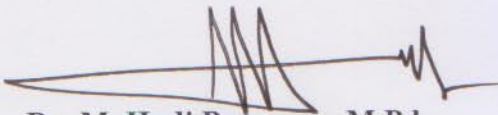
Hari : Kamis  
Tanggal : 11 Januari 2018

**Tim Penguji**

**Ketua**


  
**Dr. H. Sokarno, M.Si**  
NIP. 19591218 198703 1 004

**Sekretaris**

  
**Dr. M. Hadi Purnomo, M.Pd**  
NIP. 19651201 199803 1 001

**Anggota:**

1. Dra. Hj. Zulaichah Achmad, M.Pd.I

(  )

2. Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I

(  )

Menyetujui,

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



  
**Dr. H. Abdullah, S.Ag., M.H.I**

NIP. 19760203 200212 1 003

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN  
DALAM MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA SISWA  
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN ISLAM (SMK) MANBAUL ULUM  
MUNCAR, BANYUWANGI TAHUN AJARAN 2017/2018**

**SKRIPSI**



Oleh :

**NUR ROHMAN**  
**NIM. 084 133 012**

**IAIN JEMBER**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN**  
**JURUSAN KEPENDIDIKAN ISLAM**  
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM**  
**JANUARI 2018**

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN PEMASARAN  
DALAM MENUMBUHKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN PADA SISWA  
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) MANBAUL ULUM  
MUNCAR, BANYUWANGI TAHUN AJARAN 2017/2018**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan (S.Pd)  
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan Kependidikan Islam  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

**NUR ROHMAN**  
**NIM. 084 133 012**

**IAIN JEMBER**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
JURUSAN KEPENDIDIKAN ISLAM  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
JANUARI 2018**

## ABSTRAK

**Nur Rohman, 2017:** *Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Prodi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Jember.*

Jiwa kewirausahaan dibutuhkan dalam berwirausahaan dengan ini implementasi manajemen pemasaran terfokuskan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa. Manajemen pemasaran ini menggunakan konsep perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan. Program kewirausahaan bertujuan untuk mensinergikan kekuatan yang ada disekolah agar berpotensi memberikan andil besar dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang ada disekolah. Dengan begitu diharapkan lulusan para siswa dapat mempunyai kreativitas dan berjiwa kewirausahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus penelitian ini adalah: 1). Bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ? 2). Bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ? 3). Bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?

Tujuan penelitian ini adalah: 1). Mendeskripsikan perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi. 2). Mendeskripsikan pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi. 3). Mendeskripsikan pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *Field Research* dan penentuan subyek penelitian menggunakan *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan metode kualitatif deskriptif model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari koleksi data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan teknik/metode.

Hasil penelitian ini adalah: 1). Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu Siswa praktek langsung dan juga dibekali ilmu-ilmu pemasarannya dan kewirausahaan. 2). Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu siswa melaksanakan prakerin dan diterjunkan langsung untuk melakukan penjualan dan pemasaran. 3). Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu mengevaluasi atau monitoring dilakukan empat kali selama melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) untuk mengetahui apa yang sebenarnya kurang dari siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausahanya.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah .....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	13
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>15</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	15
B. Kajian Teori.....	19
1. Manajemen Pemasaran .....	19

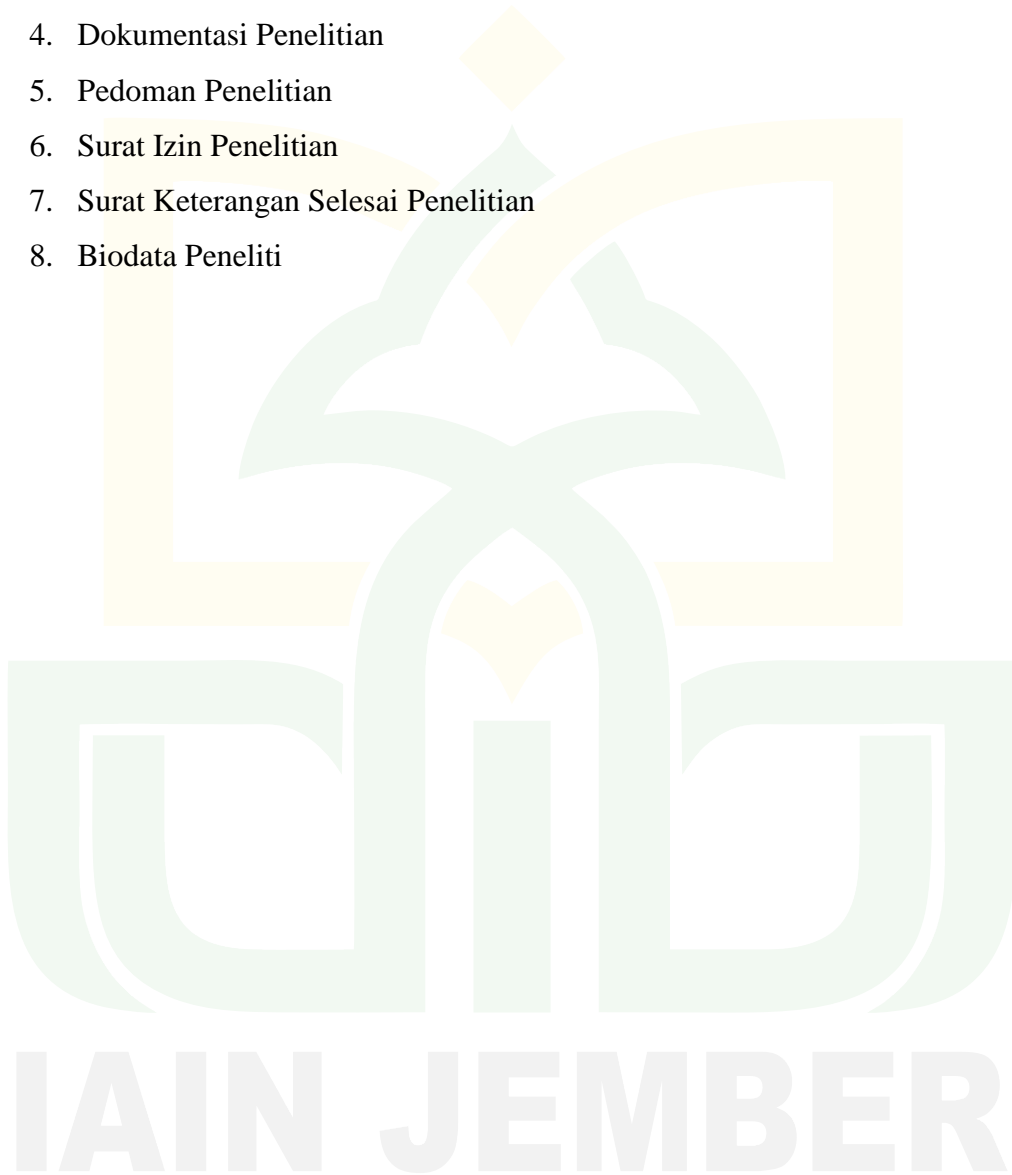
2. Jiwa Kewirausahaan .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian .....	35
C. Subyek Penelitian.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Analisis Data .....	41
F. Keabsahan Data.....	46
G. Tahap-tahap Penelitian.....	46
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Objek Penelitian .....	50
B. Penyajian Data dan Analisis.....	60
C. Pembahasan Temuan .....	75
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>

**IAIN JEMBER**



## LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Jurnal Kegiatan Penelitian
4. Dokumentasi Penelitian
5. Pedoman Penelitian
6. Surat Izin Penelitian
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian
8. Biodata Peneliti



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan persamaan .....	17
Tabel 4.1 Data Tenaga Pendidik di SMK Manbaul Ulum .....	56
Tabel 4.2 Data Rombongan Belajar .....	57
Tabel 4.3 Program Keahlian di SMK Manbaul Ulum Muncar .....	58
Tabel 4.4 Sarana dan Prasarana SMK Manbaul Ulum Muncar .....	58
Tabel 4.5 Temuan.....	74



## DAFTAR BAGAN

1. Struktur Organisasi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi .....58



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pendidikan sebagai alat pencetak generasi penerus suatu bangsa merupakan salah satu sektor yang mampu meningkatkan kualitas manusia sebagaimana yang diamati dalam Undang-Undang, bahwa pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan serta membentuk watak peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembang potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman yang bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.<sup>2</sup>

Pendidikan adalah proses perubahan pola pikir, apresiasi dan pembiasaan manusia agar menjadi manusia. Sekolah merupakan salah satu kelembagaan satuan pendidikan. Kebanyakan orang sering mengidentikan sekolah dengan pendidikan, Pendidikan merupakan wahana perubahan peradaban manusia, manakala membicarakan sistem pendidikan tidak cukup hanya membahas sistem persekolahan, sehingga untuk membicarakan pemasaran pendidikan sesungguhnya tidak cukup dengan hanya membahas terbatas pada pemasaran persekolahan.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Sekretariat Negara RI, *Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), 3.

<sup>3</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), 334.

Pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat *non profit*, sehingga hasil dari proses pendidikan kasad mata. Untuk mengenal lebih dalam dari pemasaran pendidikan maka kita harus mengenal terlebih dahulu pengertian dan karakteristik jasa dan konsep pemasaran sehingga penerapan konsep pemasaran pendidikan itu sendiri.<sup>4</sup>

Pemasaran sebagai salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.<sup>5</sup>

Pemasaran adalah suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan, dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu.<sup>6</sup>

Menurut Kotler manajemen pemasaran dapat didefinisikan sebagai proses penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Konsep modern tentang perencanaan, yang harus dipahami dalam arti terbatas, diakui dalam Islam. Perencanaan seperti mencakup pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan

---

<sup>4</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, 334.

<sup>5</sup> Basu Swasta DH, dan Irawan, *manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2008), 5.

<sup>6</sup> Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: LaksBang Pressindo, 2012), 2.

dan kesenangan manusia. Kegiatan pemasaran, tentu lebih dahulu menyusun perencanaan strategis untuk memberikan arah kegiatan pemasaran yang menyeluruh, yang harus didukung rencana pelaksanaan lebih rinci dibidang-bidang pemasaran. Dalam Islam, bukanlah suatu larangan bila seorang hamba mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya. orang-orang yang beriman untuk giat berusaha dan memiliki semangat berwirausaha. Diantaranya ialah tertuang dalam firman Allah surah An-Najm ayat 24-25.

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى ﴿٢٤﴾ فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَىٰ ﴿٢٥﴾

Artinya: “Atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang diciptakannya? Tidak, maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia.” (Qs. An-Najm:24-25).<sup>7</sup>

Berdasarkan ayat tersebut, bila dihubungkan dengan pemasaran, kegiatan pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan untuk mencapai keberhasilan, dan sudah menjadi sunnatullah bahwa apapun yang sudah kita rencanakan, berhasil atau tidaknya, ada pada ketentuan Allah Swt.

Komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan, dan diharapkan konsumen. Pemasaran ialah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an terjemah Al-Jumanatul Ali* (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005), 527

konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan sesuai yang disepakati.<sup>8</sup>

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.<sup>9</sup>

Lembaga pendidikan harus mengalami perubahan dan cara-cara pengelolaan yang lebih baik. Kepentingan untuk membangun citra sangatlah penting. Sementara pendekatan terbaik dalam membangun citra adalah lewat pemasaran. Pemasaran bagi lembaga pendidikan saat ini sangatlah penting. Kepala sekolah sebagai pimpinan satuan pendidikan membutuhkan kemampuan dalam mengelola lembaga pendidikan, maupun manajerial yang baik, keterampilan dalam mengarahkan, membimbing serta menjalankan aktivitas lembaga pendidikan sekolah. Kemampuan manajerial kepala sekolah sangat vital bagi seorang pemimpin, karena merupakan cerminan kepemimpinan kepala sekolah dalam menjalankan tugas serta fungsinya sebagai seorang pimpinan.

Kepala sekolah berjiwa wirausaha diartikan sebagai proses wirausaha mentransformasi, mengorganisir, dan mensinergikan sumber-sumber usaha untuk mendirikan usaha atau program-program baru memajukan sekolah dalam hal kualitas. Kepala sekolah sebagai pemimpin yang berjiwa wirausaha dapat meraih sukses yang memadai dalam mendirikan dan mengembangkan usaha pelayanan belajar atau

---

<sup>8</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, 334.

<sup>9</sup> Kasmir, *manajemen perbankan*, (Jakarta: Rajawali pers, 2012), 193.

program baru dalam manajemen berbasis sekolah, sehingga dapat diperoleh mutu yang ditargetkan dan memberi kepuasan bagi para siswa, orang tua siswa, dan juga masyarakat luas perlu ada kriteria kepala sekolah berjiwa wirausaha.<sup>10</sup>

Hakikatnya setiap insan telah tertanam jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya. Namun seringkali kita jumpai bahwa daya ciptanya kurang terealisasi, walaupun terealisasikan tetapi kurang mampu menumbuhkan daya tarik bagi masyarakat luas, bahkan tujuan yang ingin dicapainya lebih mengarah kepada sesuatu yang bersifat negatif, sehingga menimbulkan suasana yang kurang kondusif. Hanya sebagian kecil dari sejumlah umat yang mampu merealisasikan dan menjualnya serta memiliki daya tarik dengan tujuan yang bersifat positif. Bila dikaji lebih lanjut, “menurut pelukis Rembrandt dikatakan sebagai seorang wirausaha dan dapat diselaraskan dengan seorang seniman yang bisa melukiskan kata-kata dalam hati manusia dengan kemahiran seperti yang memadukan warna-warna lewat kanvasnya.”<sup>11</sup>

Totok S. Wiryasaputra.(2004: 3-4) menyatakan bahwa ada sepuluh sikap dasar (karakter) wirausaha yaitu:

Visionary (visioner), Positive (bersikap positif), *Confident* (percaya diri), *Genuine* (asli), *Goal oriented* (berpusat pada tujuan), *Persistent* (tahan uji), *Ready to facea risk* (siap menghadapi resiko), *Crreative* (kreatif menangkap peluang), *Healthy competitor* (menjadi pesaing yang baik), *Democratic leader* (pemimpin yang demokratis).<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2009), 180.

<sup>11</sup> Yuyus Suryana, dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*(Jakarta: Kencana, 2014), 2.

<sup>12</sup> Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahaan Sukses*, 54.



Berdasarkan observasi pendahuluan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 merupakan Yayasan pendidikan Islam yang memiliki prestasi cukup membanggakan di Daerahnya. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum memiliki kepala sekolah yang berkualitas dan mampu mengembangkan serta pengalaman yang dimilikinya melalui kinerjanya, sehingga mampu mengembangkan lembaga dengan sangat baik dan mampu meningkatkan produktivitas sekolah dengan optimal. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum mempunyai tujuan agar output yang dihasilkan nantinya akan siap memasuki dunia kerja, dalam arti mampu untuk memenuhi kebutuhan lapangan kerja, ataupun secara mandiri mampu membuat peluang untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. Akan tetapi untuk menghasilkan lulusan SMK yang bermutu dan memiliki kemampuan berwirausaha tidak bisa dilakukan dengan model pembelajaran yang sama. salah satu bentuk atau upaya yang dilakukan siswa yang masih menempuh dunia pendidikan, dengan cara menerjunkan langsung siswa ke Dunia Usaha/Dunia Industri melalui program Praktik Kerja Industri (prakerin) untuk memperoleh pengalaman nyata di Dunia Usaha/Dunia Industri.<sup>13</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mencermati lebih dalam mengenai Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa sehingga peneliti tertarik untuk mengambil judul “Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam

---

<sup>13</sup> Observasi, Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018”.

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Fokus penelitian disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam kalimat tanya.<sup>14</sup> Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?
2. Bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?
3. Bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?

---

<sup>14</sup> Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018.
2. Mendeskripsikan pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018.
3. Mendeskripsikan pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018.

### **D. Manfaat Penelitian**

Harapan dilaksanakan penelitian ini tidak hanya sekedar syarat untuk memperoleh gelar sarjana saja, melainkan juga dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak terkait. Manfaat penelitian dapat berupa manfaat secara teoritis dan manfaat praktis, seperti manfaat bagi penulis/peneliti, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. manfaat penelitian harus realistis. Penjabaran tersebut maka tersusunlah manfaat penelitian sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah, memperdalam, dan memperluas khasanah keilmuan, khususnya yang terkait dengan

manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

### a. Peneliti

- 1) Menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman tentang penulisan karya ilmiah sebagai bekal untuk mengadakan penelitian dimasa mendatang.
- 2) Sebagai bahan studi empiris bagi penyelesaian skripsi di IAIN Jember dan menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam dunia kewirausahaan dan Implementasi Manajemen Pemasaran di Sekolah.

b. Kepala Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi para pengelola Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) untuk mengambil kebijakan dan langkah-langkah strategis dalam mewujudkan visi dan misi lembaga yang profesional.

c. Kepala perpustakaan IAIN Jember, hasil penelitian ini dapat dijadikan kajian untuk melengkapi kepastakaan dan tambahan refrensi kepastakaan bagi seluruh civitas akademika IAIN Jember bahkan sebagai evaluasi bagi lembaga sehingga dapat menyempurnakan manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti didalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.<sup>15</sup>

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Memiliki beberapa Program Keahlian yaitu:

1. Program Keahlian Teknik Kendaraan Ringan
2. Program Keahlian Akutansi
3. Program Keahlian Multimedia
4. Program Keahlian Pemasaran
5. Program Keahlian Teknik Sepeda Motor
6. Program Keahlian Produksi Film dan Siaran TV

Alasan Peneliti mengambil data penelitian di Program Keahlian Pemasaran, karena program Keahlian Pemasaran di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi merupakan salah satu jurusan yang didukung dengan sarana dan prasarana penunjang yang mampu meningkatkan kompetensi siswa dalam menghadapi dunia usaha dan dunia industri yang semakin pesat perkembangannya.

Penulis terlebih dahulu akan menjelaskan arti dari masing-masing kata yang mendukung judul tulisan ini. Pengertian dari masing-masing istilah judul penulisan adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Tim Penyusun, *pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 45.

## 1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi.<sup>16</sup>

Manajemen Pemasaran yang dimaksud oleh peneliti dalam judul penelitian ini ialah mampu melakukan kegiatan yang sudah direncanakan, dan diorganisasikan dalam rangka memuaskan keinginan dan memuaskan masyarakat dengan menggunakan sumber daya manusia yang ada, guna mencapai tujuan dan sasaran tertentu dibidang pemasaran dan memberikan pendekatan yang sistematis dan teratur bagi usaha.

## 2. Jiwa Kewirausahaan

Jiwa adalah sesuatu yang abstrak. Jiwa adalah sesuatu yang tidak tampak, tidak dapat dilihat oleh alat indera seseorang. Manusia dapat mengetahui jiwa seseorang hanya dengan tingkah lakunya. Tingkah laku tersebut merupakan pernyataan jiwa yang dapat dihayati dari luar.

Wirausaha berasal dari kata Francis, yakni *entrepreneur* yang dalam bahasa Inggrisnya adalah *between-taker* atau *go-between*. Istilah wirausaha dapat disamakan dengan wiraswasta yang artinya keberanian, kesungguhan, dan keseriusan dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan masalah yang dihadapi dengan mengerahkan seluruh kekuatan yang dimilikinya sendiri.<sup>17</sup>

Jiwa Kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang dan memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat, dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih

<sup>16</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), 12.

<sup>17</sup> E. Mulyasa, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 189.

bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko kreativitas, inovasi dan kemampuan manajemen.<sup>18</sup>

Jiwa kewirausahaan yang dimaksud oleh peneliti dalam judul penelitian ini ialah kemampuan setiap individu yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan dan mengembangkan gagasan kreatif dan inovatif dalam setiap kegiatan yang produktif. Jiwa dan sikap kewirausahaan dapat dimiliki setiap orang, asalkan selalu membiasakan berfikir kreatif dan bertindak inovatif sebagai dasar, kiat, kekuatan untuk memanfaatkan setiap peluang menuju sukses dan mengelola lembaga pendidikan pada bagian kewirausahaan dalam mengembangkan jiwa bisnis siswa.

Berdasarkan definisi istilah tersebut maka yang dimaksud judul penelitian Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 adalah mengimplementasikan manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa dan menghasilkan tamatan yang siap memasuki lapangan kerja secara mandiri sebagai wirausaha, untuk mengembangkan sikap dan keterampilan, cara berfikir kritis dan kreatif siswa dalam melihat hubungan manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan, manusia dengan penciptannya, dalam rangka mewujudkan manusia yang berkualitas

---

<sup>18</sup> Yuyus Suryana, dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, 29.

yang mampu membangun dirinya sendiri dan bertanggung jawab atas pembangunan Bangsa dan Negara.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif.<sup>19</sup> Skripsi ini akan terdiri dari lima bab yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Bab Satu** Pendahuluan ini dibahas mengenai Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah, Sistematika Pembahasan.

**Bab Dua** Kajian Kepustakaan yang terdiri dari Penelitian Terdahulu dan Kajian Teori. Penelitian terdahulu berguna untuk melihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan ini. Kajian teori berisi tentang teori yang terkait sehingga berguna sebagai perspektif dalam penelitian.

**Bab Tiga** Metode Penelitian yang terdiri dari Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Subyek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Analisis Data, keabsahan data dan Tahap-tahap Penelitian.

**Bab Empat** Penyajian Data dan Analisis yang terdiri Gambaran Obyek Penelitian, Penyajian Data dan Analisis, Pembahasan Temuan yang diperoleh di lapangan.

---

<sup>19</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulis Karya Ilmiah*, 48.



**Bab Lima** Penutup Terdapat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang bersifat konstruktif.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka, pernyataan keaslian penulisan, dan lampiran-lampiran sebagai pendukung dalam pemenuhan kelengkapan data skripsi.



## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, karena dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas posisi penelitian yang hendak dilakukan. Bagian ini peneliti menyajikan data tentang penelitian terdahulu yang ditulis oleh:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yunita Widyaning Astiti 2014 yang berjudul “ Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, adapun hasil dari Pendidikan ini adalah pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha dan keterampilan berwirausaha.<sup>20</sup> Persamaannya adalah fokus permasalahan yang dibahas sama-sama memaparkan kewirausahaan, terutama pada keterampilan kewirausahaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu, metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rifqi Azis yang berjudul “Potret Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Wirausaha Muslim di Pondok Pesantren Sidogiri Ds. Sidogir Kec. Kraton Kabupaten Pasuruan”.

---

<sup>20</sup> Yunita Widyaning Astiti, “ *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014)

Adapun hasil dari penelitian ini adalah Pendidikan kewirausahaan dalam membangun wirausaha muslim di Pondok pesantren sidogiri tahun 2010 antara lain:pondok pesantren sidogiri mengembangkan kurikulum salaf menjadi kurikulum pendidikan kewirausahaan, menanamkan landasan wirausaha muslim kepada santri, dan menubuhkan integritas wirausaha muslim kepada santri dengan jalan santri diberikan kesempatan untuk praktikum di koppontren sidogiri dan BMT MMU dan UGT dan kegiatan ma'hadiah.<sup>21</sup>

Persamaannya adalah metode penelitian yang digunakan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sama-sama menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi, keabsahan data yang digunakan sama-sama triangulasi sumber. Perbedaannya Fokus permasalahan yang dibahas yaitu pendidikan kewirausahaan dalam membangun wirausaha muslim, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan kepada implementasi manajemen pemasaran dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

3. Penelitian yang dilakukan oleh Irna Baroroh yang berjudul “Manajemen Kewirausahaan dalam mengembangkan Jiwa Bisnis Siswa Di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al- Hasan Desa Kemiri Kecamatan Panti”.

Adapun hasil dari penelitian ini adalah mencermati lebih dalam lagi mengenai manajemen kewirausahaan dalam mengembangkan jiwa bisnis

---

<sup>21</sup> Ahmad Rifqi Azis, “Potret Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Wirausaha Muslim di Pondok Pesantren Sidogiri Ds. Sidogir Kec. Kraton Kabupaten Pasuruan”.(Skripsi, STAIN Jember, Jember, 2010)

siswa dengan melakukan *Business Center* dan Unit produksi SMK Mini dengan cara siswa diajarkan untuk selalu menanamkan dan mengembangkan 4 C yaitu kreatif, berfikir kritis, komunikasi, dan kerjasama.<sup>22</sup> Persamaannya adalah metode penelitian yang digunakan adalah sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sama-sama menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi, keabsahan data yang digunakan sama-sama triangulasi sumber. Perbedaannya Fokus penelitian yang dibahas yaitu tentang manajemen kewirausahaan dalam mengembangkan jiwa bisnis, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan kepada implementasi manajemen pemasaran dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan dan persamaan**

No	Nama	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Yunita Widyaning Astiti	2014	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Fokus permasalahan yang dibahas sama-sama memaparkan kewirausahaan, terutama pada keterampilan kewirausahaan	penelitian terdahulu, metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif

<sup>22</sup> Irna Baroroh, "Manajemen Kewirausahaan dalam mengembangkan Jiwa Bisnis Siswa Di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al- Hasan Desa Kemiri Kecamatan Panti". (skripsi, IAIN Jember, Jember, 2016)

2.	Ahmad Rifqi Azis	2010	Potret Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Wirausaha Muslim di Pondok Pesantren Sidogiri Ds. Sidogir Kec. Kraton Kabupaten Pasuruan	Metode penelitian menggunakan pendekatan kaulitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.	Fokus penelitian yang dibahas yaitu pendidikan kewirausahaan dalam membangun wirausaha muslim, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan kepada implementasi manajemen pemasaran dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)
3.	Irna Baroroh	2016	Manajemen Kewirausahaan dalam mengembangkan Jiwa Bisnis Siswa Di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al- Hasan Desa Kemiri Kecamatan Panti	Metode penelitian menggunakan pendekatan kaulitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber.	Fokus penelitian yang dibahas yaitu tentang manajemen kewirausahaan dalam mengembangkan jiwa bisnis, sedangkan penelitian ini lebih memfokuskan kepada implementasi manajemen pemasaran dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa posisi penelitian yang dilakukan lebih fokus pada implementasi manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi, sedangkan posisi penelitian yang dilakukan ini dengan ketiga penelitian yang telah disebutkan adalah penelitian ini merupakan penelitian baru yang membahas tentang implementasi manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

## **B. Kajian Teori**

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

### **1. Kajian tentang Manajemen Pemasaran**

#### **a. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Manajemen Pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran, Manajemen adalah proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) dengan memanfaatkan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Istilah Pemasaran yaitu suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan

mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.<sup>23</sup>

Manajemen pemasaran ialah alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang didesain untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.<sup>24</sup>

Menurut Kotler (1980), Manajemen pemasaran adalah proses penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Peter Drucker yang dikutip dari buku Jamal tujuan pemasaran adalah “mengetahui dan memahami pelanggan secara mendalam sehingga produk atau jasa yang diciptakan sesuai dengan pelanggan”.<sup>25</sup>

“Manajemen *marketing* atau pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dan menciptakan, menyerahkan, serta mengkomunikasikan nilai unggul kepada pelanggan”.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 2.

<sup>24</sup> Deliyanto Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, 13.

<sup>25</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah* (Yogyakarta: Diva Press, 2015), 25

<sup>26</sup> Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*, 24.

Manajemen Pemasaran secara umum memiliki tiga tugas pokok yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.

- 1) Perencanaan sangat diperlukan untuk mengikuti perkembangan dimasa mendatang. Tanpa perencanaan, “sebuah organisasi kemungkinan akan mengambil cara-cara yang ekstrim untuk menghindari kerugian atau untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.”<sup>27</sup>

Menurut Burhanuddin yang dikutip dari buku Bahruddin dan Moh. Makin perencanaan merupakan suatu kegiatan yang sistematis mengenai apa yang akan dicapai, kegiatan yang harus dilakukan, langkah-langkah, metode-metode, pelaksanaan (tenaga) yang dibutuhkan untuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan pencapaian tujuan.<sup>28</sup>

Mengenai pentingnya suatu perencanaan ada beberapa konsep yang tertuang dalam surah al-Hasyr ayat 18 mengenai fungsi perencanaan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memerhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.(QS. Al-Hasyr: 18)<sup>29</sup>

<sup>27</sup> Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 57.

<sup>28</sup> Bahruddin dan Moh. Makin, *Manajemen Pendidikan Islam Transformasi Menuju Sekolah Atau Madrasah Unggul*, (Malang: UIN-Maliki Malang Press), 150.

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an terjemah Al-Jumanatul Ali*, 549.



Perencanaan disini menekankan kepada usaha mengisi kesenjangan antara keadaan sekarang dengan keadaan yang akan datang disesuaikan dengan apa yang dicita-citakan, ialah menghilangkan jarak antara keadaan sekarang dengan keadaan mendatang yang diinginkan.<sup>30</sup>

Ayat tersebut memberi pesan kepada orang-orang beriman untuk memikirkan masa depan. Dalam bahasa manajemen, pemikiran masa depan yang dituangkan dalam konsep yang jelas dan sistematis ini disebut perencanaan (*planning*). Perencanaan ini menjadi sangat penting karena berfungsi sebagai pengarah bagi kegiatan, target, dan hasilnya dimasa depan sehingga apa pun kegiatan yang dilakukan dapat berjalan dengan tertib.<sup>31</sup>

Berdasarkan Ayat tersebut peneliti menghubungkan dengan perencanaan Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018, dapat diambil sebuah penjelasan bahwa perencanaan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan merupakan kegiatan sistematis merancang sumber daya manusia, mengenai apa yang akan dicapai, keperluan merencanakan ini terletak pada kenyataan bahwa manusia dapat mengubah masa depan menurut kehendaknya. Manusia tidak boleh menyerah pada keadaan dan masa depan yang menentu tetapi menciptakan masa depan. Dengan demikian landasan dasar perencanaan adalah kemampuan manusia untuk secara sadar memilih alternatif masa depan yang akan dikehendaknya dan kemudian mengarahkan daya upayanya untuk mewujudkan masa

<sup>30</sup> Veitzhal Rivai Zainal dan Fauzi Bahar, *Islamic Education Management, dari teori ke praktik Mengelola Prndidikan secara profesional dalam perspektif Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 191

<sup>31</sup> Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2010), 30

depan yang dipilihnya, dalam hal ini manajemen yang akan diterapkan seperti apa, sehingga dengan dasar itulah maka suatu rencana akan terealisasi dengan baik.

Proses perencanaan pemasaran meliputi:

a) Menganalisa situasi

Usaha penganalisaan peluang pasar, manajemen membuat suatu analisa yang teliti tentang situasi perusahaan, termasuk: pasarnya, persaingan, produk, saluran distribusi, dan program promosi. Proses selanjutnya diteruskan dengan menyusun strategi pemasaran.<sup>32</sup>

b) Menyusun strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan hal itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, dan lokasi pemasaran.

c) Menyusun program pemasaran

Menyusun program pemasaran ini merupakan pedoman untuk bekerja. Program yang baik selalu memperkirakan pelaksanaannya untuk jangka waktu tertentu dan bertujuan agar proses dilapangan menjadi mudah dan terarah.

---

<sup>32</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, 2.

- 2) Pelaksanaan pemasaran adalah proses yang mengubah rencana pemasaran menjadi aktivitas nyata dan memastikan bahwa aktivitas itu dilaksanakan sedemikian rupa sehingga mampu mencapai tujuan yang telah direncanakan dan penerapan merupakan kegiatan untuk menjalankan rencana yang sudah diprogram.

Menurut George R. Terry yang dikutip dari buku Bahruddin dan Moh. Makin mendefinisikan pelaksanaan sebagai tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok suka berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran, agar sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha organisasi.<sup>33</sup>

Pelaksanaan merupakan hal terpenting dalam fungsi manajemen karena merupakan pengupayaan berbagai jenis tindakan itu sendiri, agar semua anggota kelompok mulai dari tingkat teratas sampai terbawah berusaha mencapai sasaran organisasi sesuai dengan rencana yang ditetapkan semula, dengan cara yang baik dan benar.

Al-Qur'an dalam hal ini sebenarnya telah memberikan pedoman dasar terhadap proses pembimbingan, pengarahan ataupun memberikan peringatan dalam bentuk *actuating*. Allah berfirman dalam surah al - Kahfi ayat 2 sebagai berikut:

قِيَمًا لِّيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِّن لَّدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا ﴿٢﴾

<sup>33</sup> Bahruddin dan Moh. Makin, *Manajemen Pendidikan Islam Transformasi Menuju Sekolah Atau Madrasah Unggul*, 159.

Artinya: “sebagai bimbingan yang lurus, untuk memperingatkan siksaan yang sangat pedih dari sisi Allah dan member berita gembira kepada orang-orang yang beriman,yang mengerjakan amal shaleh, bahwa mereka akan mendapat pembalasan yang baik”. (QS. Al – Kahfi: 2)<sup>34</sup>

Berdasarkan Ayat tersebut peneliti menghubungkan dengan pelaksanaan Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018, dapat diambil sebuah penjelasan bahwa pelaksanaan tersebut dapat memberikan motivasi, untuk memberikan penggerakan dan kesadaran terhadap dasar dari pada pekerjaan yang akan dilakukan, yaitu menuju tujuan yang telah ditetapkan disertai dengan menimbulkan kesadaran dan kemauan untuk bekerja dengan tekun dan baik.

Penerapan rencana operasi maka akan menciptakan budaya kualitas dalam segmen dan langkahnya, sehingga proses yang disediakan sesuai dengan kebutuhan customer dan menimbulkan kepuasan, sedangkan kepuasan dari pelanggan akan mengantarkan lembaga tersebut pada citra yang lebih baik serta peningkatan peminat, sehingga pendapatan menjadi meningkat.

- 3) Pengawasan pemasaran adalah usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana. Setiap manajer harus mengetahui tentang apa yang dihadapi. Manajer penjualan misalnya, harus selalu memperhatikan anggaran

---

<sup>34</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an terjemah Al-Jumanatul Ali*, 294.

penjualan (volume penjualan dan pengeluarannya) untuk mengendalikan kegiatan para salesmannya. Sehingga ia akan mengetahui dengan cepat setiap penyimpangannya yang terjadi.

Pengawasan adalah salah satu fungsi dalam manajemen untuk menjamin agar pelaksanaan kerja berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dalam perencanaan.

Pengawasan dalam Al-Qur'an bersifat transendental, jadi dengan begitu akan muncul tertib diri dari dalam. Itulah sebabnya di zaman generasi Islam pertama, motivasi kerja mereka hanyalah Allah kendatipun dalam kehidupan keduniawian yang saat ini dinilai cenderung sekuler sekalipun.<sup>35</sup>

Mengenai fungsi pengawasan, Allah berfirman dalam surah

As - Syura ayat 16 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ تَحْتَاجُونَ فِي اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مَا اسْتُجِيبَ لَهُمْ حَتَّوهُمْ دَاخِضَةً  
عِنْدَ رَبِّهِمْ وَعَلَيْهِمْ غَضَبٌ وَلَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ ﴿١٦﴾

Artinya: “Dan orang-orang yang mengambil perlindungan-perlindungan selain Allah, Allah mengawasi (perbuatan) mereka; dan kamu (ya Muhammad) bukanlah orang yang disertai mengawasi mereka”. (QS. As – Syura:16)<sup>36</sup>

Berdasarkan Ayat tersebut peneliti menghubungkan dengan pengawasan Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum

<sup>35</sup> Bahruddin dan Moh. Makin, *Manajemen Pendidikan Islam Transformasi Menuju Sekolah Atau Madrasah Unggul*, 168.

<sup>36</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an terjemah Al-Jumanatul Ali*, 486.

Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018, dapat diambil sebuah penjelasan bahwa pengawasan merupakan salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan penilaian, hal ini dilakukan untuk mengetahui apa yang akan dilaksanakan dan menentukan tindakan selanjutnya.

Proses pengawasan yang harus dilakukan oleh manajemen ada tiga, yakni:<sup>37</sup>

- a) Mengetahui apa yang terjadi. Dari fakta-fakta yang diperoleh, manajemen dapat membandingkan antara hasil riil dengan rencananya, sehingga dapat ditentukan ada atau tidak adanya penyimpangan.
- b) Mengetahui mengapa hal itu terjadi. Hal ini menyangkut beberapa alasan tentang dapat dicapainya suatu hasil
- c) Menentukan tindakan selanjutnya. Tindakan dapat berupa merencanakan program untuk periode mendatang dan merencanakan kegiatan-kegiatan untuk memperbaiki kondisi yang kurang baik.

## **2. Kajian tentang Jiwa Kewirausahaan**

### **a. Pengertian jiwa kewirausahaan**

“Jiwa adalah sesuatu yang abstrak. Jiwa adalah sesuatu yang tidak tampak, tidak dapat dilihat oleh alat indera seseorang.”<sup>38</sup> Manusia dapat mengetahui jiwa seseorang hanya dengan tingkah lakunya.

<sup>37</sup> Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 66.

<sup>38</sup> Muchlis, *Ilmu Jiwa Belajar* (Jember: Center For Society Studies, 2007), 10.

Tingkah laku tersebut merupakan pernyataan jiwa yang dapat dihayati dari luar.

Kewirausahaan adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis baru, dengan menghadapi risiko dan ketidakpastian, dan bertujuan untuk mencapai laba serta pertumbuhan melalui pengidentifikasian peluang-peluang melalui kombinasi sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaatnya.<sup>39</sup>

Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan suatu usaha. Kemampuan dalam menciptakan itu memerlukan suatu kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang telah ada sebelumnya. Pada intinya kata kunci dari kewirausahaan adalah “*inovatif dan kreatif*”, seseorang yang mempunyai sifat tersebut maka sebenarnya dia telah memiliki jiwa wirausaha.

Istilah wirausaha dapat disamakan dengan wiraswasta yang artinya keberanian, keunggulan, keseriusan dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan berbagai masalah yang dihadapi dengan menggerakkan seluruh kekuatan yang dimilikinya sendiri. Sebagai besar pendorong perubahan, inovasi, dan kemajuan sekolah biasanya berasal dari kepala sekolah yang berjiwa wirausaha, karena mereka merupakan pemimpin sekaligus manajer pendidikan tingkat satuan pendidikan.<sup>40</sup>

Kecerdasan wirausaha adalah kemampuan seorang dalam mengenali dan mengelola diri serta berbagai peluang maupun sumber daya sekitarnya secara kreatif untuk menciptakan nilai

---

<sup>39</sup> J. Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 17.

<sup>40</sup> E. Mulyasa, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, 189.

tambah bagi dirinya secara berkelanjutan. Wirausaha tidak hanya membangun bisnis semata, tetapi mengubah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreativitas dan inovasi.<sup>41</sup>

Allah telah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk giat berusaha dan memiliki semangat berwirausaha.

Di antaranya ialah tertuang dalam firman Allah dalam surah Al-Jumu'ah ayat 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا  
اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (QS. Al-Jumu'ah: 10)<sup>42</sup>

Berdasarkan ayat ini dapat dijelaskan makna dalam kata “carilah karunia Allah” yang dimaksud untuk segala usaha halal yang manusia untuk memenuhi kebutuannya. Maka dari itu, untuk memenuhi kebutuhannya umat muslim harus berusaha semaksimal mungkin agar kebutuhannya terpenuhi. Dalam hal ini diperlukan manajemen yang sistematis terencana agar usaha tersebut dapat berjalan secara maksimal.

Berdasarkan peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 13 Tahun 2007 tentang standart Kepala Sekolah/Madrasah dikemukakan bahwa setiap kepala sekolah/madrasah harus memiliki 5 (lima) kompetensi dasar; yaitu kompetensi kepribadian, manajerial, supervisi,

<sup>41</sup> Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, 29.

<sup>42</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an terjemah Al-Jumanatul Ali*, 554.



dan kewirausahaan. Kelima kompetensi dasar tersebut, kompetensi kewirausahaan merupakan hal baru bagi kepala sekolah. Disamping itu, masalah kewirausahaan merupakan isu Nasional yang akhir-akhir ini banyak diperbincangkan, khususnya dalam dunia pendidikan. Bagaimana pendidikan mampu menghasilkan lulusan yang mandiri yang memiliki jiwa dan kompetensi kewirausahaan sehingga setelah lulus tidak bergantung kepada orang lain, tidak menganggur, dan tidak menjadi beban masyarakat.<sup>43</sup>

Pada dasarnya *entrepreneurship* merupakan proses inovatif yang menghasilkan suatu yang baru. *Entrepreneurship* adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk mengambil tindakan yang sukses untuk memperoleh kesuksesan. Jadi *entrepreneur* merupakan seseorang yang berani mengambil resiko, mampu melihat adanya peluang bisnis, mampu mendayagunakan sumber daya secara efektif dan efisien untuk memperoleh keuntungan.<sup>44</sup>

Menurut Yuyun Wirasamita yang dikutip dari buku Hendro bahwa kewirausahaan dan wirausaha merupakan faktor produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan dan produk yang diperlukan masyarakat.<sup>45</sup>

Berdasarkan kutipan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kewirausahaan merupakan kegiatan yang dilakukan manusia dimana dalam pelaksanaannya sangat membutuhkan kemampuan yang diselingi

---

<sup>43</sup> E. Mulyasa, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, 188.

<sup>44</sup> Serian Wijatno, *pengantar entrepreneurship*, (Jakarta: Gramedia, 2009), 1

<sup>45</sup> Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Binis* (Jakarta: Erlangga, 2011), 25

dengan kemauan untuk dapat berfikir kreatif, berinovasi sehingga dapat menghasilkan karya-karya baru yang dapat menghasilkan nilai jual.

Menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl, yang dikutip dari buku Hendro bahwa kewirausahaan adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu *value* (nilai) dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak.<sup>46</sup>

Karakter wirausaha merupakan tabiat, watak, sifat-sifat, kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari yang lain. Membangun karakter (*character building*) adalah proses mengukir atau memahat jiwa sedemikian rupa, sehingga “berbentuk” unik, menarik, dan berbeda atau dapat dibedakan dengan yang lain.<sup>47</sup>

Totok S. Wiryasaputra menyatakan ada sepuluh sikap dasar (karakter) wirausaha yaitu:

- 1) *Visionary* (visioner) yaitu mampu melihat jauh kedepan, selalu melakukan yang terbaik pada masa kini, sambil membayangkan masa depan yang lebih baik.
- 2) *Positive* (bersikap positif), yaitu membantu seseorang wirausaha selalu berfikir yang baik, tidak tergoda untuk memikirkan hal-hal yang bersifat negatif, sehingga dia mampu mengubah tantangan menjadi peluang dan selalu berfikir akan sesuatu yang lebih besar.
- 3) *Confident* (percaya diri), sikap ini akan memandu seseorang dalam setiap pengambilan keputusan dan langkahnya. Sikap percayadiri tidak selalu mengatakan “ya” tetapi juga berani mengatakan “tidak” jika memang diperlukan.
- 4) *Genuine* (asli), seorang wirausaha harus mempunyai ide, pendapat, dan mungkin modal sendiri. Bukan berarti harus menciptakan sesuatu yang betul-betul baru, dapat saja dia menjual sebuah produk yang sama dengan yang lain, namun dia harus membangun nilai tambah atau baru.
- 5) *Goal Oriented* (berpusat pada tujuan), selalu berorientasi pada tugas dan hasil. Seorang wirausaha ingin selalu berprestasi,

<sup>46</sup> Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Bisnis*, 30.

<sup>47</sup> Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, 66.

berorientasi pada laba, tekun, tabah, bekerja keras, dan disiplin untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan.

- 6) *Persistent* (tahan uji), harus maju terus, mempunyai tenaga, dan semangat yang tinggi, pantang menyerah, tidak mudah putus asa dan kalau jatuh segera bangun kembali.
- 7) *Ready to face a risk* (siap menghadapi resiko), risiko yang paling berat adalah bisnis gagal dan uang habis. Siap sedia menghadapi risiko, persaingan, harga turun naik, kadang untung atau kadang rugi, barang tidak laku atau tidak ada order. Harus dihadapi dengan penuh keyakinan. Membuat perkiraan dan perencanaan yang matang sehingga tantangan dan risiko dapat diminimalisasi.
- 8) *Creative* (kreatif menangkap peluang), peluang selalu ada dan lewat didepan kita. Sikap yang tajam tidak hanya mampu melihat peluang, tetapi juga mampu menciptakan peluang.
- 9) *Healthy Competitor* (menjadi pesaing yang baik), beani memasuki dunia usaha, harus berani memasuki dunia usaha, harus berani memasuki dunia persaingan. Persaingan jangan membuat stres, tetapi harus dipandang untuk membuat kita lebih maju dan berfikir secara lebih baik.
- 10) *Democratic Leader* (pemimpin yang demokratis), memiliki kepemimpinan yang demokratis, mampu menjadi teladan dan inspirator bagi yang lain.

Menurut Meredith, seorang wirausaha haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan berpikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Untuk menjadi wirausaha tersebut seseorang harus memiliki karakter.<sup>48</sup>

Berdasarkan karakteristik tersebut maka dapat diambil kesimpulan, untuk bisa menjadi wirausahawan sukses tidak hanya dipengaruhi oleh faktor banyaknya modal yang dimiliki dan fasilitas atau koneksi/kedekatan dengan sumbu kekuasaan yang dinikmati. Akan tetapi yang lebih menonjol adalah karena adanya faktor bahwa bisnis atau usahanya dapat dikelola oleh yang berjiwa *entrepreneur* dan tahu persis tentang apa, mengapa, dan bagaimana bisnis itu harus berjalan

<sup>48</sup> Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, 62.

dan dikelolanya serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas, dan inovasi,serta kemampuan manajemen.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan penelitian kualitatif, karena dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan apa adanya yang ada dilapangan berkaitan dengan fokus penelitian ini. Menurut Bogdan dan Taylor yang disitir Moleong, menyatakan bahwa “Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati.”<sup>49</sup>

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci dalam peneliti guna menghasilkan data-data deskriptif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *Field Research* yang dinyatakan dalam bentuk deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya.<sup>50</sup>

Penelitian ini memilih jenis deskriptif berfungsi untuk menguraikan dan menjabarkan tentang Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018. Jenis deskriptif sangat membantu menguraikan data dilapangan

---

<sup>49</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 2001), 4.

<sup>50</sup> Basrori dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 28

yang terus dikaji dalam fokus penelitian berangkat dari inilah peneliti mengambil jenis deskriptif.

Alasan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian yang akan dilakukan ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan kondisi, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, dan efek yang terjadi untuk Mengimplementasikan Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018. Data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan fenomena yang diamati secara intensif, terperinci, dan mendetail.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Jl. KH. Askandariyah KM.02 Desa Wringinputih Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. SMK Manbaul Ulum Muncar terletak sekitar 40 Km dari kota Banyuwangi melewati jalur jalan raya propinsi dan 5 Km dari pusat Kec. Muncar melewati jalur jalan Desa. Letak geografis SMK Manbau Ulum Muncar berada pada ketinggian 20 M sampai 30 M diatas permukaan laut, dengan tekstur tanah lempung-berpasir dan kondisi topografi yang relative datar. SMK Manbaul Ulum Muncar berada di daerah yang cenderung aman dari adanya banjir dan gempa, serta berada pada lingkungan pedesaan yang masih cukup terbebas dari gangguan polusi. Kecamatan Muncar juga merupakan kecamatan yang memiliki banyak perusahaan industri, sehingga

keberadaan SMK Manbaul Ulum Muncar di Desa Wringinputih sangat berpotensi sebagai pencetak tenaga kerja yang sangat memadai.

Alasan sekolah ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan sekolah yang berada di Desa Wringinputih. Meskipun berada di Desa, dilihat dari segi prestasi bagus serta sekolah ini dipandang baik oleh masyarakat sekitar dan sangat berpotensi sebagai pencetak tenaga kerja yang memadai.

### C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang sangat penting dalam penelitian kualitatif adalah individu, benda, atau organisme yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.<sup>51</sup> Penentuan subyek penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive* yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.<sup>52</sup>

Ketika peneliti mengadakan wawancara dengan Kepala Sekolah, Ketua Jurusan Pemasaran, dan Peserta Didik mengenai Implementasi Manajemen Pemasaran dalam Menumbuhkan jiwa Kewirausahaan pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi pertama-tama dipilih satu atau dua informan, tetapi karena orang pertama ini memberikan data kurang lengkap, maka peneliti mencari informan yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang telah diberikan oleh orang sebelumnya. Proses ini terus berlanjut sampai terpenuhi data-data yang dibutuhkan atau sampai data tersebut mengalami titik kejenuhan.

---

<sup>51</sup> Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 91.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), 52.

Berdasarkan uraian tersebut yang dijadikan sebagai subyek penelitian ini adalah :

1. Kepala Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwang : Mohammad Maliki, S.Pd
2. Ketua Jurusan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi : Firdaus Yasin, S.E
3. Guru mata pelajaran kewirausahaan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum : Firdaus Yasin, S.E
4. Peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum kelas XII Jurusan Pemasaran: 6 orang
  - a. Ogy Hermawan
  - b. Adhana Fitriya Ningrum
  - c. Arini Maulidiyah
  - d. Umi Nur Khasanah
  - e. Kristin Anggrea Wati
  - f. Khusnul Musafirah

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data diantaranya:



## 1. Metode Observasi

Pelaksanaan observasi ini, peneliti menggunakan observasi non partisipan. Observasi non partisipan adalah peneliti tidak terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang terlibat dalam pembelajaran di lembaga tersebut. Sambil melakukan pengamatan, peneliti hanya mendapatkan sumber data atau informasi dari kepala madrasah, Ketua Jurusan Pemasaran dan siswa. Data yang diperoleh akan lebih lengkap dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.<sup>53</sup>

Data yang diperoleh peneliti dari metode observasi adalah:

- a. Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dapat dilakukan dengan menganalisa situasi, menyusun strategi pemasaran, dan menyusun program pemasaran.
- b. Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dapat dilaksanakan dengan menerapkan rencana operasional.
- c. Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yakni dengan mengukur penyimpangannya, mengukur hasil dan menentukan tindak lanjutnya.

---

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, 310.

## 2. Metode Wawancara

Wawancara adalah dialog yang dilakukan pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden terwawancara.<sup>54</sup>

### a. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur dilakukan dengan berdasarkan daftar pertanyaan dengan maksud dapat mengontrol dan mengatur proses wawancara, baik dari segi pertanyaan, perkiraan jawaban dari narasumber maupun lingkup masalah.<sup>55</sup>

### b. Wawancara tidak terstruktur

Wawancara tidak terstruktur hanya berisi garis besar data yang ingin diperoleh saja. Pewawancara boleh menanyakan apa saja yang dianggapnya perlu untuk dipertanyakan. Pertanyaan yang diajukan tidak selalu dalam urutan yang sama, bahkan pertanyaan tak selalu sama.

Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Alasannya menurut peneliti yang paling tepat untuk menanyakan secara langsung terkait pengalaman dan bagaimana implementasi manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa didalam lembaga pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muncar, Banyuwangi.

Data yang diperoleh peneliti dari metode wawancara ini adalah:

---

<sup>54</sup> Mundir, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 185.

<sup>55</sup> S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Bandung: Jemmars, 1991), 157.

- a. Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dapat dilakukan dengan menganalisa situasi, menyusun strategi pemasaran, dan menyusun program pemasaran
- b. Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dapat dilaksanakan dengan menerapkan rencana operasional
- c. Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yakni dengan mengukur penyimpangannya, mengukur hasilnya, dan menentukan tindak lanjutnya

### 3. Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau judul peneliti yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan mencari data yang diperlukan dalam penelitian ini.<sup>56</sup>

Metode dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan/tulisan, gambar, kegiatan, agenda, dan karya-karya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum, Muncar, Banyuwangi.

---

<sup>56</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 206.

Data-data yang diperoleh peneliti dari metode dokumentasi ini adalah sebagai berikut:

- a. Profil Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
- b. Visi dan Misi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
- c. Sejarah berdirinya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
- d. Data Guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
- e. Data Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
- f. Struktur organisasi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
- g. Dokumentasi yang berhubungan dengan Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa.

#### E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Data yang terkumpul tanpa dianalisis menjadi tidak bermakna, tidak berarti, menjadi data yang mati dan tidak berbunyi. Analisis data ini untuk memberi arti makna dan nilai yang terkandung dalam data.<sup>57</sup>

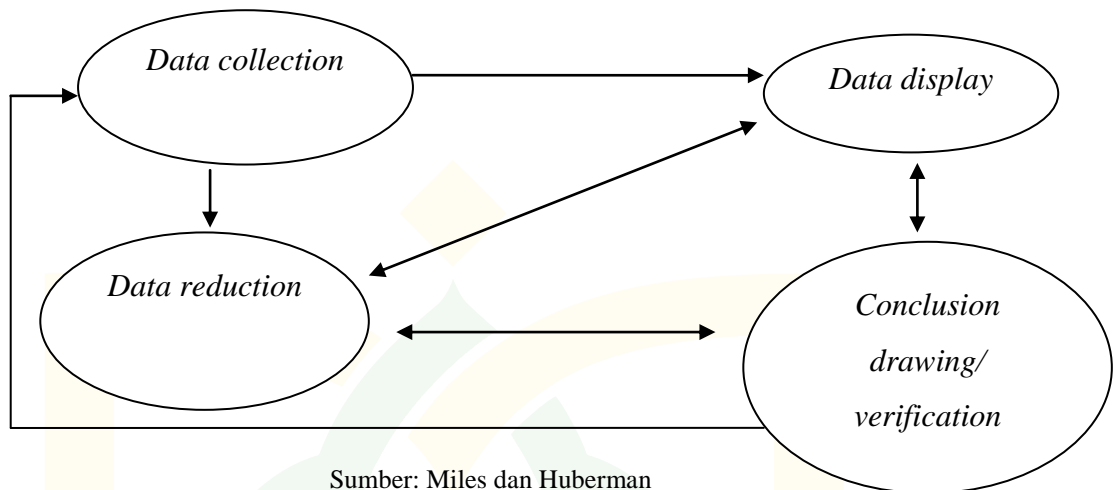
Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data interaktif *Miles and Huberman*. *Miles and Huberman* mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus – menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *collection data*, *data reductoin*, *data display*, dan *conclusion/verification*.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Kasiram, *Metodologi Penelitian* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 127

<sup>58</sup> Miles Matthew B dan A.Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

Untuk lebih jelasnya perhatikan gambar dibawah ini.



Sumber: Miles dan Huberman

Langkah–langkah dalam analisis data menurut Miles dan Huberman sebagai berikut:

#### 1. Koleksi data (*collection data*)

Kegiatan mengumpulkan data sebagai sumber data yang diperoleh sebagai bahan masukan dalam menghasilkan informasi sesuai dengan yang dikehendaki, dalam kegiatan ini, tentu saja termasuk pencatatan atau administrasi dari data sehingga bisa diketahui jumlah data yang tersedia dan memudahkan pencarian kembali data tersebut jika diperlukan. Sehingga koleksi data merupakan kumpulan atau keseluruhan data.

Tahap awal dalam penelitian yaitu pengumpulan data atau koleksi data dengan berbagai teknik (observasi, wawancara, dan dokumentasi) dengan menggunakan instrumen sesuai dengan teknik pengumpulan data.

Observasi dilakukan secara berkesinambungan untuk memperoleh data tentang implementasi manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa dengan menggunakan pedoman observasi.

Data wawancara diperoleh dengan menggunakan pedoman wawancara. Hal ini digunakan agar instrumen penelitian tetap terarah pada fokus penelitian.

Pengumpulan data dokumentasi diperoleh dari staf tata usaha dan ketua jurusan pemasaran SMK Manbaul Ulum Muncar untuk mencari data yang terkait dengan penelitian.

## 2. Reduksi Data (*Data reduction*)

Menurut *miles and Huberman* reduksi data adalah “proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.”<sup>59</sup>

Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka peneliti segera melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan, dan pemilihan data tersebut harus berlangsung secara terus menerus selama penelitian kualitatif berlangsung. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hasil pengamatan, sehingga mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan kepala Sekolah Menengah Kejuruan Manbaul Ulum Muncar, kepala jurusan pemasaran, beserta siswa siswi SMK Manbaul Ulum Muncar yang terkait dengan fokus penelitian, yaitu bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi, yang meliputi: menganalisa situasi, menyusun

---

<sup>59</sup> Miles Matthew B dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, 16.

strategi pemasaran, dan menyusun program pemasaran, bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar Banyuwangi, dapat dilaksanakan dengan menerapkan rencana operasional, bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yakni dengan mengukur penyimpangannya, mengukur hasilnya, dan menentukan tindak lanjutnya. Berdasarkan beberapa data yang diperoleh, selanjutnya data dirangkum dan dipilih hal-hal yang pokok terkait dengan fokus penelitian yang dilakukan.

### 3. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data disini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.<sup>60</sup> Setelah mereduksi data kemudian peneliti sajikan data-data yang berkaitan dengan fokus penelitian, yaitu, bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar Banyuwangi, yang meliputi : menganalisa situasi, menyusun strategi pemasaran, dan menyusun program pemasaran, bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar Banyuwangi, dapat dilaksanakan dengan menerapkan rencana operasional, bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yakni dengan mengukur

---

<sup>60</sup> Ibid., 17.

penyimpangannya, mengukur hasilnya, dan menentukan tindak lanjutnya.

Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

#### 4. Penarikan kesimpulan/verifikasi

Verifikasi adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.<sup>61</sup> Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Pengambilan kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab fokus penelitian yang telah dirumuskan sejak awal, yaitu : bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar Banyuwangi, yang meliputi : menganalisa situasi, menyusun strategi pemasaran, dan menyusun program pemasaran, bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar Banyuwangi, dapat dilaksanakan dengan menerapkan rencana operasional, bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yakni dengan mengukur penyimpangannya, mengukur hasilnya, dan menentukan tindak lanjutnya.

---

<sup>61</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014),220



## F. Keabsahan Data

Penelitian keabsahan data dilakukan untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan serta dapat dipercaya oleh semua pihak. Pengujian keabsahan data, peneliti ini menggunakan triangulasi.

“Triangulasi sumber adalah cara mengecek data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber”.<sup>62</sup> Sedangkan “triangulasi teknik adalah cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda”.<sup>63</sup>

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Alasan peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik karena menguji data yang didapat oleh peneliti, sudah valid atau sesuai belum dengan data yang peneliti cari untuk penelitiannya, sehingga data yang sudah didapat perlu diuji dengan menggunakan triangulasi. Selain itu, triangulasi sumber diperoleh dari data membandingkan hasil wawancara dari kepala sekolah, ketua program pemasaran, guru, dan siswa-siswi. Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek dan membandingkan data berdasarkan perencanaan, pelaksanaa, pengawasan dalam menumbuhkan kewirausahaan pada siswa melalui hasil teknik, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

## G. Tahap-tahap Penelitian

Untuk mengetahui proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti mulai awal hingga akhir maka perlu diuraikan tahap-tahap penelitian. Tahap-

---

<sup>62</sup> Sugiono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*, 274

<sup>63</sup> Ibid.,274.

tahap penelitian secara umum yaitu terdiri dari dua tahap. Dua tahap tersebut meliputi tahap penelitian pendahuluan serta pengembangan desain, dilanjutkan dengan penelitian sebenarnya :

#### 1. Penelitian Pendahuluan

##### a. Menyusun rencana penelitian

Penelitian dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing, yaitu Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I dan dilanjutkan dengan penyusunan proposal penelitian hingga diseminarkan.

##### b. Memilih lapangan penelitian

Lapangan penelitian yang dipilih peneliti Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muncar, Banyuwangi Meskipun berada di Desa, dilihat dari segi prestasi bagus serta sekolah ini dipandang baik oleh masyarakat sekitar dan sangat berpotensi sebagai pencetak tenaga kerja yang memadai.

##### c. Mengurus perijinan

Peneliti mengurus surat perijinan dengan surat pengantar dari pihak Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan di IAIN Jember ditunjukan kepada beberapa pihak terkait.

- 1) Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang diwakili oleh Khoirul Faizin, M.Ag.
- 2) Kepala Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.

3) Kepala jurusan pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.

4) Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Penelitian mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang obyek penelitian, lingkungan pendidikan dan lingkungan sosial, khususnya dalam Implementasi Manajemen Pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Peneliti dengan mudah menggali data yang yang dibutuhkan.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Informan yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah, Kepala sekolah, Tenaga Pendidik, dan Peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun kelapangan yakni mulai dari alat tulis, buku catatan, kertas, pedoman,wawancara, pedoman observasi, dan alat rekam.

2. Tahap penelitian sebenarnya

Peneliti melakukan penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi sambil menganalisis data yang diperoleh. Peneliti pergi kelapangan untuk mewawancarai informan-informan yang sudah dipilih oleh peneliti sendiri untuk menjawab semua pertanyaan,

peneliti menayakan apa saja yang ingin ditanyakan, namun masih berpegang pedoman wawancara yang sudah ditentukan.

### 3. Penulisan laporan

Peneliti menyusun kerangka laporan hasil penelitian setelah mendapatkan surat keterangan selesai penelitian dari Sekolah Menengah Kejuruan Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi . peneliti menganalisa ulang data yang sudah diklafikasikan dan mengkonsultasikan kepada dosen pembimbing sampai dapat dipertanggung jawabkan dihadapan penguji yang kemudian digandakan untuk diserahkan kepada pihak yang terkait.



## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah berdirinya SMK Manbaul Ulum Muncar Kabupaten Banyuwangi<sup>64</sup>

Sejarah berdirinya SMK Manbaul Ulum Muncar berdiri pada 06 Februari 2012. Yayasan Pondok Pesantren MANBAUL ULUM Muncar memiliki TK Khodijah 16, MI Darul Ulum, Mts Darul Ulum, SMP Unggulan Manbaul Ulum, MA Darul Ulum, SMK Manbaul Ulum, STAI Darul Ulum, Madin Ula, Madin Wustho, dan Madin Ulya. Awal berdirinya SMK Manbaul Ulum pertama kali masih satu gedung dengan SMP Unggulan Manbaul Ulum, pada tahun 2015 SMK Manbaul Ulum sudah resmi mempunyai gedung sendiri dan sangat berkembang pesat dengan SK Pendirian oleh Dinas Pendidikan Kabupaten Banyuwangi Nomor 421.3/355/429.101/2012 sebagai wadah untuk menyiapkan tenaga kerja yang berorientasi pada keterampilan dan keimanan pada Tuhan Yang Maha Esa.

Berdirinya SMK Manbaul Ulum muncar, kabupaten Banyuwangi (SMKSMU Muncar) tidak bisa lepas dari perjuangan para tokoh dan Pengasuh Pesantren Manbaul Ulum (PPMU) Berasan Wringinputih Muncar diantaranya; KH. Anwaruddin Ask. Kediri, KH. Abu Hasan Sadzili (Alm) (Pengasuh Pesantren Manbaul Ulum Berasan), KH. Imam

---

<sup>64</sup> Dokumentasi, Sejarah Berdirinya SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi, 20 Oktober 2017.

Baedlowi Ask. (Pengasuh Pesantren Manbaul Ulum Berasan), KH. Nur Khozin Ask. Malang, Drs. H.M. Wahidin dan para tokoh yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu. Para tokoh dan Pengasuh Pesantren Manbaul Ulum (PPMU) Berasan Wringinputih memperjuangkan berdirinya SMK Manbaul Ulum muncar.

SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Untuk mempersiapkan SDM santri yang tidak hanya mampu mengaji, baca kitab kuning, tahlilan tetapi harus mampu menguasai teknologi yang saat ini berkembang begitu pesat. SMK Manbaul Ulum Muncar mencetak para lulusan yang berotak teknologi dan berhati santri. Lulusan SMK Manbaul Ulum Muncar harus memiliki ciri khusus lain dari pada lulusan SMK pada umumnya yaitu nilai tambah dalam bidang keagamaan/ilmu-ilmu diniyah diantaranya para lulusan SMK Manbaul Ulum Muncar mampu mewarnai dunia kerja mereka dan memiliki jiwa kewirausahaan dengan prinsip-prinsip keislaman.

## 2. Profil SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi<sup>65</sup>

PROFIL SMK MANBAUL ULUM			
1.	Nama	SMK MANBAUL ULUM	
	NSS/ NPSN/ NIS	402052505040/ 20584049	400510
	Status/ Tahun Berdiri	Swasta	2012
2.	No/Tgl. SK Pendirian	421.3/355/429.101/2012	6 Februari 2012
3.	- Program Keahlian - Kompt Keahlian	'1. Teknik Otomotif	
		'2. Akutansi	
		'3. Multimedia	
		'4. Pemasaran	
		'5. TSM	
4.	Status Akreditasi	'6 Teknik produksi film dan siaran TV	
		B	

<sup>65</sup> Dokumentasi, Profil SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi, 20 Oktober 2017.

5.	Waktu KBM	Pagi s/d Sore	
6.	Alamat Kampus	Jl.KH. Askandar KM 02 Desa Wringinputih Kec. Muncar Kab. Banyuwangi Jawa Timur 68472	
7.	Telepon/Fax	(0333) 5980007	-
	E-mail / Website	<a href="mailto:smkmanbaululum@gmail.com">smkmanbaululum@gmail.com</a>	-
8.	Rekening Bank	6136-01-003903-53-1	Bank BRI Unit Tembokrejo
9.	NPWP	02.933.054.5-627.001	
10.	Kepala Sekolah	Mohamad Maliki, S.Pd	
	Telp Kepala Sekolah	-	(HP) 081336273502
11.	Lembaga	<b>Yayasan Manbaul Ulum</b>	
	No/Tgl SK. Kep.Sek	091/01/A/SK/YMU/VI/2016	
	Alamat	Jl. KH Askandar KM 02 Desa Wringinputih Kec. Muncar Kab. Banyuwangi Jawa Timur 68472	
	Telepon/Fax	-	
12.	Ka. Komite Sekolah	KH. Ahmad Ghozali	
	Telp Komite Sekolah	081319645425	
13.	Nama Pesantren	<b>Pondok Pesantren Manbaul Ulum</b>	
	Notaris Pesantren	192/ tahun 1964 dan 49/Th 2002	
	Menhukham Yayasan	AHU-1068.AH.01.04.Tahun 2013	
	Pendiri	KH.Askandar	
	Pengasuh	KH. Imam Baidlowi Askandar	
	Alamat Pesantren	Jl. KH Askandar KM 02 Desa Wringinputih Kec. Muncar Kab. Banyuwangi Jawa Timur 68472	

### 3. Visi dan Misi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi<sup>66</sup>

a. **Visi** : Dalam rangka mewujudkan pembangunan pendidikan yang terarah dan terprogram dalam mengimplementasikan proses belajar mengajar yang baik guna mencapai prestasi yang maksimal, maka SMK Manbaul Ulum merencanakan Visi sekolah sebagai berikut:

“Terciptanya SMK yang unggul dan bermutu tinggi yang berorientasi ke masa depan dengan bertumpu pada peningkatan iman kepada Allah, terdidik untuk mandiri berdasar IMTAQ dan Akhlaqul karimah sehingga

<sup>66</sup> Dokumentasi, Visi dan Misi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi, 20 Oktober 2017.

tercipta insan yang unggul dalam akhlaq dan berprestasi dalam teknologi”.

- b. Misi** : suatu tindakan untuk mewujudkan atau merealisasikan Visi. Berhubungan dengan Visi harus mengakomodasi semua kelompok kepentingan yang terkait dengan SMK Manbaul Ulum, maka Misi dapat juga diartikan sebagai landasan untuk memenuhi kepentingan setiap kelompok yang terkait dengan lembaga sekolah, karenanya misi yang tertuang merupakan bentuk layanan untuk memenuhi tuntutan yang tertuang dalam misi dengan berbagai indikatornya.

SMK Manbaul Ulum mempunyai tugas utama atau misi yaitu:

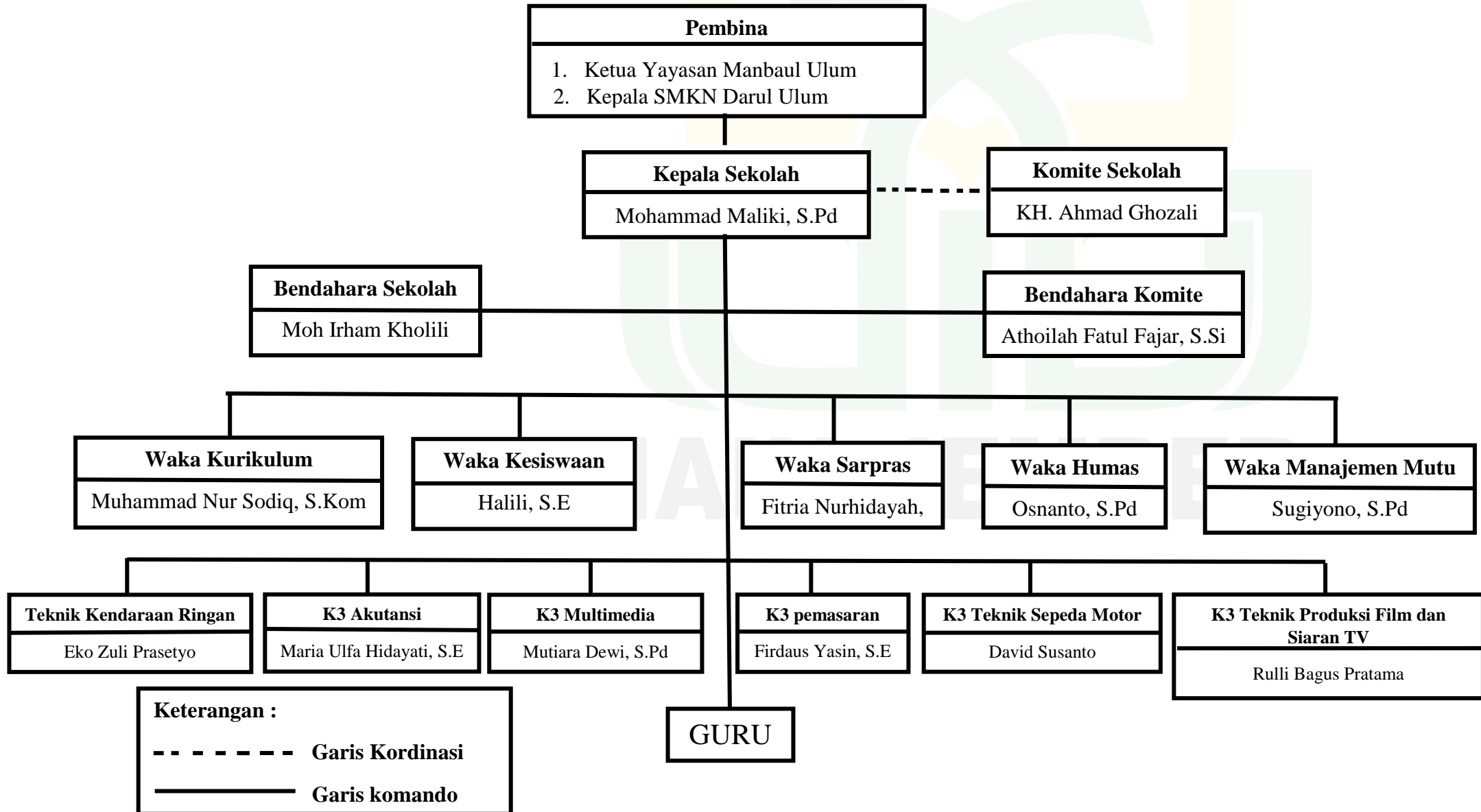
- 1) Menumbuh kembangkan penghayatan dan pengamalan ajaran agama, sehingga mampu menjadi generasi yang berilmu amaliah dan beramal ilmiah serta mampu menjadi suri tauladan bagi kehidupan bangsa dan beragama.
- 2) Menumbuh kembangkan semangat kemandirian dan tindakan yang mencerminkan Akhlakul Karimah kepada seluruh civitas akademik sekolah.
- 3) Melaksanakan pembelajaran secara efektif yang dilengkapi dengan sarana yang memadai sehingga kemampuan dan skill siswa mampu berkembang secara optimal sesuai dengan potensi yang dimilikinya.



- 4) Menerapkan manajemen partisipatif, dengan melibatkan seluruh civitas akademik sekolah dan kelompok masyarakat terkait (*stake holders*).
- 5) Mewujudkan system dan iklim pendidikan yang demokratis dan bermutu, sehingga kreatif, inovatif, berwawasan kebangsaan, cerdas, sehat, berdisiplin dan bertanggung jawab, berkepraktisan serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka meningkatkan kualitas manusia Indonesia.
- 6) Mewujudkan kehidupan sosial dan budaya yang berkepraktisan, dinamis dan berdaya tahan terhadap pengaruh globalisasi pada seluruh civitas akademik sekolah.



#### 4. Struktur Organisasi SMK Manbaul Ulum Muncar



## 5. Data Tenaga Pendidik di SMK ManbaulUlum

Tabel 4.1

Data Tenaga Pendidik di SMK Manbaul Ulum<sup>67</sup>

No	Nama	Jabatan
1	Mohammad Maliki, S.Pd	Kepala Sekolah
2	Muhammad Nur Sodiq, S.Kom	Waka Kurikulum
3	Halili, S.E	Waka Kesiswaan
4	Fitria Nurhidayah, SS	Waka Sarpras
5	Osnanto, S.Pd	Waka Humas
6	Sugiyono, S.Pd	Waka Manajemen Mutu
7	Mohammad Irham Kholili, S.Pd.I	Bendahara Sekolah
8	Athoilah Fatul Fajar, S.Si	Bendahara Komite
9	Maria Ulfa Hidayati, SE	Kepala Kompetensi Keahlian Akutansi
10	Eko Zuli Prasetyo	Kepala Kompetensi Keahlian Teknik Kendaraan Ringan
11	Mutiara Dewi, S.Pd	Kepala Kompetensi Keahlian Multimedia
12	Firdaus Yasin, SE	Kepala Kompetensi Keahlian Pemasaran
13	Moh. David Susanto	Kepala Kompetensi Keahlian TSM
14	Rulli Bagus Pratama	Kepala Kompetensi Keahlian
15	Farid Christanta, S.Pd	Pembina Pramuka dan LDKS
16	Novita Rizki Amalia, S.Pd	Pembina UKS
17	Desti Angga Saputra, S.Pd	Ekstrakurikuler Seni
18	Makhsun	Pokja Agama
19	Dana Gugus Maulana, S.Pd	Pokja Kesiswaan/pembina osis
20	Agus Ali Hasan Sadzili	Guru
21	Miftahul Huda	Guru
22	Drs. Jumari	Guru
23	Muhammad Saeen, S.Pd	Guru
24	N.Ula Raihan Bay, S.Pd	Guru
25	Yusi Putra Darmawan, S.Pd	Guru
26	Rizki fazar Irawan, S.Or	Guru
27	Eni Noviani	Guru
28	Sadid Tafsirul Hadi, S.Pd	Guru
29	Eni Fatmatul Hawa, S.Pd	Guru
30	Nur Imawati, S.Pd	Guru
31	Andi Eka Prima, S.Pd	Guru
32	Zuhriyah, S.Pd	Guru
33	Irfan, S.Pd, MM	Guru
34	Tina Wahyu Lestari, S.Pd	Guru
35	Helmi Abadi, S.Pd	Guru
36	Ervina Nur Afifah	Guru

<sup>67</sup> Dokumentasi, Data Tenaga Pendidik SMK Manbaul Ulum, 20 Oktober 2017.

37	Ali Arifin, S.Pd	Guru
38	Hasrul Efendi	Guru
39	Hasan Rifai, S.Pd	Guru
40	Haris Firdaus, ST	Guru
41	Hendra widiyantoro	Guru
42	Ahmad Najib, S.Pd	Guru
43	Syamsul Arifin, S.Pd	Guru
44	Sertu Marinir Wastono	Guru

## 6. Data Rombongan Belajar

**Tabel 4.2**  
**Data Rombongan Belajar<sup>68</sup>**

No	Program keahlian	Rombongan belajar					
		Kelas X		Kelas XI		Kelas XII	
		Jml rombel	Jml Siswa	Jml rombel	Jml Siswa	Jml rombel	Jml Siswa
1	Teknik Kendaraan Ringan (TKR)	4	186	3	131	3	138
2	Akutansi	3	126	3	116	2	55
3	Multimedia	2	25	1	46	1	39
4	Pemasaran	1	19	1	16	1	10
5	Teknik Sepeda Motor (TSM)	1	36	1	43		
6	Teknik Produksi Film dan Siaran TV	1	10				
	Total	12	402	9	352	7	242

<sup>68</sup> Dokumentasi, Data Rombongan Belajar SMK Manbaul Ulum, 20 Oktober 2017.

## 7. Data Program Keahlian di SMK Manbaul Ulum Muncar

**Tabel 4.3**  
**Program Keahlian di SMK Manbaul Ulum Muncar<sup>69</sup>**

No	Program Keahlian	Ketua Program
1	Teknik Kendaraan Ringan	Eko Zuli Prasetyo
2	Akutansi	Maria Ulfa Hidayati, S.E
3	Multimedia	Mutiara Dewi, S.Pd
4	Pemasaran	Firdaus Yasin, S.E
5	Teknik Sepeda Motor	David Susanto
6	Teknik Produksi Film dan Siaran TV	Rulli Bagus Pratama

## 8. Sarana dan Prasarana SMK Manbaul Ulum Muncar

Keberhasilan suatu lembaga pendidikan tidak lepas dari sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah tersebut. Keadaan fasilitas akan menunjang keberhasilan proses belajar mengajar dan dapat mengembangkan potensi akademik maupun non akademik.

Sarana dan prasarana yang dimiliki SMK Manbaul Ulum Muncar sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Sarana dan Prasarana SMK Manbaul Ulum Muncar<sup>70</sup>**

No	Nama Ruang	Jumlah Ruang
1	Kantor	1
2	Ruang Pelayanan Administrasi (TU)	1
3	Ruang Kepala Sekolah	1
4	Ruang Kelas	28
5	BP/BK	1
6	Lab. Multimedia	1
7	Lab. Komputer	3
8	Perpustakaan	1
9	Ruang UKS	1

<sup>69</sup> Dokumentasi, Data Program Keahlian SMK Manbaul Ulum, 20 Oktober 2017.

<sup>70</sup> Dokumentasi, Data Sarana dan Prasarana SMK Manbaul Ulum, 20 Oktober 2017.

10	Ruang Osis	1
11	Office	1
12	Aula	1
13	Bengkel	3
14	Koperasi	1
15	Gudang	1
16	Kamar Mandi	4

### **9. Sejarah singkat SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi menerapkan Manajemen Pemasaran**

Program keahlian pemasaran di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi merupakan salah satu jurusan yang didukung dengan sarana dan prasarana penunjang yang mampu meningkatkan tingkat kompetensi siswa dalam menghadapi dunia usaha dan dunia industri yang semakin pesat perkembangannya.

Sejak awal berdirinya SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi pada 06 Februari 2012 masih belum ada program keahlian pemasaran, tetapi melihat dunia industri yang semakin pesat perkembangannya SMK Manbaul Ulum membuka program keahlian baru yaitu pemasaran pada tahun 2015. Tujuan Sekolah mendirikan program keahlian pemasaran agar siswa dapat menerapkan manajemen pemasaran dengan baik sehingga dapat bersaing dalam dunia usaha dan dunia industri yang semakin pesat perkembangannya.<sup>71</sup>

<sup>71</sup> Observasi, Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

## **B. Penyajian dan Analisis Data**

Penelitian pasti akan disertai dengan penyajian data sebagai penguat dalam penelitian. Karena data yang ditemukan dilapangan akan dianalisis sesuai analisis yang ditetapkan. Data yang dianalisis tersebut dapat dihasilkan sesuatu kesimpulan sesuai dengan metode pengumpulan data yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil analisis dalam pengumpulan data tersebut yang mulai mengkrucut, pada akhirnya sampailah pada pemberhentian dalam data yang diperoleh yang sudah dianggap representatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti akan sajikan data tentang Implementasi Manajemen Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi fokus yang digali dilapangan sebagai berikut: 1) Bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ? 2) Bagaimana pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ? 3) Bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ?

### **1. Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**

Konsep Pemasaran merupakan suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan

konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasinya dalam usahannya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Konsep pemasaran harus dimiliki oleh seseorang jiwa kewirausahaan untuk mensukseskan tercapainya tujuan wirausaha. Pelaksanaan kinerja yang optimal tersebut juga dipengaruhi oleh rencana yang matang.

Perencanaan pemasaran yang dimaksud disini adalah proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan seefektif dan seefisien mungkin. Pertama kali yang dilakukan oleh Siswa dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan yaitu membuat perencanaan. Proses perencanaan pemasaran meliputi :

a. Menganalisa situasi

Langkah pertama yang dilakukan dalam perencanaan ini adalah Siswa menganalisa situasi berdasarkan keahlian yang dimiliki. Manajemen membuat suatu analisa yang teliti tentang situasi, termasuk: pasarnya, persaingan, produk, saluran distribusi, dan program promosi.

Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yakni harus menanamkan sikap percaya diri dan praktek langsung untuk membuat produk yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Sebagaimana kutipan data yang telah peneliti dapatkan dari Firdaus selaku ketua program pemasaran bahwa:



“Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa di SMK Manbaul Ulum, yaitu siswa diberi kepercayaan dan melakukan praktek langsung di unit produksi SMK Manbaul Ulum. Siswa diajarkan untuk terampil dalam mengelola Unit produksi SMK yaitu diantaranya siswa diajarkan untuk membuat produk dan modal sendiri dengan kreatif. kemudian menganalisa situasi dengan merancang strategi baru atau mengkaji strategi yang sudah ada untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai kunci keberhasilan”<sup>72</sup>.

Berdasarkan pernyataan ketua program pemasaran Firdaus Yasin memberikan jawaban penegasan bahwa dengan perencanaan pemasaran diharapkan para siswa dapat mempraktekkan ilmunya setelah lulus dari sekolah sehingga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaannya.

Hasil wawancara tersebut dapat diperkuat dengan adanya pernyataan dari Syamsul Arif selaku guru di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi, beliau mengatakan:

“Proses pembelajaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa di SMK Manbaul Ulum, yaitu siswa diajarkan untuk terampil dalam mengelola Unit produksi SMK yaitu diantaranya siswa diajarkan untuk membuat produk dan modal sendiri dengan kreatif. kemudian menganalisa situasi dengan merancang strategi baru untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”<sup>73</sup>.

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 hari Rabu, Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa harus diberi kepercayaan dan menganalisa situasi untuk merencanakan

<sup>72</sup> Firdaus Yasin, *Wawancara*, Banyuwangi, 03 November 2017.

<sup>73</sup> Syamsul Arifin, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017

strategi. Analisa situasi ini dilakukan setelah strategi diimplikasikan untuk menentukan perubahan strategi yang diperlukan.<sup>74</sup>

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mohammad Maliki selaku kepala sekolah SMK Manbaul Ulum Muncar adalah sebagai berikut:

“Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum, siswa dapat mengapresiasi pelajaran dengan langsung terjun di laboratorium pemasaran, yang didalamnya terdapat praktek di *Business Center*, seperti menata produk, menentukan harga, mempromosikan dan melayani konsumen dengan baik”.<sup>75</sup>

Pernyataan Kepala Sekolah tersebut, ternyata juga diperkuat oleh tanggapan salah satu siswa Ogy yaitu:

“Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa di SMK Manbaul Ulum ini, kami mengelola dan praktek langsung di *Business Center* dan Unit produksi SMK Manbaul Ulum yang telah disediakan oleh sekolah. Dengan itu saya memiliki kepercayaan dan tanggung jawab dalam pelaksanaan produksi dan pelaksanaan penjualan”.<sup>76</sup>

Adapun tujuan dilakukannya analisa situasi tersebut yaitu agar nantinya dapat menyusun strategi dan menyusun program yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan beserta situasi dan kondisi dilingkungan.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Firdaus Yasin selaku kaprog pemasaran bahwa :

<sup>74</sup> Observasi, Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

<sup>75</sup> Mohammad Maliki, *Wawancara*, Banyuwangi, 07 November 2017.

<sup>76</sup> Ogy, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017.

“Tujuan dari menganalisa situasi yang kami lakukan semata-mata karena ingin nantinya apa yang kami laksanakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen”.<sup>77</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu siswa diterjunkan langsung untuk melakukan penjualan dan pemasaran, sehingga siswa mampu menciptakan peluang sendiri, dengan seperti ini secara otomatis siswa bisa mengembangkan potensi dan jiwa wirausahannya dengan menganalisa situasi agar bisa merancang strategi baru atau mengkaji strategi yang sudah ada untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

#### b. Menyusun strategi pemasaran

Setelah menganalisa situasi dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa kemudian menyusun Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan hal itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, dan lokasi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Baik peluang usaha baru maupun usaha yang telah berkembang sekalipun semuanya

---

<sup>77</sup> Firdaus Yasin, *Wawancara*, Banyuwangi, 03 November 2017.

mempertuhkan strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.

Ketua program pemasaran yang selalu memberikan arahan dan petunjuk kepada para siswanya agar bisa menyusun strategi pemasaran sebagaimana kutipan data yang telah peneliti dapatkan dari Firdaus Yasin selaku Ketua program Pemasaran bahwa:

“Mengoptimalkan upaya strategi pemasaran karena hal tersebut merupakan faktor terbesar yang akan mempengaruhi kesuksesan usaha, oleh karena itu jangan pernah sepelekan strategi pemasaran. Rancang dan upayakanlah sedemikian rupa agar pelanggan tidak bosan dengan gaya-gaya anda dalam memasarkan produk, oleh karena itu kami menggunakan bauran pemasaran yaitu: produk, harga, tempat, promosi dan sumber daya manusia yang mendukung yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli”<sup>78</sup>.

Hasil wawancara tersebut diperkuat dengan adanya pernyataan dari Mohammad Maliki selaku kepala sekolah SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi bahwa:

“Untuk memastikan strategi pemasaran berjalan lancar dan sesuai dengan perencanaan, kami dari pihak sekolah mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang kami miliki sehingga bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka strategi pemasaran harus disesuaikan menurut kebutuhan konsumen”<sup>79</sup>.

Pendapat tersebut juga dijelaskan oleh salah satu guru SMK Manbaul Ulum yang bernama Syamsul Arifin yang mengatakan bahwa:

“Strategi pemasaran merupakan langkah-langkah kreatif yang berkesinambungan yang diupayakan oleh sebuah pihak guna mencapai target marketing terbaik dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen secara maksimal. Jadi untuk menjadi

<sup>78</sup> Firdaus Yasin, *Wawancara*, Banyuwangi, 03 November 2017.

<sup>79</sup> Mohammad Maliki, *Wawancara*, Banyuwangi, 07 November 2017.

wirausaha selain harus memiliki kreatifitas untuk menciptakan suatu produk, harus juga memiliki kemampuan untuk dapat memasarkan produk yang dihasilkan dengan baik”<sup>80</sup>.

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 hari Rabu, Siswa diajarkan untuk membuat produk dan modal sendiri dengan kreatif dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu: produk, harga, tempat, promosi dan sumber daya manusia yang mendukung yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pembeli.<sup>81</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut dapat diketahui bahwa salah satu hal yang menunjang kesuksesan produk adalah strategi dalam memasarkan produk. Karena strategi pemasaran merupakan kunci utama dalam membuka pintu kesuksesan dalam sebuah usaha. Untuk itu seorang pelaku bisnis selain memiliki kreatifitas untuk menciptakan suatu produk, harus juga memiliki kemampuan untuk dapat memasarkan produk yang dihasilkan dengan baik.

#### c. Menyusun program pemasaran

Menyusun program pemasaran ini merupakan pedoman untuk bekerja. Program yang baik selalu memperkirakan pelaksanaannya untuk jangka waktu tertentu dan bertujuan agar proses dilapangan menjadi mudah dan terarah.

---

<sup>80</sup> Syamsul Arifin, *Wawancara*, Banyuwangi , 10 November 2017.

<sup>81</sup> Observasi, Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

Program pemasaran adalah program yang menguraikan strategi pemasaran yang dijalankan. Untuk menyusun program pemasaran yang baik, harus mencantumkan target pasar, cara memasarkan produk, strategi membangun relasi dengan prospek pelanggan, dan cara melakukan transaksi penjualan.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Firdaus Yasin selaku ketua program pemasaran bahwa :

“Program pemasaran yang efektif harus dapat memadukan semua elemen bauran pemasaran kedalam suatu program pemasaran terintegrasi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menghantarkan nilai bagi konsumen yakni dengan melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) dan Unit produksi di SMK Manbaul Ulum untuk menumbuhkan jiwa kewiausahaan”.<sup>82</sup>

Pernyataan Ketua program pemasaran tersebut, ternyata juga diperkuat oleh Syamsul Arifin selaku guru SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi yaitu:

“untuk memaksimalkan program pemasaran agar efektif kami harus menyiapkan perencanaan bauran pemasaran yang rinci, maka bauran pemasaran sebagai seperangkat alat pemasaran teknis yang dipadukan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pelanggan. yakni dengan melaksanakan praktek kerja industri dan Unit produksi di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi untuk menumbukan jiwa wirausaha”.<sup>83</sup>

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 hari Rabu, untuk menyusun program pemasaran yang efektif, harus mempunyai kreatifitas dalam memadukan bauran pemasaran yakni produk, harga, tempat, dan

<sup>82</sup> Firdaus Yasin, *Wawancara*, Banyuwangi, 03 November 2017.

<sup>83</sup> Syamsul Arifin, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017.

promosi, untuk mempengaruhi konsumen dan menghasilkan respon yang diinginkan konsumen. Yakni dengan melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) dan Unit produksi di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.<sup>84</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan yang dikatakan oleh Mohammad Maliki selaku kepala sekolah SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi bahwa:

“untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa, kami memberikan kesempatan kepada siswa untuk berlatih keterampilan dalam kondisi yang sesungguhnya, dengan memberikan pengalaman praktis kepada siswa-siswi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi sehingga dapat mendayagunakan sebagai jembatan untuk memasuki dunia kerja, yakni melalui praktek kerja industri (prakerin) dan Unit produksi di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi”.<sup>85</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan yang dikatakan oleh Kristin Siswi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi adalah sebagai berikut :

“Disini kami diajarkan untuk terampil dalam mengelola Unit produksi SMK Manbaul Ulum dan praktek kerja industri (prakerin) yaitu diantaranya kami diajarkan untuk membuat produk dan mempromosikan produk dengan kreatif yang dapat memuaskan konsumen sehingga kami dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan”.<sup>86</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa program pemasaran sangat membantu untuk menentukan target pasar, cara memasarkan produk, strategi membangun relasi dengan prospek pelanggan, dan melakukan transaksi

<sup>84</sup> Observasi, Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

<sup>85</sup> Mohammad Maliki, *Wawancara*, Banyuwangi, 07 November 2017.

<sup>86</sup> Kristin, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017.

penjualan, yakni lewat Unit produksi SMK Manbaul Ulum dan praktek kerja industri (prakerin) yaitu diantaranya kami diajarkan untuk membuat produk dan mempromosikan produk dengan kreatif yang dapat memuaskan konsumen sehingga dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Berdasarkan Uraian data tersebut dapat disimpulkan bahwa perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu Siswa praktek langsung dan juga dibekali ilmu-ilmu pemasarannya dan kewirausahaan. Pihak sekolah memberikan kepercayaan dan tanggung jawab penuh terhadap siswa untuk mengelola *Bussines center*, Unit produksi SMK Manbaul Ulum dan praktek kerja industri (prakerin), agar mempunyai keterampilan dan jiwa bersaing yang tinggi dengan melalui beberapa tahap; a). menganalisa situasi, b).menyusun Strategi pemasaran, dan c). menyusun program pemasaran. merencanakan strategi .

## **2. Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**

Pelaksanaan pemasaran adalah proses yang mengubah rencana pemasaran menjadi aktivitas nyata dan memastikan bahwa aktivitas itu dilaksanakan sedemikian rupa sehingga mampu mencapai tujuan yang telah direncanakan dan penerapan merupakan kegiatan untuk menjalankan rencana yang sudah diprogram.



Penerapan rencana operasi maka akan menciptakan budaya kualitas dalam segmen dan langkahnya, sehingga proses yang disediakan sesuai dengan kebutuhan customer dan menimbulkan kepuasan, sedangkan kepuasan dari pelanggan akan mengantarkan lembaga tersebut pada citra yang lebih baik serta peningkatan peminat, sehingga pendapatan menjadi meningkat.

Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa yakni dengan melakukan praktek kerja industri (prakerin) yang bertujuan untuk mengaplikasikan teori dan praktek yang telah dipelajari siswa disekolah

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Mohammad Maliki selaku kepala sekolah bahwa :

“kami dan guru-guru selalu menekankan kepada siswa untuk memiliki jiwa kewirausahaan dengan melaksanakan praktek kerja industri di dunia usaha/industri. memberikan ruang dan tempat untuk mengelola dan praktek langsung di *Business Center* dan Unit produksi SMK Manbaul Ulum yang telah disediakan oleh sekolah. Sehingga siswa memiliki kepercayaan dan tanggung jawab dalam pelaksanaan produksi dan pelaksanaan penjualan”.<sup>87</sup>

Hal serupa juga dikatakan oleh Firdaus Yasin selaku Ketua program Pemasaran di SMK Manbaul Ulum bahwa :

“Guru yang ada di SMK Manbaul Ulum selalu memberikan pengetahuan dan bekal kepada siswa terkait dengan kewirausahaan agar siswa mampu memasarkan produk yang ada disekolah dengan baik dan terima oleh konsumen. Dengan itu siswa dapat melaksanakan program pemasaran yang sudah direncanakan”.<sup>88</sup>

<sup>87</sup> Mohammad Maliki, *Wawancara*, Banyuwangi, 07 November 2017.

<sup>88</sup> Firdaus Yasin, *Wawancara*, Banyuwangi, 03 November 2017.

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Syamsul Arifin selaku guru SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi bahwa :

“kami dalam proses pembelajaran pemasaran memberikan pengetahuan dan bekal kepada siswa terkait dengan program pemasaran agar siswa mampu merencanakan dan strategi pemasaran yang baik untuk mencapai tujuan dan keinginan konsumen yakni lewat praktek kerja Industri (prakerin) dan Unit produksi di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.”<sup>89</sup>

Pendapat tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 hari Rabu, pelaksanaan manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa melaksanakan praktek kerja industri dan diberi kepercayaan dan tanggung jawab untuk mengelola Unit produksi di SMK Manbaul Ulum yang bertujuan untuk mengaplikasikan teori dan praktek yang telah dipelajari.<sup>90</sup>

Berdasarkan uraian data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu siswa melaksanakan prakerin (praktek kerja industri ) dan diterjunkan langsung untuk melakukan penjualan dan pemasaran, sehingga siswa mampu menciptakan peluang sendiri, dengan seperti ini secara otomatis siswa bisa mengembangkan potensi dan jiwa wirausahannya.

---

<sup>89</sup> Syamsul Arifin, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017

<sup>90</sup> Observasi, Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

### 3. Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi

Pengawasan pemasaran adalah usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana. Setiap manajer harus mengetahui tentang apa yang dihadapi.

Setiap kegiatan yang dilakukan pasti membutuhkan pengawasan baik itu berupa monitoring maupun evaluasi, begitu juga dengan pemasaran pendidikan yang dilakukan disekolah juga diadakan evaluasi atau bahkan monitoring. Sama halnya di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi untuk pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa telah dilakukan evaluasi dan monitoring.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Mohammad Maliki selaku kepala sekolah bahwa :

“untuk memastikan prakerin dan praktek unit produksi di SMK Manbaul Ulum berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan, Kami dari pihak sekolah melakukan monitoring secara berkala dengan mendatangi tempat prakerin”.<sup>91</sup>

Hal tersebut senada dengan pernyataan yang dikatakan oleh Firdaus Yasin selaku Ketua program Pemasaran bahwa :

“Ketika prakerin berlangsung, pihak sekolah khususnya panitia prakerin secara berkala melakukan monitoring ketempat prakerin. Sebagai bentuk dukungan kepada siswa yang melakukan praktek dikoperasi atau perusahaan yang bekerja sama dengan sekolahan dengan tujuan agar siswa tersebut tidak keluar dari yang sudah direncanakan oleh sekolah serta selalu giat belajar melakukan

<sup>91</sup> Mohammad Maliki, *Wawancara*, Banyuwangi, 07 November 2017

praktek agar benar-benar menjadi siswa yang berjiwa kewirausahaan”.<sup>92</sup>

Pendapat tersebut juga dijelaskan oleh Syamsul Arif salah satu guru SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi yang mengatakan bahwa:

“Evaluasi atau monitoring dilakukan empat kali selama melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) untuk mengetahui apa yang sebenarnya kurang dari siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausahanya”.<sup>93</sup>

Pernyataan guru SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi tersebut, diperkuat oleh tanggapan salah satu siswa Arini yaitu :

“pihak sekolah berkunjung kesini sekitar empat kali selama prakerin berlangsung untuk memonitoring kami”.<sup>94</sup>

Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 18 Oktober 2017 hari Rabu Selain itu peneliti juga membuktikan bahwasanya bentuk evaluasi atau monitoring yang dilakukan oleh sekolah salah satunya adalah melalui komunikasi dengan perusahaan yang bekerja sama dengan sekolah, hal ini dilakukan untuk mengetahui apa yang dilaksanakan siswa dalam praktek kerja industri benar-benar giat belajar dalam menumbuhkan jiwa wirausaha.<sup>95</sup>

Proses pengawasan yang harus dilakukan oleh Sekolah ada tiga, yakni:

<sup>92</sup> Firdaus Yasin, *Wawancara*, Banyuwangi, 03 November 2017.

<sup>93</sup> Syamsul Arifin, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017.

<sup>94</sup> Arini, *Wawancara*, Banyuwangi, 10 November 2017.

<sup>95</sup> Observasi , Banyuwangi, 18 Oktober 2017.

- a. Mengetahui apa yang terjadi. Dari fakta-fakta yang diperoleh, Sekolah dapat membandingkan antara hasil riil dengan rencananya, sehingga dapat ditentukan ada atau tidak adanya penyimpangan.
- b. Mengetahui mengapa hal itu terjadi. Hal ini menyangkut beberapa alasan tentang dapat dicapainya suatu hasil
- c. Menentukan tindakan selanjutnya. Tindakan dapat berupa merencanakan program untuk periode mendatang dan merencanakan kegiatan-kegiatan untuk memperbaiki kondisi yang kurang baik.

**Tabel 4.5**  
**Temuan**

No	Fokus Penelitian	Temuan
1.	perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ?	Siswa praktek langsung dan juga dibekali ilmu-ilmu pemasarannya dan kewirausahaan. Pihak sekolah memberikan kepercayaan dan tanggung jawab penuh terhadap siswa untuk mengelola <i>Bussines center</i> , Unit produksi SMK Manbaul Ulum dan praktek kerja industri (prakerin), yaitu diantaranya untuk membuat produk dan mempromosikan produk dengan kreatif yang dapat memuaskan konsumen agar mempunyai keterampilan dan jiwa bersaing yang tinggi dengan melalui beberapa tahap; a). menganalisa situasi, b).menyusun Strategi pemasaran, dan c). menyusun program pemasaran. merencanakan strategi.
2.	pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ?	pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan yakni dengan diadakannya Praktek Kerja Industri (prakerin) maka dapat memberikan kesempatan untuk berlatih keterampilan dalam kondisi yang sesungguhnya, memberikan pengalaman praktis dan peserta didik dapat mendayagunakan sebagai jembatan bagi dirinya untuk memasuki dunia kerja dan mengembangkan jiwa wirausahannya.

3.	pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi ?	evaluasi atau monitoring dilakukan empat kali selama melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) untuk mengetahui apa yang sebenarnya kurang dari siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausahanya.
----	---	---

### C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dianalisis dengan menyesuaikan antara teori dengan fenomena dilapangan, dapat dijelaskan lebih lanjut hasil penelitian yang sesuai dengan sistematika uraian pembahasan. Adapun rinciannya sebagai berikut:

#### 1. Perencanaan Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi

Berdasarkan temuan-temuan yang ada disekolah tersebut bahwa perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manabaul Ulum Muncar, Banyuwangi yaitu siswa diterjunkan langsung untuk melakukan penjualan dan pemasaran dengan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa, sehingga siswa mampu menciptakan peluang sendiri, dengan seperti ini secara otomatis siswa bisa mengembangkan potensi dan jiwa wirausahannya dengan menganalisa situasi agar bisa merancang strategi baru atau mengkaji strategi yang sudah ada untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Temuan tersebut sesuai dengan konsep Perencanaan pemasaran “merupakan kegiatan merumuskan usaha-usaha yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran pada masa yang akan datang, dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran yang diharapkan dibidang pemasaran”.<sup>96</sup>

Berikutnya temuan tersebut didialogkan dengan teori yang dikembangkan oleh Firdaus yaitu :

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan dan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun konsumen potensial”.<sup>97</sup>

Berdasarkan temuan yang telah didialogkan dengan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu Siswa praktek langsung dan juga dibekali ilmu-ilmu pemasarannya dan kewirausahaan. Pihak sekolah memberikan kepercayaan dan tanggung jawab penuh terhadap siswa untuk mengelola *Bussines center*, Unit produksi SMK Manbaul Ulum dan praktek kerja industri (prakerin), yaitu diantaranya untuk membuat produk dan mempromosikan produk dengan kreatif yang dapat memuaskan konsumen agar mempunyai keterampilan dan jiwa bersaing yang tinggi dengan melalui beberapa tahap; a). menganalisa situasi, b).menyusun Strategi pemasaran, dan c). menyusun program pemasaran. merencanakan strategi.

<sup>96</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, 2.

<sup>97</sup> Ibid., 2.

## 2. Pelaksanaan Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi

Berdasarkan temuan-temuan yang ada disekolah tersebut bahwa pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu siswa melaksanakan prakerin (praktek kerja industri) dan diterjunkan langsung untuk melakukan penjualan dan pemasaran, sehingga siswa mampu menciptakan peluang sendiri, dengan seperti ini secara otomatis siswa bisa mengembangkan potensi dan jiwa wirausahannya.

Temuan tersebut kemudian didialogkan dengan teori yang dikembangkan oleh Ahmad Rizali, ada empat tujuan dan pemberlakuan Praktek Kerja Industri (Prakerin) yaitu:

“pertama, mampu menghasilkan tenaga kerja yang memiliki keahlian profesional, yaitu tenaga kerja yang memiliki tingkat kemampuan, kompetensi, dan etos kerja yang sesuai dengan tuntutan dunia kerja. *Kedua*, meningkatkan dan memperkuat keterkaitan dan kesepadanan lembaga pendidikan dan pelatihan kejuruan dengan dunia kerja. *Ketiga*, meningkatkan efisiensi proses pendidikan, dan pelatihan tenaga kerja berkualitas profesional. *Keempat*, memberi pengakuan dan penghargaan terhadap pengalaman kerja sebagai bagian dari proses pendidikan”.<sup>98</sup>

Berikutnya temuan tersebut didialogkan dengan pendapat Reksoamotjo bahwa “pendidikan kejuruan dan teknologi, baik pada tingkat pendidikan menengah atas maupun pendidikan tinggi diharapkan dapat menghasilkan tenaga terdidik dengan kompetensi yang dipersyaratkan oleh dunia kerja / industri”.<sup>99</sup>

<sup>98</sup> Ahmad Rizali, dkk, *Dari Guru Konvensional Menuju Guru Profesional*, (Jakarta: Grasindo, 2009), 46.

<sup>99</sup> Tedjo Narsoyo Reksoatmojo, *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, (Bandung: PT RefikaAditam, 2010), 8.



Berdasarkan temuan yang telah didialogkan dengan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan yakni dengan diadakannya Praktek Kerja Industri (prakerin) maka dapat memberikan kesempatan untuk berlatih keterampilan dalam kondisi yang sesungguhnya, memberikan pengalaman praktis dan peserta didik dapat mendayagunakan sebagai jembatan bagi dirinya untuk memasuki dunia kerja dan mengembangkan jiwa wirausahannya.

### **3. Pengawasan Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**

Berdasarkan temuan-temuan yang ada disekolah tersebut dapat disimpulkan bahwa SMK Manbaul Ulum Muncar dalam mengimplementasikan manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa terutama mengenai pengawasan pemasaran yaitu : evaluasi atau monitoring dilakukan empat kali selama melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) untuk mengetahui apa yang sebenarnya kurang dari siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausahannya.

Temuan tersebut kemudian didialogkan dengan teori yang dikembangkan oleh Manullang yang dikutip dari buku Bahruddin dan Moh. Makin mendefinisikan “pengawasan agar berjalan efektif dapat dilakukan melalui tiga tahapan kegiatan, yaitu; 1) tahapan penetapan alat

ukur (standard), 2) tahapan mengadakan penilaian (*evaluate*), dan 3) mengadakan tindakan perbaikan (*corrective action*)”.<sup>100</sup>

Berikutnya temuan tersebut didialogkan dengan teori yang dikembangkan oleh George. R Terry yaitu “evaluasi ini mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan dievaluasi dan penyimpangannya yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat tercapai dengan baik”.<sup>101</sup>

Berdasarkan temuan yang telah didialogkan dengan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa SMK Manbaul Ulum Muncar dalam mengimplementasikan manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa terutama mengenai pengawasan pemasaran yaitu : evaluasi atau monitoring dilakukan empat kali selama melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) untuk mengetahui apa yang sebenarnya kurang dari siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausahanya.

---

<sup>100</sup> Baharuddin dan Moh.Makin, *Manajemen Pendidikan Islam Transformasi Menuju Sekolah Atau Madrasah Unggul*. 169.

<sup>101</sup> Ibid., 168.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi tentang implementasi manajemen pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dan jawaban dari fokus Penelitian sebagai berikut:

1. Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa yaitu Siswa praktek langsung dan juga dibekali ilmu-ilmu pemasarannya dan kewirausahaan. Pihak sekolah memberikan kepercayaan dan tanggung jawab penuh terhadap siswa untuk mengelola *Bussines center*, Unit produksi SMK Manbaul Ulum dan praktek kerja industri (prakerin), agar mempunyai keterampilan dan jiwa bersaing yang tinggi dengan melalui beberapa tahap; a). menganalisa situasi, b).menyusun Strategi pemasaran, dan c). menyusun program pemasaran.
2. Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi yaitu siswa melaksanakan prakerin (praktek kerja industri ) dan diterjunkan langsung untuk melakukan penjualan dan pemasaran, sehingga dapat membantu siswa dalam meningkatkan kompetensinya serta mengaplikasikan hasil teori dan praktik yang telah diperoleh disekolah dan mampu menciptakan peluang sendiri, dengan seperti ini secara otomatis siswa bisa mengembangkan potensi dan jiwa wirausahannya.

3. Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi yaitu mengevaluasi atau monitoring dilakukan empat kali selama melaksanakan praktek kerja industri (prakerin) untuk mengetahui apa yang sebenarnya kurang dari siswa dalam menumbuhkan jiwa wirausahanya. Evaluasi tersebut ditujukan untuk mengetahui sejauhmana keberhasilan Implementasi Manajemen Pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa dalam menjalankan programnya sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan, juga untuk mencari solusi atas kendala yang ditemui.

## **B. Saran**

Setelah meneliti dan memperhatikan tentang Implementasi Manajemen Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi. Maka penulis memberikan saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi:

### **1. SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**

Bagi pihak sekolah agar lebih memperhatikan Implementasi Manajemen Pemasaran, agar hasil yang ingin didapatkan tercapai secara maksimal. Hal tersebut penting dilakukan karena hasil penelitian bahwa Implementasi Manajemen Pemasaran memiliki peran yang bagus dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa. Salah satu cara adalah dengan memfasilitasi segala hasil karya atau produk yang dihasilkan siswa agar bisa dipasarkan lebih luas lagi.

## 2. Kepala sekolah

- a. Kepala Sekolah hendaknya meningkatkan perhatiannya terhadap Implementasi Pemasaran supaya tujuan pendidikan dapat dicapai dengan maksimal.
- b. Sebaiknya melengkapi sarana dan prasarana untuk mendukung proses kewirausahaan siswa.
- c. Lebih intensif dalam melakukan pengawasan terhadap perkembangan kewirausahaan.

## 3. Siswa-Siswi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi

- a. Bagi siswa-siswi diharapkan kedepannya bisa lebih mengembangkan hasil dari usahannya, dan menciptakan lapangan pekerja kepada masyarakat yang secara tidak langsung ikut dalam kursus kewirausahaan.
- b. Bagi siswa-siswi hendaknya bersungguh-sungguh dalam melaksanakan praktik kerja industri dan Unit produksi SMK Manbaul Ulum Muncar, karena pengalaman yang diperoleh pada saat melaksanakan praktik kerja Industri berperan penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

IAIN JEMBER

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2012. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2015. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Diva Press.
- Assauri, Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Azis, Ahmad Rifqi. "Potret Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Wirausaha Muslim di Pondok Pesantren Sidogiri Ds. Sidogir Kec. Kraton Kabupaten Pasuruan".(Skripsi, STAIN Jember, Jember, 2010)
- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an terjemah Al-Jumanatul Ali*. Bandung: CV Penerbit J-ART.
- E. Mulyasa. 2012. *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami, dan Memasuki Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Erlangga.
- Irna Baroroh, "Manajemen Kewirausahaan dalam mengembangkan Jiwa Bisnis Siswa Di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al- Hasan Desa Kemiri Kecamatan Panti". (skripsi, IAIN Jember, Jember, 2016).
- J. Winardi. 2003. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.
- Kasiram. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN Malang Press.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali pers.
- Matthew B, Miles dan A.Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, Lexy J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya.
- Muchlis. 2007. *Ilmu Jiwa Belajar*. Jember: Center For Society Studies.
- Mundir. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: STAIN Jember Press.

- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang Pressindo.
- Qomar, Mujamil. 2010. *Manajemen Pendidikan Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Reksoatmojo, Tedjo Narsoyo. *Pengembangan Kurikulum Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, Bandung: PT RefikaAditam.
- Rizali, Ahmad dkk., 2009. *Dari Guru Konvensional Menuju Guru Profesional*, Jakarta: Grasindo.
- S. Nasution. 1991. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Bandung: Jemmars.
- Sagala, Syaiful. 2009. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sekretariat Negara RI. 2012. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu. 2014. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Suwandi, Basrori . 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Swasta DH, Basu, dan Irawan. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogakarta: Liberty.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. 2008. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tim penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Wijatno, Serian. 2009. *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Gramedia.
- Yunita Widyaning Astiti, “ *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha dan Keterampilan Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014).
- Zainal, Veitzhal Rivai dan Fauzi Bahar. 2013. *Islamic Education Management, dari teori ke praktik Mengelola Prndidikan secara profesional dalam perspektif Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

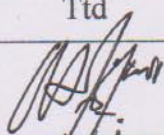

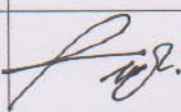
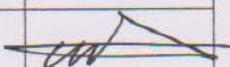
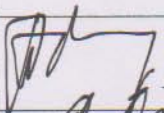
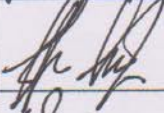
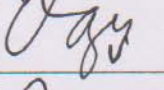
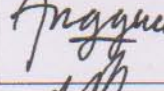
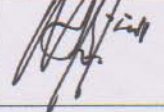
## Matrik Penelitian

JUDUL PENELITIAN	KOMPONEN	UNSUR-UNSUR	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
1	2	3	4	5	6	7
Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018.	<p>1. Manajemen Pemasaran</p> <p>2. Jiwa Kewirausahaan</p>	<p>1. Perencanaan</p> <p>2. Pelaksanaan</p> <p>3. Pengawasan</p> <p>Karakter wirausaha</p>	<p>a. Menganalisa situasi</p> <p>b. Menyusun strategi pemasaran</p> <p>c. Menyusun program pemasaran</p> <p>Menerapkan rencana operasi</p> <p>a. Evaluasi</p> <p>b. Mengukur hasil dan penyimpangannya</p> <p>a. Memiliki motivasi berprestasi</p> <p>b. Berorientasi kemasa depan</p> <p>c. Siap menghadapi perubahan</p> <p>d. Memiliki jaringan usaha</p> <p>e. Memiliki jiwa kepemimpinan</p>	<p>1. Informan</p> <p>a. Kepala sekolah</p> <p>b. Ketua Program Pemasaran</p> <p>c. Tenaga pendidik</p> <p>d. Peserta didik</p> <p>2. Kepustakaan</p> <p>3. Dokumentasi</p>	<p>1. Pendekatan Penelitian Kualitatif</p> <p>2. Jenis Penelitian <i>Fiel Research</i> / Lapangan</p> <p>3. Lokasi Penelitian di SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi</p> <p>4. Subyek Penelitian menggunakan <i>purposive</i></p> <p>a. Kepala sekolah</p> <p>b. Ketua program pemasaran</p> <p>c. Tenaga Pendidik</p> <p>d. Peserta Didik</p> <p>5. Metode Pengumpulan data</p> <p>a. Observasi</p> <p>b. Wawancara</p> <p>c. Dokumentasi</p> <p>6. Analisis data Menggunakan analisis deskriptif</p> <p>7. Keabsahan data Triangulasi sumber dan triangulasi teknik</p>	<p>1. Bagaimana perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum, Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?</p> <p>2. Bagaimana Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?</p> <p>3. Bagaimana pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi Tahun Ajaran 2017/2018 ?</p>



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN  
LOKASI di SMK MANBAUL ULUM MUNCAR, BANYUWANGI


Nama : Nur Rohman  
Nim : 084 133 012  
Judul Penelitian : Implementasi Manajemen Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan pada Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.

No	Hari/Tanggal	Nama Kegiatan	Informan	Ttd
1	Sabtu, 30 September 2017	Menyerahkan surat penelitian	Petugas TU	
2	Rabu, 18 Oktober 2017	Observasi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi	Eni Dwi Safitri	
3	Jum'at, 20 Oktober 2017	Minta data Sekolah yang berkaitan dengan skripsi	Mohammad Irham Kholili, S.Pd.I	
4	Selasa, 07 November 2017	Wawancara Kepala Sekolah	Mohammad Maliki, S.Pd	
5	Jum'at, 03 November 2017	Wawancara Ketua Program Keahlian Pemasaran	Firdaus Yasin, S.E	
6	Jum'at, 10 November 2017	Wawancara Guru SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi	Syamsul Arifin, S.Pd	
7	Jum'at, 10 November 2017	Wawancara Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi	Ogy Hermawan	
8	Jum'at, 10 November 2017	Wawancara Siswa SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi	Kristin Anggrea wati	
9	Sabtu, 16 Desember 2017	Mengambil surat selesai penelitian	Petugas TU	

Muncar, 16 Desember 2017

Kepala, SMK Manbaul Ulum



  
Mohammad Maliki, S.Pd

**DOKUMENTASI**



**Wawancara dengan Mohammad Maliki, S.Pd selaku kepala sekolah SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**



**Wawancara dengan Firdaus Yasin, S.E selaku kaprog pemasaran SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**



**Wawancara dengan siswa-siswi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**



**Unit Produksi SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**



**Ruang Laboratorium SMK Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi**



**Hasil karya siswa Program TKR 1 Lulusan 2015/2016**

**PEDOMAN PENELITIAN**  
**OBSERVASI, WAWANCARA, DAN DOKUMENTASI**

**A. Pedoman Observasi**

1. Letak geografis SMK Manbaul Ulum Muncar
2. Sarana prasarana SMK Manbaul Ulum Muncar
3. Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar ?
4. Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar ?
5. Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar ?

**B. Pedoman Wawancara**

1. Bagaimana Perencanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar ?
  - a. Menganalisa situasi
  - b. Menyusun strategi pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa
  - c. Menyusun program pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan siswa
2. Bagaimana Pelaksanaan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar ?
3. Bagaimana Pengawasan pemasaran dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar ?
4. Mengenai pendidikan kewirausahaan, upaya apa yang dilakukan sekolah guna meningkatkan jiwa kewirausahaan siswa khususnya jurusan pemasaran ?
5. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan siswa ?

### C. Pedoman Dokumentasi

1. Profil Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
2. Visi dan Misi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
3. Sejarah berdirinya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
4. Data Guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
5. Data Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
6. Struktur organisasi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum Muncar, Banyuwangi
7. Denah lokasi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi
8. Dokumentasi yang berhubungan dengan Implementasi Manajemen Pemasaran Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa





**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
FAKULTAS TARBİYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Telp.: (0331) 487550, 427005 Fax. (0331) 427005, Kode Pos 68136  
Website: <http://iain-jember.cjb.net> - [tarbiyah.iainjember@gmail.com](mailto:tarbiyah.iainjember@gmail.com)

Nomor : B 2475/In.20/3.a/PP.009/09/2017 Jember, 27 September 2017  
Lampiran : -  
Perihal : **Penelitian untuk memenuhi tugas Skripsi**

Kepada Yth. Kepala Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum  
Muncar, Banyuwangi.

Di -

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bersama ini kami mohon dengan hormat Mahasiswa berikut ini :

Nama : Nur Rohman  
Semester : IX (Sembilan)  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Kependidikan Islam  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Dalam rangka penyelesaian tugas skripsi, untuk diizinkan mengadakan Penelitian/Riset selama ± 2 bulan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi.

Adapun pihak-pihak yang dituju adalah :

1. Kepala Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum
2. Tenaga Pendidik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum
3. Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul ulum

Penelitian yang akan dilakukan mengenai :

**“Implementasi Manajemen Pemasaran dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Pada Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Manbaul Ulum Muncar, Banyuwangi”**

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

A.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik





Nomor : **387 /K/SMK-MU 400510/XII/2017**

Lampiran : -

Perihal : Keterangan

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mohamad Maliki, S.Pd

Jabatan : Kepala Sekolah

Alamat : Jl. KH. Askandar KM 02 Wringinputih

Menerangkan bahwa :

Nama : Nur Rohman

Semester : IX (Sembilan)

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Jurusan : Kependidikan Islam

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Telah menyelesaikan kegiatan tugas Skripsi dalam hal Penelitian/Riset selama 2 bulan di SMK Manbaul Ulum Muncar dari tanggal 30 November 2017 sampai dengan 16 Desember 2017. Selama melakukan Penelitian, mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan penelitian dengan baik di SMK Manbaul Ulum Muncar.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Muncar, 17 Desember 2017



**MOHAMAD MALIKI, S.Pd**



## Lampiran 8

### BIODATA PENULIS

Nama : Nur Rohman  
NIM : 084 133 012  
TTL : Banyuwangi, 04 Juni 1994  
Alamat : Wringinputih , Muncar, Banyuwangi  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Jurusan : Kependidikan Islam  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)



### Riwayat Pendidikan

1. TK Khodhijah 18 WringinPutih, Muncar, Banyuwangi (1999 - 2001)
2. MI Riyadlotul Islamiyah WringinPutih, Muncar, Banyuwangi (2001 - 2007)
3. Mts Darul Ulum WringinPutih, Muncar, Banyuwangi (2007-2010)
4. MA Darul Ulum WringinPutih, Muncar, Banyuwangi (2010-2013)
5. IAIN JEMBER (2013-2017)

IAIN JEMBER