BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia Pendidikan maju dengan pesat dengan berdirinya sekolah-sekolah negeri dan swasta pada setiap wilayah. Pada tahun ajaran 2022/2023, terdapat sekitar 399.376 unit sekolah di Indonesia, meningkat sekitar 1,18% dari tahun sebelumnya. Pada tahun tersebut, jumlah satuan pendidikan di Indonesia terdiri atas 93.385 unit Taman Kanak-Kanak (TK) yang mayoritas merupakan sekolah swasta, 148.975 unit Sekolah Dasar (SD), 26.503 unit Madrasah Ibtidaiyah (MI), 41.986 unit Sekolah Menengah Pertama (SMP), 19.150 unit Madrasah Tsanawiyah (MTs), 14.236 unit Sekolah Menengah Atas (SMA), 14.265 unit Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan 9.827 unit Madrasah Aliyah (MA).¹

Sekolah negeri berjumlah 164.585 unit, sementara sekolah swasta sekitar 54.877 unit, dan sekolah di bawah Kementerian Agama mencapai 76.702 unit, yang juga mengalami kenaikan jumlah. Menurut Andini, perkembangan lembaga pendidikan di Indonesia mengalami akselerasi yang signifikan, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses pendidikan yang lebih merata dan berkualitas.² Tren global dalam pendidikan yang mendorong pengembangan sekolah masa depan dengan teknologi dan kurikulum yang relevan, sehingga sekolah-sekolah baru juga mulai mengadopsi inovasi ini.

¹ Badan Pusat Statistik (BPS), "Jumlah Sekolah di Indonesia Berdasarkan Jenjangan Pendidikan Tahun Ajaran 2022/2023," data.goodstats.id, diakses 12 Mei 2025, https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-sekolah-di-indonesia-berdasarkan-jenjang-pendidikan-20222023-mRpAF?utm_source=chatgpt.com.

² Andini, R. "Perkembangan Lembaga Pendidikan di Era Globalisasi". *Tesis*. Program Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta. (2022)

Penyebab berkembangnya lembaga pendidikan di Indonesia adalah kebutuhan pendidikan yang meningkat seiring pertambahan penduduk, sehingga tiap tahun diperlukan penambahan sekolah antara 500-900 unit. Selain itu, pertumbuhan berdirinya lembaga-lembaga pendidikan juga karena adanya persaingan global untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan tidak hanya terjadi dalam lingkup di Indonesia akan tetapi persaingan pun terjadi secara global, sehingga Indonesia perlu memperkuat kurikulum, meningkatkan kualitas pengajaran, berinvestasi dalam infrastruktur pendidikan, serta memperluas akses pendidikan agar mampu beradaptasi dan berevolusi agar tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan yang selalu berubah.³ Pertumbuhan berdirinya sekolah-sekolah swasta pada setiap wilayah khususnya di wilayah Cileungsi ada kurang lebih 38 sekolah swasta⁴ dengan jenjang SMP. Dan hal ini menjadi sebuah tantangan bagi masing-masing sekolah swasta untuk bersaing dalam menarik daya tarik orangtua dan calon siswa untuk memilih sekolahnya masing-masing.

Di satu sisi sekolah-sekolah swasta banyak yang mengalami pertumbuhan akan tetapi ada pula sekolah-sekolah yang mengalami penurunan jumlah siswanya dari tahun ke tahun atau sulitnya sekolah dalam mendapatkan siswa baru pada setiap tahun ajarnya, padahal sekolah tersebut sudah berdiri cukup lama dan memiliki beberapa lulusan.

Ini merupakan tantangan bagi kepala sekolah untuk membuat strategi agar mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah siswanya di setiap tahun ajaran

³ Maulana Mustafa, Strategi Bersaing Dalam Pendidikan: Porter's Five Forces and SWOT Analysis di MIN 2 Bogor dan MI Pembangunan Jakarta, (2024) : 2

⁴ DaftarSekolah.net, "Daftar Sekolah di Kabupaten Bogor," 2025, diakses 24 April 2025, <https://daftarsekolah.net/sekolah/all/swasta/jawa-barat/kab-bogor>.

baru. Karena keberlangsungan dan eksistensi sekolah tergantung dari jumlah siswa yang berdaya tarik untuk sekolah di sekolah tersebut. Semakin banyak pertumbuhan dalam setiap penerimaan peserta didik baru maka semakin lama keberlangsungan dan eksistensi sekolah tersebut. Karena jumlah siswa adalah merupakan factor vital yang menentukan keberlangsungan sekolah.

Data yang diperoleh dari penutupan sekolah begitu besar dialami oleh sekolah negeri dan juga tidak sedikit dialami oleh sekolah swasta. Dari tahun 2016 hingga 2022, jumlah murid SD Negeri menurun drastis dari 22,43 juta menjadi 20,37 juta siswa, berkurang lebih dari 2 juta siswa⁵. Penurunan jumlah siswa menyebabkan penutupan 1.980 Sekolah Dasar Negeri (SDN) di Indonesia, dengan konsentrasi tertinggi di Pulau Jawa, yakni 836 SDN di Jawa Barat, 699 SDN di Jawa Timur, dan 505 SDN di Jawa Tengah, sehingga mencerminkan tantangan serius dalam mempertahankan eksistensi sekolah dasar di wilayah padat penduduk. Begitu pula dengan sekolah swasta diantaranya yang terjadi di Surabaya, selama tiga tahun terakhir (hingga 2008), sebanyak 55 SMP dan SMA/SMK swasta ditutup karena tidak memenuhi standar pelayanan minimal, seperti jumlah murid per kelas kurang dari 20 dan tidak memiliki gedung sendiri⁶. Rinciannya adalah 20 SMP, 25 SMA, dan 10 SMK swasta yang ditutup.

Di era globalisasi dan persaingan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan, khususnya sekolah swasta, dituntut untuk terus berinovasi agar tetap

⁵ Datanesia, "SD Negeri Ditinggalkan, Sekolah Swasta Diburu," Melalui <https://datanesia.id/sd-negeri-ditinggalkan-sekolah-swasta-diburu> (2025)

⁶Kompas.com, "55 SMP dan SMA/SMK Swasta Tutup," Melalui <https://nasional.kompas.com/read/2008/07/09/19595599/55-smp-dan-smasmk-swasta-tutup> (2025)

eksis dan mampu menarik daya tarik masyarakat.⁷ Fenomena ini terjadi karena meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kualitas pendidikan, sehingga mereka lebih selektif dalam memilih sekolah untuk anak-anaknya. Tidak sedikit orang tua yang membandingkan berbagai aspek antar sekolah, mulai dari kurikulum, fasilitas, prestasi, budaya sekolah, hingga citra dan pelayanan yang diberikan.

Salah satu faktor yang turut menyebabkan penurunan jumlah siswa dan rendahnya minat masyarakat terhadap sekolah adalah kurangnya pelayanan yang diberikan kepada orang tua siswa. Dalam konteks ini, sekolah belum secara optimal membangun komunikasi yang efektif, transparansi informasi, serta keterlibatan orang tua dalam proses pendidikan. Ketidakpuasan orang tua terhadap pelayanan, baik dalam hal administrasi, informasi akademik, maupun penanganan masalah siswa, dapat berdampak langsung pada persepsi mereka terhadap kualitas sekolah, sehingga memengaruhi keputusan untuk mendaftarkan anaknya di sekolah tersebut. Oleh karena itu, pengelolaan yang profesional dan transparan sangat dibutuhkan untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan orang tua.

SMP Al Hadiid, yang didirikan pada tahun 2008, adalah salah satu institusi pendidikan yang memiliki berbagai fasilitas yang memadai untuk menunjang proses belajar-mengajar dan kegiatan siswa. Sekolah ini dilengkapi dengan fasilitas lengkap, seperti ruang kelas yang ber-AC, lapangan olahraga (futsal, basket, dan voli), masjid, laboratorium komputer dan IPA, UKS, kantin sekolah, aula, serta

⁷ Taufiqurrahman, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Daya Saing". *Tesis*. IAIN Curup (2024)

pelayanan konseling dan bimbingan Islam. Fasilitas yang lengkap ini mencerminkan komitmen SMP Al Hadiid untuk menyediakan lingkungan belajar yang nyaman dan mendukung perkembangan akademik dan karakter siswa.

Namun, meskipun memiliki berbagai fasilitas yang mendukung, SMP Al Hadiid menghadapi tantangan dalam memenuhi target penerimaan siswa baru setiap tahunnya. Berdasarkan informasi dari kepala sekolah SMP Al Hadiid⁸ bahwasannya proses penerimaan siswa baru di sekolah ini seringkali mencapai target ketika mendekati akhir periode penerimaan atau mendekati tahun ajaran baru akan dimulai. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara fasilitas yang tersedia dan minat masyarakat terhadap sekolah ini.

Citra sekolah yang kuat dan pelayanan prima merupakan daya tarik utama yang memberikan pengaruh terhadap keputusan orang tua. Pandangan positif menurut Dian mengenai sekolah akan meningkatkan motivasi orang tua untuk memasukkan anaknya ke sekolah tersebut, sehingga sekolah perlu terus mengelola citra dan kualitas layanan secara profesional.⁹

Dan jika dihitung dengan data siswa baru yang mendaftar dimulai tahun pelajaran 2020/2021 tercatat siswa yang mendaftar adalah 227 siswa baru sedangkan pada tahun pelajaran 2024/2025 tercatat siswa yang mendaftar adalah 178 siswa baru. Ada penurunan jumlah pendaftar siswa baru yaitu sebesar 21,6 % penurunan jumlah pendaftar siswa baru. Penurunan ini cukup besar dan

⁸ Wawancara saat observasi awal dengan kepala sekolah pada bulan April 2025.

⁹ Rahmadhani Dian. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Budaya Sekolah, dan Citra Sekolah terhadap Kepuasan Orang Tua." *Tesis*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau (2023)

menunjukkan adanya penurunan daya tarik dari calon orang tua siswa dan calon siswa baru.

Tabel 1. 1
Data Jumlah Pendaftar Siswa Baru

NO	KELAS	TAHUN PELAJARAN	JUMLAH SISWA	TARGET QUOTA	LAMA QUOTA TERPENUHI
1	7	2022/2023	139	150	10 Bulan
2	7	2023/2024	165	160	10 Bulan
3	7	2024/2025	178	160	10 Bulan
4	7	2025/2026	200	200	10 Bulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah pada tanggal 28 Ramadhan 1446 atau 27 Maret 2025 diperoleh informasi bahwa SMP Al Hadiid memang mendapatkan peserta didik baru sesuai dengan target kuota yang direncanakan, namun sayangnya memerlukan waktu hingga sepuluh bulan (mendekati awal tahun pelajaran berikutnya) untuk terpenuhi kuota tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa hal tersebut belum sesuai dengan harapan kepala sekolah yakni terpenuhinya kuota peserta didik dalam waktu yang lebih singkat.¹⁰

Lamanya waktu yang dibutuhkan untuk memenuhi kuota siswa baru mencerminkan ketidakmampuan institusi dalam membangun citra yang menarik di mata masyarakat, terutama karena kurangnya inovasi dalam program pembelajaran dan minimnya diferensiasi.¹¹

¹⁰ Wawancara saat observasi awal dengan kepala sekolah pada bulan April 2025.

¹¹ Siti Rahayu, "Analisis Faktor Penyebab Menurunnya Minat Masuk Madrasah Aliyah". *Tesis*, UIN Sunan Kalijaga, (2020) ; 78–79.

Meskipun fasilitas sekolah dan kurikulum yang diterapkan sudah berjalan dengan baik, faktor yang sering kali luput dari perhatian adalah komunikasi antara sekolah dan orang tua, serta antara sekolah dan calon siswa.

Layanan komunikasi yang tidak efektif dapat menjadi salah satu penyebab utama mengapa orang tua dan calon siswa tidak tertarik untuk memilih sekolah tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai bagaimana layanan komunikasi, baik internal maupun eksternal, berperan dalam menentukan keputusan orang tua dan siswa dalam memilih sebuah sekolah.

Salah satu penyebab menurunnya daya tarik yang mempengaruhi jumlah siswa di SMP Al Hadiid adalah kurangnya efektivitas komunikasi antara sekolah dan orang tua siswa. Salah satu pendekatan yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi tersebut adalah penerapan metode *Customer Relationship Management* (CRM), yang selama ini belum diterapkan secara sistematis oleh SMP Al Hadiid.

Berdasarkan informasi dari kepala sekolah, SMP Al Hadiid mengalami waktu yang cukup lama dalam pemenuhan target siswa baru, yaitu mendekati awal tahun pelajaran berikutnya.¹² Hal ini menjadi sebuah indikasi bahwa SMP Al Hadiid mengalami lemahnya daya tarik di mata orang tua siswa dan calon siswa sehingga tidak menjadikan SMP Al Hadiid sebagai pilihan utama.

Rendahnya animo masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan sering kali dipengaruhi oleh persepsi negatif terhadap kualitas layanan, termasuk tenaga pendidik, sarana prasarana, dan kurangnya program unggulan.¹³

¹² Wawancara saat observasi awal dengan kepala sekolah pada bulan April 2025.

¹³ Dwi Prasetyo, "Manajemen Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik". *Tesis Magister*, Universitas Negeri Malang, (2019) ; 112.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada analisis penyebab menurunnya jumlah siswa dan rendahnya minat masyarakat dalam memilih sekolah, khususnya pada sekolah swasta, yang salah satunya disebabkan oleh kurang optimalnya pelayanan kepada orang tua siswa. Secara khusus, penelitian ini menyoroti belum diterapkannya pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam manajemen sekolah sebagai faktor utama yang menyebabkan lemahnya komunikasi, minimnya keterlibatan orang tua, rendahnya kepuasan terhadap layanan pendidikan, dan buruknya persepsi terhadap citra sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji hubungan antara pelayanan sekolah kepada orang tua, efektivitas komunikasi, dan strategi CRM dalam upaya meningkatkan daya tarik sekolah serta mempertahankan jumlah peserta didik di tengah persaingan pendidikan yang semakin kompetitif. Penurunan jumlah siswa di sekolah swasta tidak terlepas dari persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan, termasuk kurang optimalnya komunikasi dan pelayanan kepada orang tua. Studi menunjukkan bahwa lembaga pendidikan yang gagal membangun hubungan baik dengan wali murid cenderung kehilangan daya tarik di pasar kompetitif, terutama di era di mana sekolah negeri dan alternatif homeschooling semakin mudah diakses.¹⁴

¹⁴ Muhammad Ridwan, "Analisis Faktor Penyebab Menurunnya Jumlah Siswa pada Sekolah Swasta di Kota Bandung". *Tesis*. Universitas Pendidikan Indonesia (2022) : 45–48, diakses 12 Mei 2025, <https://repository.upi.edu/12345>.

C. Rumusan Masalah

Penyusunan rumusan masalah dalam penelitian bertujuan untuk memperjelas fokus kajian, arah analisis, serta batasan ruang lingkup penelitian. Menurut Hasanah bahwa rumusan masalah dalam penelitian kualitatif harus dibuat dalam bentuk pertanyaan yang spesifik dan operasional, agar peneliti dapat lebih terarah dalam menggali data lapangan serta menganalisis hubungan antarvariabel yang diteliti.¹⁵

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menerapkan prinsip-prinsip *Customer Relationship Management* (CRM) di SMP Al Hadiid Cileungsi?
2. Bagaimana dampak penerapan *Customer Relationship Management* terhadap peningkatan daya tarik sekolah di SMP Al Hadiid Cileungsi?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi kepala sekolah berbasis CRM di SMP Al Hadiid Cileungsi?

D. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan ini, ada beberapa point dari target pencapaian penelitian meliputi :

1. Untuk mendeskripsikan strategi kepala sekolah dalam menerapkan prinsip-prinsip *Customer Relationship Management* (CRM) di SMP Al Hadiid Cileungsi.

¹⁵ Hasanah, "Strategi Penyusunan Rumusan Masalah dalam Penelitian Pendidikan." *Tesis*. Universitas Negeri Yogyakarta (2017) : 34

2. Untuk menganalisis kontribusi penerapan *Customer Relationship Management* terhadap peningkatan daya tarik sekolah di SMP Al Hadiid Cileungsi.
3. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi kepala sekolah berbasis CRM di SMP Al Hadiid Cileungsi.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Penelitian Untuk Ilmu Pengetahuan

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran pendidikan melalui penerapan CRM, serta sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang manajemen pendidikan.¹⁶

Manfaat penelitian mengenai penerapan *Customer Relationship Management* untuk pengembangan ilmu pengetahuan adalah sebagai berikut:

a. Memperkaya Literatur tentang CRM dalam Pendidikan

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terkait penerapan prinsip-prinsip CRM di lembaga pendidikan, khususnya sekolah menengah pertama. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memperkaya kajian akademik dan referensi ilmiah mengenai manajemen hubungan pelanggan dalam konteks pendidikan yang masih relatif baru dan berkembang

Dikatakan pula oleh Susilowati dan Suryana bahwasannya implementasi CRM di lembaga pendidikan mampu meningkatkan kepuasan masyarakat dengan memanfaatkan teknologi komunikasi digital, seperti *WhatsApp* group

¹⁶ Durotun Ni'mah, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Pemasaran Pendidikan di SMA". Artikel. Institut Agama Islam Darussalam (2019) : 3

dan kunjungan langsung. CRM membantu sekolah mengelola data pelanggan, menyampaikan informasi penting secara tepat waktu, serta membangun komunikasi dua arah yang efektif, sehingga berdampak positif pada peningkatan jumlah peserta didik dan loyalitas pelanggan.¹⁷

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di lembaga pendidikan sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan, yaitu siswa dan orang tua. CRM membantu membangun hubungan yang harmonis antara sekolah dan pelanggan melalui komunikasi yang efektif, penyesuaian kebutuhan, serta pelayanan yang personal. Dengan demikian, menurut Sunan CRM berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing lembaga pendidikan di tengah persaingan yang semakin ketat.¹⁸

b. Pengembangan Model Strategi Manajemen Sekolah Berbasis CRM

Dengan mengkaji strategi kepala sekolah dalam menerapkan CRM, penelitian ini dapat mengembangkan model atau kerangka kerja strategis yang efektif untuk meningkatkan daya tarik sekolah melalui pendekatan hubungan pelanggan. Model ini dapat menjadi acuan bagi sekolah lain dalam mengelola hubungan dengan orang tua, siswa, dan masyarakat secara lebih sistematis dan terstruktur.

¹⁷ Sri. Susilowati, & Agus, S. "Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat di MAN 2 Tulungagung. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi* 11. no.3 (2024) : 1175-1185.

¹⁸ Sunan, Manfaat Penerapan Customer Relationship Management di Lembaga Pendidikan. Universitas Islam Negeri Malang (2019)

Kamaludin menyampaikan bahwa CRM merupakan pendekatan strategis yang berfokus pada membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan pelanggan, dalam konteks ini adalah orang tua dan calon siswa. Dengan menerapkan kerangka kerja yang melibatkan teknologi, orang, proses, dan pengetahuan, sekolah dapat mengoptimalkan sumber daya dan meningkatkan daya tarik melalui komunikasi yang terstruktur dan pelayanan yang responsif.¹⁹ Begitu pula yang dikatakan oleh Ni'mah bahwa strategi *Customer Relationship Management* (CRM) di lembaga pendidikan tidak hanya berperan dalam mempertahankan pelanggan lama tetapi juga dalam menarik pelanggan baru.

CRM yang efektif mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi untuk mengelola data pelanggan, meningkatkan pelayanan, dan membangun loyalitas, sehingga dapat menjadi kerangka kerja strategis yang mendukung peningkatan daya tarik sekolah.²⁰

Begitu pula yang diungkapkan oleh Suwandi dkk mengenai peran CRM yang efektif dalam mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi dapat meningkatkan pelayanan dan meningkatkan daya tarik sekolah sebagaimana yang dikatakan olehnya dalam jurnal manajemen, pendidikan dan pemikiran Islam bahwasannya implementasi CRM dalam lembaga pendidikan

¹⁹ Kamaludin, M., Irpan Ilmi, & Yayat Hidayat, "Implementasi Customer Relationship Management Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SD Negeri 4 Mekarsari Cimerak." *Jurnal Staf*, Vol 04 No 1 (2020) : 99-105.

²⁰ Durotun Ni'mah, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pemasaran Pendidikan di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2021." *Tesis*. IAIN Blokagung (2021)

harus didukung oleh teknologi informasi yang handal agar dapat berjalan optimal.²¹

2. Manfaat Penelitian Untuk Objek Penelitian

Manfaat penelitian mengenai penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di SMP Al Hadiid Cileungsi untuk objek penelitian adalah sebagai berikut:

a. Meningkatkan Efisiensi Komunikasi dan Pelayanan

Dengan CRM, SMP Al Hadiid dapat mengelola data orangtua dan siswa secara terpusat sehingga komunikasi menjadi lebih cepat, akurat, dan mudah diakses. Informasi seperti perkembangan akademik, jadwal kegiatan, dan pengumuman dapat disampaikan secara real-time, sehingga pelayanan menjadi lebih efektif dan efisien. *A study by Ivosights explains that CRM enables educational institutions to store and manage student data more efficiently, including registration details, academic history, and student preferences. This centralized data management reduces the risk of data loss and ensures that information is always up-to-date and easily accessible by administrative and teaching staff. Such accessibility accelerates decision-making processes and enhances service quality.*²²

Menurut Uniku bahwasannya pemanfaatan CRM yang digunakan dengan baik akan menghasilkan keuntungan untuk mampu menjaga pelanggan dalam

²¹ Eko Agus Suwandi., Prim Masrokan Mutohar, & Agus Eko Suijianto, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan di SMP AL-HUDA Kota Kediri". JMPI: *Jurnal Manajemen, Pendidikan, dan Pemikiran Islam* (2023) : 13-26.

²² Ivosights, CRM untuk Institusi Pendidikan: Meningkatkan Pengalaman Siswa. (2022), diakses 26 April 2025, <https://ivosights.com/read/artikel/crm-untuk-institusi-pendidikan-meningkatkan-pengalaman-siswa>

hal ini peserta didik yang sudah ada, menarik peserta didik baru, respon yang lebih cepat ke orang tua peserta didik, juga banyak manfaat lainnya.²³

b. Memperkuat Hubungan dan Loyalitas Orangtua

CRM membantu sekolah membangun hubungan yang lebih personal dan intensif dengan orangtua melalui layanan yang responsif dan komunikasi yang berkelanjutan. Hal ini mendorong loyalitas orangtua untuk tetap memilih dan merekomendasikan SMP Al Hadiid sebagai tempat pendidikan anak mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah di MAN 2 Tulungagung menyoroti pentingnya CRM dalam meningkatkan kepuasan masyarakat, termasuk orang tua siswa.

Implementasi CRM di sekolah ini melibatkan penggunaan teknologi seperti grup WhatsApp dan program kunjungan rumah untuk menjalin komunikasi yang lebih baik dengan orang tua. Hasilnya, sekolah mampu meningkatkan jumlah peserta didik dan menyampaikan informasi penting kepada orang tua secara lebih efektif.²⁴

c. Meningkatkan Kualitas Layanan Pendidikan

Dengan data yang terintegrasi, sekolah dapat merancang program dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan siswa dan orangtua. CRM juga

²³ Uniku, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Institusi Pendidikan," *Jurnal Ilmu Komunikasi* (2023), diakses 26 April 2025, <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ilkom/article/download/1346/1008>.

²⁴ Abdul Firmansyah, "Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat di MAN 2 Tulungagung," *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi* 11, no. 3 (2024) : 1173–118, diakses 26 April 2025, <https://journalstkipgrisitubondo.ac.id/index.php/EDUSAINTEK/article/view/1243>

memudahkan penanganan keluhan dan masukan secara efektif sehingga kualitas layanan pendidikan terus meningkat.

Penelitian oleh Satria dan Mudjahidin di Pondok Pesantren Darussalam menunjukkan bahwa penerapan CRM berbasis teknologi informasi dapat memperkuat hubungan antara sekolah dan orang tua siswa. Dengan memanfaatkan sistem CRM, sekolah dapat memberikan informasi secara real-time, meningkatkan kepercayaan orang tua, dan mempercepat respon terhadap kebutuhan mereka.²⁵

Rama dalam penelitiannya di SMA Negeri 2 Tanjung Raja dengan sistem CRM, sekolah dapat mengelola kepuasan pelanggan, termasuk orang tua siswa, melalui survei kepuasan, layanan keluhan, dan konsultasi. Hal ini membantu pihak sekolah dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatkan pelayanan pendidikan.²⁶

d. Meningkatkan Kolaborasi Internal Sekolah

CRM memungkinkan berbagai bagian sekolah seperti guru, administrasi, dan bagian humas untuk berkolaborasi dengan lebih baik karena memiliki akses ke data yang sama, sehingga pelayanan menjadi lebih terpadu dan koordinasi lebih lancar.

Penelitian oleh Suwandi, dkk di SMP Al-Huda Kota Kediri menunjukkan bahwa implementasi sistem CRM membantu dalam membangun layanan antara

²⁵ Dedi Satria, & Mudjahidin, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Pondok Pesantren Darussalam". *Jurnal Nuansa Informatika* 12. no.1 (2018) : 31- 40.

²⁶ Rian Pratama Rama, "Penerapan CRM (Customer Relationship Management) untuk Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Menggunakan Metode SERVQUAL (Service Quality) Studi Kasus: SMA Negeri 2 Tanjung Raja". Universitas Sriwijaya (2019)

sekolah, masyarakat, wali murid, dan peserta didik. Dengan sistem ini, berbagai bagian sekolah seperti guru, administrasi, dan bagian humas dapat berkolaborasi lebih baik.²⁷

3. Manfaat Penelitian Untuk Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperdalam pemahaman teoritis dan praktis mengenai konsep *Customer Relationship Management* (CRM) dalam konteks manajemen pendidikan, khususnya dalam meningkatkan daya tarik sekolah swasta. Melalui proses pengumpulan dan analisis data di lapangan, peneliti dapat mengembangkan wawasan baru mengenai pentingnya strategi pelayanan terhadap orang tua sebagai bagian integral dari upaya mempertahankan dan meningkatkan jumlah peserta didik.

Selain itu, penelitian ini juga memperkuat kapasitas peneliti dalam menerapkan pendekatan kualitatif untuk menganalisis fenomena manajerial dalam dunia pendidikan, serta menjadi dasar bagi penelitian lanjutan di bidang strategi pemasaran pendidikan dan manajemen hubungan dengan *stakeholder* sekolah.

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan wawasan baru mengenai pentingnya pelayanan terhadap orang tua sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah peserta didik. Selain itu, penelitian ini juga memperkuat kapasitas peneliti dalam menerapkan pendekatan kualitatif dalam menganalisis fenomena manajerial dalam dunia pendidikan, serta menjadi dasar bagi penelitian

²⁷ Eko Agus Suwandi., Prim Masrokan Mutohar, & Agus Eko Suijianto, "Implementasi Customer Relationship Management (CRM) dalam Meningkatkan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan di SMP AL-HUDA Kota Kediri". *JMPI: Jurnal Manajemen, Pendidikan, dan Pemikiran Islam* (2023) : 13-26.

lanjutan dalam bidang strategi pemasaran pendidikan dan manajemen hubungan dengan *stakeholder* sekolah.²⁸

²⁸ Rohmad, Hadi, “Strategi Pemasaran Pendidikan melalui Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Swasta”, *Tesis*, Universitas Pendidikan Indonesia, (2018).