

**STRATEGI KEPALA SEKOLAH MENINGKATKAN DAYA TARIK
SEKOLAH MELALUI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI
SMP AL HADIID CILEUNGI KABUPATEN BOGOR**

TESIS

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar

Magister Manajemen Pendidikan



**OLEH :
YOPFIE SANDRA
NPM : 41189901230015**

**MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2025**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik magister, baik di Universitas Islam "45" (UNISMA) Bekasi maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 20 Muharram 1447
16 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Yopfie Sandra

NPM : 41189901230015

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

JUDUL TESIS

**STRATEGI KEPALA SEKOLAH MENINGKATKAN DAYA TARIK
SEKOLAH MELALUI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI
SMP AL HADIID CILEUNGI KABUPATEN BOGOR**

Oleh

Yopfie Sandra

41189901230015

Manajemen Pendidikan Islam

Pembimbing I



Dr. Pauzan Haryono Z, M.Pd.I

Tgl... 04... 08... 2025

Pembimbing II



Dr. Apriliantoni, M.E

Tgl... 1/8 - 2025

Mengetahui

Direktur Pascasarjana



Dr. Pauzan Haryono Z, M.Pd.I

Tgl... 04... 08... 2025

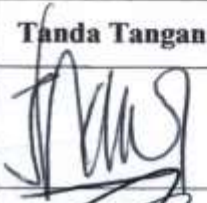
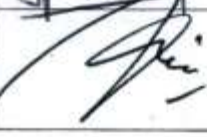
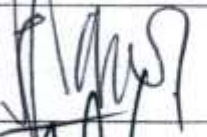
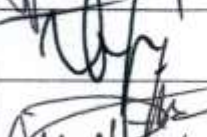
Ketua Program Studi MPI



Dr. Ibnu Muthi, M.Pd

Tgl... 4 - 8 - 2025

PENGESAHAN UJIAN TESIS

KOMISI PEMBIMBING TESIS		
Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Pauzan Haryono Z, M.Pd.I.	1/8-2025	
Dr. Apriliantoni, M.E	1/8-2025	
PANITIA UJIAN TESIS		
Nama	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Pauzan Haryono Z, M.Pd.I.	1/8-2025	
Dr. Ibnu Murti, M.Pd.	1/8 2025	
Dr. Baharuddin, M.Pd.	31/7-2025	
Dr. Dede Rubai Misbahul Alam, M.Pd	31/7 2025	
Dr. Apriliantoni, M.E.	1/8-2025	
Irnice Victorynie, Ph.D.	31/7 2025	
Nama : Yopfie Sandra NIRM : 41189901230015 Tanggal Lulus : 12 Shafar 1447 / 7 Agustus 2025 		

ABSTRACT

THE PRINCIPAL'S STRATEGY TO ENHANCE SCHOOL APPEAL THROUGH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AT SMP AL HADIID CILEUNGSI, BOGOR REGENCY

Yopfie Sandra Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Muhammadchandra2014@gmail.com

This study aims to describe the principal's strategy in increasing the school's attractiveness through a Customer Relationship Management (CRM) approach at SMP Al Hadiid Cileungsi, Bogor Regency. The background of this study is based on the phenomenon of a significant decline in the number of new student enrolments from year to year, even though the school has adequate facilities. In the context of increasingly intense competition among private schools, the effectiveness of communication and service strategies towards parents has become a crucial factor in attracting and retaining students.

This study employs a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation involving the school principal, teachers, parents, students, and prospective students. The research findings indicate that the principal's CRM-based strategy includes efforts to enhance personal communication, provide responsive service, and manage long-term relationships with parents and students. The implementation of CRM has proven to have a positive impact on the school's image, increase parental loyalty, and accelerate the admission process for new students. However, the implementation of this strategy still faces challenges in terms of consistency and limitations in information technology.

This study concludes that the systematic and strategic application of CRM can be an effective solution in enhancing school attractiveness, especially amid competition among private schools. Recommendations are directed at schools to strengthen their digital-based CRM systems and expand parental involvement in school programmes to build closer and more sustainable relationships.

Keywords: School Principal Strategy, School Appeal, Customer Relationship Management, Parent Loyalty

ABSTRAK

STRATEGI KEPALA SEKOLAH MENINGKATKAN DAYA TARIK SEKOLAH MELALUI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DI SMP AL HADIID CILEUNGSI KABUPATEN BOGOR

Yopfie Sandra Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Muhammadchandra2014@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi kepala sekolah dalam meningkatkan daya tarik sekolah melalui pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) di SMP Al Hadiid Cileungsi, Kabupaten Bogor. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh fenomena penurunan jumlah pendaftar siswa baru yang signifikan dari tahun ke tahun, meskipun sekolah telah memiliki fasilitas yang memadai. Dalam konteks persaingan sekolah swasta yang semakin ketat, efektivitas strategi komunikasi dan pelayanan terhadap orang tua menjadi faktor krusial dalam menarik dan mempertahankan peserta didik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap kepala sekolah, guru, orang tua, siswa, dan calon siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kepala sekolah berbasis CRM mencakup upaya peningkatan komunikasi personal, pelayanan yang responsif, serta pengelolaan hubungan jangka panjang dengan orang tua dan siswa. Penerapan CRM terbukti memberikan dampak positif terhadap citra sekolah, meningkatkan loyalitas orang tua, serta mempercepat proses penerimaan peserta didik baru. Namun, pelaksanaan strategi ini masih menghadapi kendala pada aspek konsistensi implementasi dan keterbatasan teknologi informasi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan CRM secara sistematis dan strategis dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan daya tarik sekolah, khususnya di tengah kompetisi antar sekolah swasta. Rekomendasi ditujukan kepada pihak sekolah untuk memperkuat sistem CRM berbasis digital dan memperluas keterlibatan orang tua dalam program sekolah guna membangun hubungan yang lebih erat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Kepala Sekolah, Daya Tarik Sekolah, *Customer Relationship Management*, Loyalitas Orang Tua

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘aalamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta’ala, atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Melalui *Customer Relationship Management* di SMP Al Hadiid Cileungsi Kabupaten Bogor” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam di Sekolah Pascasarjana Universitas Islam 45 Bekasi.

Tesis ini disusun dengan harapan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi manajemen pendidikan, khususnya dalam optimalisasi peran kepala sekolah dalam membangun relasi dengan orang tua dan masyarakat melalui pendekatan *Customer Relationship Management* (CRM) guna meningkatkan daya tarik sekolah swasta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. **Dr. Amin, S.Pd., M.Si.**, selaku Rektor Universitas Islam 45 Bekasi atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
2. **Dr. Pauzan Haryono Z, M.Pd.I.**, selaku Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Islam 45 Bekasi dan juga Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan berharga sehingga tesis ini menjadi sesuatu yang bernilai dan bermanfaat.

3. **Dr. Ibnu Muthi, S.Pd., M.Pd.**, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam 45 atas segala bantuan informasi dan dukungan support positif yang telah diberikan selama menempuh studi pascasarjana.
4. **Dr. Apriliantoni, M.E** Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, serta memberikan masukan berharga selama proses penulisan tesis ini.
5. Seluruh dosen Sekolah Pascasarjana UNISMA 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu dan inspirasi selama proses perkuliahan.
6. **Herman Jayusman**, selaku Kepala Sekolah SMP Al Hadiid Cileungsi yang telah banyak memberikan informasi yang bermanfaat yang bersesuaian dengan penulisan tesis ini.
7. **Sumardi**, selaku Pembina siswa SMP Al Hadiid yang juga memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini.
8. **Lora**, selaku Guru BP/BK SMP Al Hadiid yang juga telah memberikan berbagai macam informasi yang dibutuhkan.
9. **Haris, Eka**, dan **Lesti**, selaku wali kelas 7,8 dan 9 SMP Al Hadiid yang banyak memberikan bantuan informasi yang dibutuhkan.
10. Kedua orang tua tercinta yang selalu menyisipkan dalam do'a-do'anya untuk keberhasilan anaknya yaitu **Bapak Syarifuddin** dan **Ibu Nelfianti**.
11. Orang tercinta yang memberikan cinta kasihnya saat mulai dipelaminan dan mensupport dalam kehidupan ini serta dalam perjuangan lainnya, **Pohaci Anggraeini**.

12. Anak-anak yang tercinta dan tersayang yang selalu menjadi motivasi dan asupan energi serta semangat, *Khaulah Muwahhidah Al Umari, Naila Hashifatunnada Al Umari, Rayhanah Faadiyah Al Umari, Atiqoh Hamidatullah Al Umari, Izzah 'Abidatullah Al Umari, Asadullah Abdurrahman Nurhuda Al Umari, Khalid Abdurrazaq Al Umari, Qays Abdul Muqaffi Al Umari, Muhammad Usaid Al Umari, Tsaabit Abdul Muth'I Al Umari.*

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang konstruktif demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pendidikan, khususnya dalam bidang manajemen pendidikan Islam.

Bekasi, 2 Shafar 1447 / 28 Juli 2025

Penulis

Yopfie Sandra

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian	19
1. Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah	19
2. Meningkatkan Daya Tarik.....	22
3. Pengertian Customer Relationship Management.....	29
4. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dalam Konteks Pendidikan	32
5. Daya Tarik Sekolah.....	41
6. Hasil Penelitian yang Relevan	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	59
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	59
B. Perencanaan Penelitian	59
C. Latar Penelitian	60
D. Metode Penelitian	60
E. Data dan Sumber Data	61
1. Data	61
2. Sumber Data.....	63

F. Teknik Pengumpulan Data	64
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:	64
1. Wawancara	64
2. Dokumentasi	75
G. Teknik Analisis Data	77
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	81
1. Triangulasi Data	82
1. Uji Kredibilitas (Credibility).....	83
2. Uji Transferabilitas (Transferability)	85
3. Uji Dependabilitas (Dependability)	86
4. Uji Konfirmabilitas (Confirmability).....	86
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	92
B. Temuan Penelitian.....	97
C. Pembahasan Temuan.....	110
1. Strategi Kepala Sekolah dalam Menerapkan Prinsip-Prinsip <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	110
2. Dampak Penerapan CRM terhadap Peningkatan Daya Tarik Sekolah	114
3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Strategi Kepala Sekolah Berbasis CRM	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	131
A. Kesimpulan	131
B. Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	149

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pendaftar Siswa Baru	6
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Relevan	55
Tabel 3. 1 Perencanaan Penelitian.....	59
Tabel 3. 3 Jadwal Wawancara	74
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi Sekolah.....	93
Tabel 4. 2 Data Jumlah Siswa Tp. 2025/2026.....	96