

**STRATEGI KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN
ANIMO CALON PESERTA DIDIK BARU
DI SMA MUHAMMADIYAH 1 CURUP**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Dalam Ilmu Tarbiyah**



OLEH:

**SISKA PUTRI UTAMI
NIM: 15561024**

**PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP
2019**

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Di-

Curup

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan bimbingan serta perbaikan seperlunya terhadap skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Siska Putri Utami

NIM : 15561024

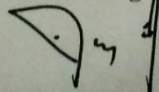
Judul : **Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di SMA Muhammadiyah 1 Curup**

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah layak diajukan sidang *Munaqasah* Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

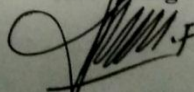
Pembimbing I



Muhammad Amin, S.Ag., M.Pd
NIP. 196908072003121001

Curup, Agustus 2019

Pembimbing II



Irwan Fathurrechman, M.Pd
NIP. 198408262009121008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS TARBIYAH**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 1756 /In.34/F.T/PP.00.9/09/2019

Nama : Siska Putri Utami
NIM : 15561024
Fakultas : Tarbiyah
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Judul : Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di SMA Muhammadiyah 1 Curup

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Jum'at, 30 Agustus 2019
Pukul : 15.00-16.30 WIB
Tempat : Gedung Munaqosah Tarbiyah Ruang 1 IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dalam bidang Ilmu Tarbiyah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Muhammad Amin, S. Ag., M. Pd
NIP. 19690807 200312 1 001

Irwan Fathurrohman, M. Pd
NIP. 19840826 200912 1 008

Penguji I,

Penguji II,

H. Abdul Rahman, M. Pd. I
NIP. 19720704 200003 1 004

Abdul Sahib, S. Pd., M. Pd
NIP. 19720520 200312 1 001

Mengesahkan,
Dekan fakultas Tarbiyah



Dr. H. Imaldi, M. Pd.
NIP. 19650627 200003 1 002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siska Putri Utami
Nomor Induk Mahasiswa : 15561024
Fakultas : Tarbiyah
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, 14 Agustus 2019

Penulis



Siska Putri Utami

NIM. 15561024

MOTTO

“Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses.

Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa henti”

(Emha Ainun Nadjib)

“Sesuatu akan kelihatan tidak mungkin sampai semuanya selesai”

(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT, atas takdir-Nya lah aku bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku dalam meraih cita-cita, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi:

1. Ayahanda Sudirman dan Ibundaku Siti Rahma, motivator terbesar yang selalu menyayangi, mendukung serta mendo'akan ku sampai sejauh ini. Semoga semua jerih payah dan keringatnya selama ini tidak sia-sia. Takkan pernah cukup ku membalas cinta ayah bunda padaku.
2. Saudara-saudaraku, Aang Kenedi, Rizal Pahlevy, dan Mega Rosantri yang selalu memberikan motivasi dan memberikan semangat sehingga aku bisa menyelesaikan pendidikan tepat waktu.
3. Bapak dan ibu dosen IAIN Curup, yang telah dengan sabar mengajari dan membimbingku sampai selesai.
4. Sahabat-sahabatku, yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam membuat tugas akhir.
5. Teman-teman angkatan 2015 prodi MPI IAIN Curup yang selalu bersama dalam menuntut ilmu, saling tolong-menolong dan saling menyayangi.

STRATEGI KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN ANIMO CALON PESERTA DIDIK BARU DI SMA MUHAMMADIYAH 1 CURUP

Oleh

Siska Putri Utami

NIM.15561024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi kepala sekolah untuk meningkatkan animo calon peserta didik baru di SMA Muhammadiyah 1 dan upaya kepala sekolah dalam mengatasi kendala yang terjadi dalam upaya meningkatkan animo calon peserta didik di SMA Muhammadiyah 1.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Subjek penelitiannya yaitu kepala sekolah, guru dan siswa. Lokasi penelitian di SMA Muhammadiyah 1 yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan. Metode pengumpulan data adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik reduksi dan penyajian data. Uji keabsahan data dengan perpanjangan keikutsertaan, triangulasi dan pengecekan sejawat melalui diskusi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kepala sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru yaitu melakukan analisis prestasi pemasaran yang dilakukan oleh guru-guru yang tergabung dalam panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dengan menganalisis pemasaran tahun sebelumnya dan daerah persebaran siswa. Identifikasi dan analisis pasar yaitu mengikuti kebutuhan pasar tentang penanaman nilai agama dan ahlak peserta didik disekolah. Segmentasi dan *positioning* yang dilakukan SMA Muhammadiyah 1 ini random/acak. Diferensiasi di SMA Muhammadiyah 1 ini yaitu praktik-praktik keagamaan disekolah seperti mengaji sebelum memulai pelajaran. Promosi yang dilakukan menggunakan media cetak yaitu brosur dan promosi *mouth to mouth*. Dan Evaluasi promosi dengan melihat respon dari masyarakat dan antusiasme siswa yang mendaftar. Kemudian kendala dalam kegiatan promosi yang dihadapi oleh SMA Muhammadiyah 1 Curup yaitu kurangnya SDM yang kompeten dibidang pemasaran jasa pendidikan dan juga sumber pendanaan yang kurang sehingga kegiatan promosi yang dilakukan tidak bisa optimal.

Kata Kunci: *Strategi, kepala sekolah, animo, peserta didik.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur hanya bagi Allah SWT. Yang telah melimpahkan karunia dan nikmatnya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di SMA Muhammadiyah 1 Curup.

Shalawat dan salam semoga tercurah pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang senantiasa membimbing umat manusia menuju jalan yang benar.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, dan dalam prosesnya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Dengan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat M.Ag., M.Pd., selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. H. Ifnaldi Nural, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Curup.
3. Bapak Muhammad Amin, S.Ag., M.Pd., selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam.
4. Bapak Muhammad Amin, S.Ag., M.Pd., dan Bapak Irwan Fathurrochman, M.Pd., selaku pembimbing I dan II, dengan penuh kesabaran telah

memberikan ilmu, saran, kritik, bimbingan, dan koreksi pada skripsi penyusun.

5. Bapak Irwan Fathurrochman, M.Pd., selaku pembimbing akademik.
6. Kepada segenap dosen dan karyawan di IAIN Curup yang telah memberikan kemudahan dan pelayanan yang prima kepada penyusun dalam proses aktivitas perkuliahan hingga selesai.

Akhir kata penyusun mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi wabarokatuh

Curup, Agustus 2019

Penulis

Siska Putri Utami

NIM. 15561024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Pertanyaan Penelitian	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6

BAB II KERANGKA TEORI DAN KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Strategi	8
B. Kepala Sekolah	11
1. Pengertian Kepala Sekolah	11
2. Peran dan Fungsi Kepala Sekolah	12
3. Kompetensi Kepala Sekolah	14
C. Animo	15
1. Pengertian Animo	15
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Animo	16
D. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	18
1. Pengertian Strategi Pemasaran	18

2. Strategi Pemasaran	20
E. Penelitian Terdahulu	26

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Lokasi Penelitian	31
C. Objek dan Subjek Penelitian	32
D. Teknik Pengumpulan Data	34
E. Instrumen Penelitian	36
F. Analisis Data	37
G. Pengecekan Keabsahan Data	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	42
1. Profil SMA Muhammadiyah 1 Curup	42
2. Sejarah SMA Muhammadiyah 1 Curup	42
3. Kondisi Sekitar Lembaga	43
4. Jumlah Guru	46
5. Visi dan Misi SMA Muhammadiyah 1 Curup	47
B. Hasil Penelitian	48
1. Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru	48
a. Analisis Prestasi Pemasaran	48
b. Identifikasi dan Analisis Pasar	49
c. Segmentasi dan <i>Positioning</i>	50
d. Diferensiasi Sekolah	50
e. Promosi	51
f. Evaluasi Promosi	53
2. Kendala dalam Kegiatan Promosi	54
C. Pembahasan	55
1. Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru	55
a. Analisis Prestasi Pemasaran	55
b. Identifikasi dan Analisis Pasar	56
c. Segmentasi dan <i>Positioning</i>	57

d. Diferensiasi Sekolah	57
e. Promosi	58
f. Evaluasi Promosi	62
2. Kendala dalam Kegiatan Promosi	62
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Animo Masyarakat Terhadap SMA Muhammadiyah 1 Curup	64
D. Keterbatasan Penelitian	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Peserta Didik di SMA 1 Muhammadiyah	4
Table 2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
Table 3.1 Data sarana dan prasarana SMA 1 Muhammadiyah.....	44
Tabel 3.2 Data guru dan pegawai SMA 1 Muhammadiyah.....	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, dan pemerintah melalui kegiatan bimbingan, pengajaran dan latihan yang berlangsung di sekolah maupun di luar sekolah sepanjang hayat untuk mempersiapkan peserta didik agar dapat memainkan peranan dalam berbagai lingkungan hidup secara tepat di masa yang akan datang.¹

Pendidikan juga merupakan salah satu pranata sosial yang menawarkan jasa layanan bersifat intelektual, afeksi, psikomotorik, emosional dan spritual dalam menyiapkan masa depan umat.²

Proses belajar mengajar biasa dilakukan dalam sebuah sekolah, dimana guru dan siswa saling berinteraksi dalam membahas suatu materi. Siswa atau sering disebut dengan peserta didik adalah seseorang yang terdaftar dalam suatu jalur, jenjang dan jenis lembaga pendidikan tertentu, yang selalu ingin mengembangkan potensi dirinya baik pada aspek akademik maupun non akademik melalui proses pembelajaran yang diselenggarakan.

¹ Yulmawati, *Strategis Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan SD N 03 Sungayang*, *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan* Vol.1 No.2 Juli-Desember 2016, H.1

² Fathul Janah, *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*, (Yogyakarta: Safiria Insania Press, 2009), H. 1

Adanya persaingan antar sekolah yang semakin meningkat beberapa waktu belakangan ini, maka upaya pemasaran untuk di sebuah lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu berbenah diri serta belajar agar memiliki inisiatif untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal ini siswa maupun siswi. Oleh sebab itu, maka diperlukanlah strategi promosi khususnya di bidang jasa pendidikan yang tepat untuk memenangkan sebuah kompetisi antar sekolah sehingga meningkatkan animo calon peserta didik baru atau siswa, dan juga untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah.³

Seperti yang kita ketahui saat ini, para orang tua sangat selektif dalam memilih sekolah untuk anaknya. Kondisi tersebut menuntut bagi lembaga pendidikan untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan para konsumen sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diterima.

Persaingan antar lembaga pendidikan kini semakin ketat, maka dari itu orang tua harus pandai-pandai dalam memilih sekolah untuk anaknya, manakah yang memang benar-benar memiliki mutu yang bagus dan mana yang tidak terlalu bagus. Sekolah yang bagus dan bermutu adalah sekolah yang menjadi pilihan utama bagi para orang tua yang akan mendaftarkan anak-anaknya.

³ Ardiyanto Wardhana, *Strategi Promosi Penerimaan Siswa Baru, Jurnal Channel* Vol. 6, No. 1, April 2018, H. 97

Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 adalah sekolah yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan. SMA ini dikelola oleh Pimpinan Cabang Majelis Dikdasmen Muhammadiyah. Bangunan sekolah ini awalnya didirikan di lokasi Panti Asuhan Aisyiyah sekarang yaitu di Air Sengak, kemudian pada tahun 1988 lokasi sekolah dipindahkan ke Tempel Rejo yang dulunya adalah Panti Asuhan. Jadi pada tahun 1988 terjadi pertukaran lokasi, Panti Asuhan Aisyiyah pindah ke Air Sengak dan SMA Muhammadiyah 1 pindah ke Tempel Rejo. Sekolah ini dibangun diatas wakaf dari Hajjah Nuraini Djanggut yang berasal dari Sumatera Barat.

Untuk mengetahui faktor penyebab kurangnya animo peserta didik baru, peneliti melakukan wawancara awal dengan Venny Vebiola selaku pelajar kelas 10 di salah satu sekolah negeri, alasan dia tidak memilih bersekolah di SMA Muhammadiyah 1 yaitu karena kurang tau dengan keunggulan sekolah ini dan sarana prasarana yang ada di sekolah ini belum lengkap.⁴

Setelah peneliti melakukan observasi awal memang terlihat bahwasanya fasilitas yang ada di SMA Muhammadiyah 1 belum memadai sehingga selain karena kurangnya strategi pemasaran, faktor lain yang mempengaruhi adalah fasilitas SMA masih banyak yang kurang. Seperti belum adanya lab bahasa, dan fasilitas yang ada di lab IPA dan komputer masih kekurangan alat.⁵

⁴ Venny Vebiola, Wawancara, 17 November 2018

⁵ Observasi, 16 Oktober 2018

Sumber pendanaanya sendiri berasal dari yayasan, dana BOS dan infaq dari siswa yaitu sebesar Rp. 145.000/siswa.⁶

Jumlah peserta didik dari kelas 10 hingga kelas 12 yang bersekolah SMA Muhammadiyah 1 dari tahun 2015-2019. Berikut rinciannya:⁷

Tabel 1.1

Jumlah Peserta Didik di SMA Muhammadiyah 1

Tahun Ajaran	Kelas X	Kelas XI	Kelas XII	Jumlah Siswa
2015-2016	21	28	16	65
2016-2017	16	19	20	55
2017-2018	13	19	14	46
2018-2019	16	12	9	37

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas peneliti mendapatkan informasi bahwa animo calon peserta didik baru di SMA Muhammadiyah 1 masih sangat rendah. Dapat dilihat dari jumlah siswa yang bersekolah disana semakin turun di setiap tahunnya.

Berangkat dari masalah tersebut peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana **“STRATEGI KEPALA SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN ANIMO CALON PESERTA DIDIK BARU DI**

⁶ Alwa Saparti, Wawancara, 16 Oktober 2018

⁷ Dokumentasi, 16 Oktober 2018

SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) MUHAMMADIYAH 1”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka ada beberapa identifikasi masalah yang ditemukan oleh penulis, yaitu:

1. Kurangnya minat calon peserta didik baru untuk sekolah ke SMA Muhammadiyah.
2. Kurangnya strategi pemasaran untuk menarik minat calon peserta didik baru.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan fokus pada masalah, maka peneliti membatasi masalah pada “Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 Curup”.

D. Pertanyaan Penelitian

1. Apa strategi kepala sekolah untuk meningkatkan animo calon peserta didik baru ?
2. Bagaimana upaya kepala sekolah dalam mengatasi kendala yang terjadi dalam upaya meningkatkan animo calon peserta didik?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi kepala sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru.

2. Untuk mengetahui upaya kepala sekolah dalam mengatasi kendala yang terjadi dalam upaya meningkatkan animo calon peserta didik.

F. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh wawasan pengetahuan yang lebih mendalam tentang mengembangkan konsep atau teori tentang strategi sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik bagi para peneliti berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 Curup

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang sangat berarti bagi lembaga SMA Muhammadiyah 1 Curup sebagai bahan informasi dan referensi mengenai strategi dalam peningkatan animo calon peserta didik baru.

- b. Pegelolah Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 Curup

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pencerahan bagi segenap pegelolah SMA Muhammadiyah 1 Curup untuk memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai strategi peningkatan animo calon peserta didik dengan cara memasarkan jasa

pendidikan.

c. Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan referensi untuk memilih sekolah yang baik yang dapat mengembangkan segala potensi pada anak sesuai dengan perkembangannya.

d. Bagi peneliti

Untuk penulis atau peneliti bahwasanya penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan penulis tentang strategi dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru.

BAB II

KERANGKA TEORI DAN KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* (*stratos* = militer dan *ag* = pemimpin), yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clauswitz. Ia dalam Lili Amalia menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila istilah strategi sering digunakan dalam kacamata peperangan. Istilah strategi digunakan pertama kali di dunia militer.⁸

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Selanjutnya Newman dan Logan dalam buku Strategi Belajar Mengajar mengemukakan bahwa strategi dasar dari setiap usaha meliputi 4 hal, sebagai berikut:

1. Pengidentifikasian dan penetapan spesifikasi dan kualifikasi tujuan yang harus dicapai dengan memperhatikan dan mempertimbangkan aspirasi masyarakat yang memerlukannya.
2. Pertimbangan dan pemilihan cara pendekatan utama yang dianggap ampuh

⁸ Lili Amalia, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di SMP Harapan Baru Bekasi*, Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah, Tahun 2017. H.7

untuk mencapai sasaran

3. Pertimbangan dan penetapan langkah-langkah yang ditempuh sejak titik awal pelaksanaan sampai titik akhir dimana sasaran yang tercapai.
4. Pertimbangan dan penetapan tolak ukur dan ukuran baku untuk digunakan dalam mengukur taraf keberhasilan usaha.⁹

Strategi dapat diartikan sebagai suatu cara atau teknik yang diterapkan oleh seorang dalam hal ini pemimpin untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi dapat juga diartikan sebagai kiat seseorang pemimpin untuk mencapai tujuan.¹⁰

J.R. David dalam buku Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan mengemukakan bahwa dalam dunia pendidikan, strategi diartikan sebagai *a plan, method, or series of activities designed to achieves a particular educational goal*. Dengan demikian strategi dapat diartikan sebagai sistematika yang didalamnya terdapat perencanaan, metode, atau rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.¹¹

Dari pengertian diatas, terdapat 2 hal yang dapat kita simpulkan yaitu: *pertama*, strategi merupakan rencana, rangkaian kegiatan dan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya/kekuatan. Berarti disini strategi baru

⁹ Anissatul Mufarokah, *Strategi Belajar Mengajar*, (Yogyakarta:TERAS, 2009), H. 36-37

¹⁰ Mukhtar, *Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru pada SMP N di Kecamatan Masjid Raya Kabupaten Aceh Besar*, *Jurnal Magister Administrasi Pendidikan* Vol. 3 No.3 Agustus 2015, H.105

¹¹ Wina Sanjaya, *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), H. 126

sampai pada proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan. *Kedua*, strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, untuk membuat strategi langkah pertama yang dilakukan adalah merumuskan tujuan yang jelas dan dapat diukur keberhasilannya, karena tujuan adalah roh dalam implementasi suatu strategi.¹²

Pengertian strategi menjelaskan bahwa adanya sebuah fungsi yang penting dari manajemen yaitu suatu rencana/perencanaan yang digunakan sebagai tahap awal dalam menjalankan kegiatan di sebuah lembaga/organisasi yang berguna untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.¹³

Strategi adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir dari suatu organisasi, namun strategi bukanlah sekedar suatu rencana, melainkan adalah rencana yang menyatukan. Strategi mengikat semua bagian yang ada dalam organisasi menjadi satu, sehingga strategi meliputi semua aspek penting dalam suatu organisasi, strategi itu terpadu dari semua bagian rencana yang harus serasi satu sama lain dan berkesesuaian. Oleh karena itu penentuan strategi membutuhkan tingkatan komitmen dari suatu organisasi, di mana tim organisasi tersebut bertanggung jawab dalam memajukan strategi yang

¹² *Ibid.*

¹³ Atika Kheirini Selsy, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Kb Tk Lintang Harapan", Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2018. H.10

mengacu pada hasil atau tujuan akhir. Dengan demikian dapat dipahami bahwa strategi kepemimpinan pendidikan merupakan kegiatan mengambil keputusan atau merencanakan tindakan- tindakan strategis untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.¹⁴

B. Kepala Sekolah

1. Pengertian Kepala Sekolah

Kepala sekolah pada hakikatnya adalah guru yang diberi tugas tambahan untuk memimpin penyelenggaraan organisasi sekolah. Oleh sebab itu tugas-tugas kepala sekolah bukan hanya mengatur dan melakukan proses belajar mengajar, melainkan juga mampu menganalisis berbagai persoalan, mampu memberikan pertimbangan, cakap dalam memimpin dan bertindak dalam berorganisasi, mampu berkomunikasi baik lisan maupun tulisan, partisipatif dan cakap dalam menyelesaikan persoalan dengan baik. Hal ini sesuai dengan pendapat De Roche dalam Mukhtar bahwa kepala sekolah sebagai pemimpin pendidikan harus mempunyai kemampuan antara lain:

1. Mempunyai sifat-sifat kepemimpinan
2. Mempunyai harapan tinggi (*high expectation*) terhadap sekolah
3. Mampu mendayagunakan sumber daya sekolah
4. Profesional dalam bidang tugasnya¹⁵

¹⁴ Yulmawati, *Op.cit.*, H.112

¹⁵ Mukhtar, *Op. cit.*, H.106

Paradigma pendidikan yang memberikan kewenangan luas kepada sekolah dalam mengembangkan berbagai potensinya memerlukan peningkatan kemampuan kepala sekolah dalam berbagai aspek manajerial, agar dapat mencapai tujuan sesuai dengan visi dan misi yang ada disekolahnya. Kepala sekolah harus memiliki strategi manajemen secara utuh dan berorientasi kepada peningkatan mutu. Strategi peningkatan mutu ini dikenal dengan Manajemen Mutu Terpadu (MMT), yang lebih populer didunia bisnis dengan istilah *Total Quality Management* (TQM). Strategi ini merupakan usaha sistematis dan terkoordinasi untuk secara terus-menerus memperbaiki kualitas layanan, sehingga fokusnya diarahkan ke pelanggan, dalam hal ini peserta didik, orang tua peserta didik, pemakai lulusan, guru, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Sedikitnya terdapat 5 sifat layanan yang harus diwujudkan oleh kepala sekolah agar pelanggan puas, yakni layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan (*reliability*), mampu menjamin kualitas pembelajaran (*assurance*), iklim sekolah yang kondusif (*tangible*), memberikan perhatian penuh kepada peserta didik (*emphaty*), serta cepat tanggap terhadap kebutuhan peserta didik (*responsiveness*).¹⁶

Kepala sekolah harus memiliki visi, misi, kreatif serta inovatif dan berorientasi pada mutu. Strategi ini merupakan usaha sistematis kepala sekolah secara terus menerus untuk memperbaiki kualitas layanan sehingga fokusnya diarahkan pada guru dan tenaga kependidikan lainnya agar lembaga kependidikan yang dipimpinnya dapat berjalan dengan baik. Sebagai pimpinan sekaligus supervisor di sekolah, peran dan tanggung jawab kepala sekolah sangat strategis dalam meningkatkan kinerja guru maupun tenaga kependidikan lainnya.¹⁷

2. Peran dan Fungsi Kepala Sekolah

Peran dan fungsi kepala sekolah dalam meningkatkan kinerja guru sangat

¹⁶ Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 7-8

¹⁷ Mukhtar, *op. cit.*, H. 104

penting. Hal ini sesuai dengan pendapat Mulyasa dalam Mukhtar bahwa:

Kepala sekolah dituntut untuk senantiasa berusaha membina dan mengembangkan hubungan kerja sama yang baik antara sekolah dan masyarakat guna mewujudkan sekolah yang efektif dan efisien. Kepala sekolah harus mampu menjalin hubungan kerja sama baik sesama warga sekolah maupun dengan masyarakat lingkungan sekolah.¹⁸

Wahyusumidjo dalam Nurasih, Murniati AR, Cut Zahri Harun menyatakan bahwa kepala sekolah sebagai seorang pemimpin yang selalu dituntut untuk:

- a. Kepala sekolah harus menjadi sumber inspirasi bawahannya, jadi kepala sekolah harus mencerminkan sikap yang bisa dijadikan contoh dan teladan sehingga bawahan akan dengan senang hati menuruti perintahnya.
- b. Kepala sekolah harus mampu memahami dan memotivasi setiap guru, staf, dan bersikap yang positif dari reaksi yang negatif.
- c. Kepala sekolah harus mempunyai sikap tanggung jawab agar para guru, staf dan siswa juga menyadari tanggung jawab mereka demi mencapai tujuan sekolah.
- d. Kepala sekolah harus menyediakan fasilitas untuk guru, staf dan siswa serta menciptakan suasana yang mendukung pada kegiatan yang dilaksanakan sehingga mereka bisa mengerjakan tugas dengan baik
- e. Kepala sekolah harus selalu dapat memelihara kesinambungan antara guru, staf dan siswa.

¹⁸ Mukhtar, *Loc. cit.*,

- f. Kepala sekolah harus memahami bahwa esensi kepemimpinan adalah kepengikutan (*the followership*) artinya kepemimpinan tidak akan terjadi apabila tidak didukung bawahan atau pengikutnya.
- g. Kepala sekolah memberikan bimbingan dan mengadakan koordinasi kegiatan atau mengadakan pengendalian dan pengawasan serta pembinaan agar masing-masing bawahan atau anggota memperoleh tugas yang wajar dalam beban hasil usaha bersama.¹⁹

3. Kompetensi Kepala Sekolah

Kepala sekolah harus memiliki kompetensi yaitu menguasai kecakapan bekerja sebagai suatu keahlian selaras dengan bidangnya. Kompetensi diperoleh melalui pendidikan dan latihan dengan standar dan kualitas tertentu sesuai dengan tugas yang akan dilaksanakan. Dengan demikian kompetensi kepala sekolah adalah pengetahuan, keterampilan dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan kepala sekolah dalam dalam kebiasaan berpikir dan bertindak secara konsisten yang memungkinkannya menjadi kompeten atau berkemampuan dalam mengambil keputusan tentang penyediaan, pemanfaatan dan peningkatan potensi sumberdaya untuk meningkatkan kualitas pendidik di sekolah. Menurut Gorton & Schneider dalam buku *Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Organisasi Pembelajaran*

¹⁹ Nurasiah, Murniati AR, Cut Zahri Harun, *Strategi Kepala Sekolah dalam Peningkatan Mutu di SD Negeri 1 Peukan Bada Aceh Besar*, *Jurnal Magister Administrasi Pendidikan*, Vol 3, No. 3, Agustus 2015, H. 120

(*Learning Organization*) mengemukakan bahwa:

Pengetahuan, keterampilan dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan kepala sekolah sebagai administrator tidak dapat dilepaskan dengan kompetensi manajerial yaitu: *conceptual skill, human skill, and technical skill*. *Pertama*, keterampilan konseptual adalah kemampuan kepala sekolah untuk melihat sebagai suatu keseluruhan untuk melaksanakan tanggung jawab manajerialnya, terutama dalam perencanaan, pengorganisasian, menentukan kebijaksanaan, pemecahan masalah, dan pengambilan keputusan dalam pengembangan program sekolah. *Kedua*, keterampilan hubungan manusia adalah kemampuan untuk mendirikan sistem komunikasi 2 arah yang terbuka dengan personel sekolah dan anggota masyarakat lainnya untuk menciptakan suasana kepercayaan terhadap sekolah dan meningkatkan unjuk kerja guru. *Ketiga*, keterampilan teknik yaitu kemampuan dalam menanggapi dan memahami serta cakap menggunakan metode-metode termasuk yang bukan pengajaran.²⁰

C. Animo

1. Pengertian Animo

Menurut kamus arti dari animo adalah hasrat dan keinginan yang kuat untuk berbuat, melakukan, atau mengikuti sesuatu.²¹

Sedangkan menurut Winkel minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Sehingga minat mengandung unsur keinginan untuk mengetahui dan mempelajari obyek yang diinginkan itu sebagai wawasan pengetahuan bagi dirinya, orang tersebut akan melakukan tindakan yang nyata untuk mengetahui dan mempelajari dari sesuatu yang diinginkannya itu sebagai

²⁰ Wahyudi, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Organisasi Pembelajaran (Learning Organization)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), H.28

²¹ <http://artikata.com/arti-319094-animo.php>

kebutuhannya. Oleh karena itu, minat atau disebut juga keinginan seseorang terhadap sesuatu yang ia cita-citakan, merupakan hasil kesesuaian antara kondisi dan situasi dengan kebutuhan yang ia harapkan.²²

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Animo

Animo dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

a. Motivasi dan cita-cita.

Sebelum timbul minat terdapat motif dan motivasi. Motif adalah penggerak dari dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan motivasi adalah suatu pernyataan yang kompleks di dalam suatu organisme yang mengarahkan tingkah laku terhadap suatu tujuan. Pada umumnya motivasi intrinsik lebih kuat dan lebih baik dari pada motivasi ekstrinsik.

b. Kemauan

Kemauan adalah suatu kegiatan rohaniah yang menyebabkan seorang manusia sanggup melakukan berbagai tindakan yang perlu untuk mencapai tujuan tertentu. Pada saat ada kemauan dari siswa untuk masuk perguruan tinggi maka siswa tersebut akan berusaha mencapai tujuan tersebut.

c. Ketertarikan

Ketertarikan adalah suatu perasaan senang, terpicat, menaruh minat

²² Winkel, *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. (Jakarta: Gramedia, 1984). h..25

kepada sesuatu.²³

Animo (minat) dapat berkembang dan berubah dengan pengalaman-pengalaman yang membentuk mental individu. Faktor-faktor yang berhubungan dengan minat dibedakan menjadi beberapa faktor sebagai berikut:

a. Faktor-faktor yang dapat menimbulkan minat, secara alami faktor-faktor yang menimbulkan minat sebagai berikut :

1) Faktor Motif Sosial

Minat dapat timbul dengan adanya motifasi dan keinginan tertentu dari lingkungan sosialnya. Seseorang akan melakukan sesuatu dengan maksud agar mendapat respon.

2) Faktor Emosi

Minat berhubungan dengan perasaan dan emosi. Suksesnya pelaksanaan sesuatu kegiatan membuat perasaan senang dan semangat untuk melakukan kegiatan yang serupa, Sebaliknya kegagalan akan menurunkan minat atau malah sebaliknya menambah minat.

3) Faktor Lingkungan

Adalah faktor yang dapat memunculkan minat yang berasal dari keadaan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan sekolah.

b. Faktor-faktor yang dapat menurunkan minat antara lain:

1) Faktor ketidakcocokan

²³ Amin Suprpto, *Minat Masuk Perguruan Tinggi*, (Semarang : UNS. 2007), h.10

Minat seseorang terhadap sesuatu hal akan berkembang jika hal tersebut menarik dan sesuai dengan dirinya dan minat tersebut akan turun apabila tidak sesuai dengan dirinya.

2) Faktor kebosanan

Melakukan suatu aktifitas secara terus menerus secara monoton akan membosankan, hal ini dapat menyebabkan menurunnya minat.

3) Faktor kelelahan

Orang yang karena minatnya terhadap sesuatu aktivitas, akan melakukan aktivitas tersebut dengan tidak memperhatikan batas waktu kerja. Hal ini dapat mengakibatkan kelelahan. Orang yang lelah akan malas melakukan pekerjaan.²⁴

D. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh sekolah dalam mengenalkan visi dan misi yaitu strategi pemasaran. Strategi pemasaran dapat menjadi sebuah terobosan baru bagi sekolah untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Sekolah sebagai lembaga non-profit sekaligus segmen kelembagaan yang penting, tujuannya bukanlah penciptaan kekayaan ekonomi melainkan usaha untuk melakukan aktivitas yang secara positif akan mempengaruhi masyarakat pada umumnya. Sekolah perlu memperhatikan hal-

²⁴ *Ibid.*

hal yang telah, sedang, dan belum dilakukan untuk meningkatkan layanan bagi pelanggan jasa pendidikan. Melalui strategi pemasaran yang tepat, sekolah dapat meningkatkan minat pelanggan (termasuk minat peserta didik). Sekolah yang diminati pelanggan dan memiliki SDM yang bermutu akan tetap eksis dan mampu meningkatkan kualitas pendidikan.²⁵

Strategi pemasaran merupakan suatu rencana kegiatan atau usaha menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen (termasuk pelanggan), dan usaha menciptakan pertukaran yang memuaskan melalui kegiatan pendistribusian, sekaligus sebagai upaya penyesuaian dengan kondisi lingkungan eksternal. Pada penelitian ini, sekolah sebagai produsen perlu memahami keadaan dan kebutuhan (calon) pelanggan sehingga dapat menyediakan jasa yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Selain kondisi eksternal, sekolah juga perlu mempertimbangkan kondisi lingkungan internalnya. Dengan kata lain, keberhasilan strategi pemasaran sekolah tergantung pada kondisi lingkungan dan upaya pemenuhan kebutuhan pihak terkait baik secara internal maupun eksternal.²⁶

Pemasaran atau promosi menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditunjukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di

²⁵ Ririn Tius Eka Margareta, Bambang Ismanto, Bambang Suteng Sulasmono, *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model, Jurnal Manajemen Pendidikan. Vol. 5, No. 1, Januari-Juni 2018, H. 2*

²⁶ *Ibid.*

lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Untuk itu lembaga pendidikan dituntut untuk melakukan strategi promosi guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada. Dan tujuan dari strategi promosi tentunya tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap konsumen yang pada akhirnya akan bertambah jumlah siswa di lembaga tersebut. Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Strategi promosi yang dimaksud disini adalah setiap langkah yang diambil oleh sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah. Dalam hal ini promosi akan menjelaskan mengenai kegiatan lembaga pendidikan memperkenalkan produknya, apakah melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan atau publikasi.²⁷

2. Strategi Pemasaran

Unsur utama dalam pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur:

1. Unsur strategi persaingan, meliputi segmentasi pasar, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. *Targetting*, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. *Positioning*, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun pasar yang akan ditargetkan sekolah sehingga dapat lebih difokuskan saat melakukan pemasaran.

²⁷ Lili Amalia, *Op.Cit.*, H.4

2. Unsur taktik pemasaran, meliputi *differensiasi*, yaitu yang terkait dengan cara membangun strategi pemasaran. Misalnya, membedakan aspek-aspek yang ada disekolah dari pesaing sehingga bisa menarik minat konsumen. Bauran pemasaran (*marketing mix*), terkait dengan kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat atau yang lebih dikenal dengan sebutan 4P, yaitu *Product*, *Price*, *Promotion*, dan *Place*.
3. Unsur nilai pemasaran, yang berkaitan dengan: nama, termin, tanda simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya, yang ditujukan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa sebuah/sekelompok penjual dan membedakannya dengan para pesaing. Merek dapat memberi image atau status bagi lembaga, disini konsumen bebas memilih merek sesuai dengan kebutuhannya dengan garansi yaitu kepercayaan akan kualitas dan kinerja dari produk yang dipilih.²⁸

Berdasarkan pendapat Barnawi dalam Merry Dita Rahmatika langkah-langkah kegiatan dalam mengelola pemasaran sekolah mencakup enam kegiatan, yaitu:

a. Analisis Prestasi Pemasaran

Barnawi mengungkapkan bahwa tahap pertama yang harus dilakukan yaitu melakukan analisis prestasi pemasaran sebelumnya. Sekolah perlu menganalisis hasil pemasaran tahun-tahun lalu. Dengan melakukan analisis tahun lalu, akan terlihat gambaran fluktuasi hasil pemasaran dan beberapa penyebabnya. Kegiatan ini dilakukan oleh panitia promosi. Dalam memasarkan

²⁸ Ardiyanto Wadhana, *op. cit.*, H. 100

sekolah hendaknya membuat tim khusus agar pengerjaannya efektif. Tim khusus perlu di training agar kemampuannya dapat diandalkan. Selain itu, tim khusus atau tenaga pemasar juga harus mengetahui apa tugas-tugasnya.²⁹

Berdasarkan teori yang telah diuraikan dapat diambil kesimpulan bahwa analisis adalah tahap yang penting untuk mengetahui gambaran hasil pemasaran sebelumnya dan apa saja penyebabnya. Kegiatan ini hendaknya dilakukan oleh tim khusus yang telah melakukan pelatihan sehingga bisa menjalankan tugas dengan optimal.

b. Identifikasi dan Analisis pasar

Menurut Barnawi dalam Merry Dita Rahmatika:

Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan jika sekolah dibandingkan dengan sekolah pesaing. Sekolah harus melakukan analisis pekerjaan dengan menggunakan metode SWOT. Untuk mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) pada suatu lembaga pendidikan.³⁰

Kesiapan suatu perusahaan atau lembaga untuk berkompetisi tidak hanya diukur dengan menganalisa kedalam dan keluar, tapi harus pula mengidentifikasi setiap kesempatan yang akan didapat serta ancaman yang siap menghadang. Berbagai kesempatan dan ancaman ini dapat ditimbulkan oleh banyak faktor, antara lain

²⁹ Merry Dita Rahmatika, Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School, Skripsi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta, Tahun 2016. H.24

³⁰ *Ibid.* H.25

perkembangan teknologi, perubahan kondisi pasar, perubahan politik, atau perilaku konsumen atau langganan.³¹

c. Segmentasi dan *Positioning*

Menurut Rambat Lupiyoadi dalam Merry Dita Rahmatika:

Segmentasi adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan *Positioning* atau pemosisian yaitu mencakup perancangan dan penawaran citra perusahaan agar target pasar mengetahui dan menganggap penting posisi perusahaan di mata pesaing.³²

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa sejatinya penting menentukan target pemasaran, karena akan mempermudah fokus dari pemasaran suatu lembaga. Karakteristik pasar yang beragam dan cenderung berubah-ubah membuat lembaga pendidikan harus dapat mengimbangnya dengan tetap menjaga citra lembaga agar tidak ditinggalkan oleh konsumen.

d. Diferensiasi sekolah

David Wijaya dalam Merry Dita Rahmatika:

Diferensiasi adalah strategi sekolah dalam memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh pesaing. Strategi diferensiasi ini mengisyaratkan sekolah mempunyai jasa yang mempunyai kualitas ataupun fungsi yang bisa membedakan dirinya dengan pesaingnya.

³¹ Lili Amalia, *Op.Cit.*, H.13

³² Merry Dita Rahmatika, *Op.Cit.*, H. 26

Strategi diferensiasi dilakukan dengan cara menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya.³³

Diferensiasi yaitu memberikan penawaran yang berbeda dengan apa yang ditawarkan oleh kompetitor, biasanya berupa keunggulan sekolah. Hal ini merupakan cara yang efektif untuk menarik perhatian masyarakat karena konsumen akan memilih sekolah berdasarkan keunggulan yang dimiliki sekolah tersebut.

e. Promosi

Promosi adalah komponen pemasaran yaitu bentuk komunikasi yang digunakan sekolah untuk menjual/menginformasikan produk/jasa yang ditawarkan. Banyak hal yang bisa dilakukan untuk mempromosikan sekolah bisa melalui media cetak maupun media elektronik, dengan memperhatikan tema, isi konten, dan kebenaran dari apa yang akan ditawarkan.³⁴

Berikut ini beberapa bentuk promosi yang dapat digunakan oleh sekolah, Barnawi dalam Merry Dita Rahmatika:

- 1) Periklanan melalui media cetak, periklanan merupakan usaha untuk menciptakan perhatian untuk meningkatkan kesadaran sehingga para orangtua mau menyekolahkan anak-anak mereka di sekolah yang ditawarkan. Misal sekolah menyebarkan brosur, memasang spanduk memasang iklan di koran atau majalah.

³³ *Ibid.* H. 28

³⁴ Atika Kheirini Selsy, *Op.Cit.*, H. 21

- 2) Ikuti setiap *event* pameran, ikuti setiap *event* pameran, dalam kegiatan pameran hendaknya dilengkapi dengan brosur dan hasil karya peserta didik.
- 3) Mengadakan lomba atau *event*, mengadakan lomba atau *event* tertentu, sekolah dapat mengadakan lomba untuk menjangkit minat calon peserta didik.
- 4) Menyelenggarakan *Open House*, menyelenggarakan *open house* yang dapat memberikan kesempatan kepada calon peserta didik dan orangtua untuk mengenal sekolah. Dalam kesempatan ini panitia hendaknya dapat melakukan kegiatan promosi, seperti presentasi mengenai sekolah, berinteraksi dengan setiap tamu yang datang, dan memajang hasil karya sekolah.
- 5) Periklanan melalui media elektronik, pasanglah iklan ketika menjelang penerimaan siswa baru melalui radio atau televisi lokal. Manfaatkan juga internet untuk mempromosikan sekolah, misalnya dengan membuat *website* atau *blog* sendiri.
- 6) Promosi *mouth to mouth*, Rambat Lupiyoadi dalam Merry Dita Rahmatika mengatakan:
 Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga informasi dari mulut ke mulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi lainnya.³⁵

f. Evaluasi Promosi

Barnawi dalam Merry Dita Rahmatika mengungkapkan bahwa :

Evaluasi dapat dilakukan sebelum, pada saat dan setelah kegiatan promosi selesai. Sebelum Promosi, lakukan evaluasi dengan cara mengecek semua rencana pemasaran dengan baik. Pada saat pemasaran lakukan pengecekan secara berkala terhadap pos-pos kegiatan agar kemungkinan buruk dapat dideteksi dan ditanggulangi sendiri mungkin. Tindak lanjut dari evaluasi adalah dengan melakukan perbaikan-pebaikan pada kegiatan yang dirasa

³⁵ Merry Dita Rahmatika, *Op.Cit.*, H. 31

kurang maksimal sehingga pada kegiatan selanjutnya dapat dimaksimalkan lagi.³⁶

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan evaluasi sangatlah penting karena untuk mengetahui kegiatan mana yang kurang maksimal dan apa penyebabnya, sehingga bisa diperbaiki untuk kegiatan selanjutnya agar mencapai hasil yang maksimal.

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil pencarian literature yang dilakukan peneliti, maka terdapat beberapa hasil penelitian dan tulisan terdahulu yang mengungkapkan dan memiliki keterkaitan dengan topik penelitian ini diantaranya :

1. Merry Dita Rahmatika, Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) *Jogja Green School*.³⁷

Dalam penelitian ini saudara Merry Dita Rahmatika menjelaskan tentang penerapan strategi promosi menggunakan bauran promosi (*marketing mix*) dalam memasarkan lembaga pendidikan di Sekolah Dasar (SD) *Jogja Green School* yang mencakup *Place* (tempat) jasa yang diberikan, *Process* (proses) jasa pendidikan dan *People* (orang) kualitas, kualifikasi dan kompetensi SDM yang dimiliki.

³⁶ *Ibid.* H.34

³⁷ *Ibid.*

Persamaan dengan penelitian yang penyusun bahas adalah sama-sama membahas tentang strategi untuk meningkatkan animo calon peserta didik.

Perbedaan dengan penelitian yang penyusun uraikan adalah lokasi penelitian, dan jenjang sekolah yang dibahas.

2. Gradus, Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Kalibawang Kulonprogo³⁸

Dalam penelitian ini saudara Gradus menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan dari taktik pemasaran jasa pendidikan dengan menggunakan *marketing mix* yang dilakukan oleh MAN 1 Kalibawang yang meliputi 7 P yaitu, *Product* (produk) jasa pendidikan yang ditawarkan, *Price* (harga) strategi penentuan harga, *Place* (lokasi/tempat) jasa yang diberikan, *Promotion* (promosi) promosi yang dilakukan, *People* (orang) kualitas, kualifikasi dan kompetensi SDM yang dimiliki, *Physical Evidence* (bukti fisik) sarana prasarana atau fasilitas yang dimiliki, *Process* (proses) jasa pendidikan.

Persamaan dengan penelitian yang penyusun bahas adalah sama-sama meneliti mengenai pemasaran jasa pendidikan.

³⁸ Gradus, "*Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Kalibawang*", Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2013.

Perbedaan dengan penelitian yang penyusun uraikan yaitu terletak pada lokasi penelitian dan pada pokok bahasan. dalam penelitian diatas memfokuskan pada manajemen pemasaran jasa pendidikan, sedangkan peneliti lebih fokus pada strategi pemasaran jasa pendidikan yang telah dilakukan SMA Muhammadiyah 1 Curup dan usaha-usaha yang dilakukan dalam peningkatan animo peserta didik.

3. Muhammad Iqbal Saimima, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Pendaftar di MTS Negeri Sleman Kota Yogyakarta³⁹

Dalam penelitian ini saudara Muhammad Iqbal Saimima menjelaskan tentang penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan madrasah di MTS Negeri Sleman Kota Yogyakarta dan faktor yang mempengaruhi minat pendaftar (calon siswa) di MTS Negeri Sleman Kota Yogyakarta. Penelitian ini melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai upaya meningkatkan minat pendaftar secara keseluruhan telah memenuhi unsur-unsur *marketing mix*. Sehingga, penelitian ini memilih jasa yang digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat pendaftar yaitu faktor kualitas pelayanan, faktor persepsi harga, faktor lokasi, dan faktor fasilitas.

³⁹ Muhammad Iqbal Saimima, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Sebagai Upaya meningkatkan Minat pendaftar di MTS Negeri Sleman Kota Yogyakarta", Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Persamaan dengan penelitian yang akan penyusun uraikan yaitu tujuannya agar masyarakat berminat mendaftarkan anaknya ke lembaga pendidikan yang penyusun bahas.

Perbedaan dengan penelitian yang penyusun uraikan yaitu terletak pada lokasi penelitian dan pada pokok bahasan. Penelitian yang dilakukan saudara Muhammad Iqbal Saimima menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat pendaftar atau masyarakat, sedangkan penelitian yang akan penyusun uraikan mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan animo peserta didik.

4). Lili Amalia, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMP Harapan Baru Bekasi⁴⁰

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lili Amalia menguraikan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh SMP Harapan Baru Bekasi yaitu bauran promosi (*marketing mix*) yang meliputi 7 P yaitu, *Product* (produk) jasa pendidikan yang ditawarkan, *Price* (harga) strategi penentuan harga, *Place* (lokasi/tempat) jasa yang diberikan, *Promotion* (promosi) promosi yang dilakukan, *People* (orang) kualitas, kualifikasi dan kompetensi SDM yang dimiliki, *Physical Evidence* (bukti fisik) sarana prasarana atau fasilitas yang dimiliki,

⁴⁰ Lili Amalia, *Loc.Cit.*

Process (proses) jasa pendidikan. Selain itu SMP Harapan Baru Bekasi juga melakukan promosi secara tidak langsung seperti pada kesempatan kegiatan olimpiade pihak sekolah bisa memasarkan sekolahnya.

Persamaan dengan penelitian yang akan penyusun uraikan yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran jasa pendidikan.

Perbedaan dengan penelitian yang penyusun uraikan yaitu terletak pada lokasi penelitian dan pokok bahasan. Penelitian diatas membahas tentang strategi yang sudah digunakan saja sedangkan peneliti membahas tentang strategi untuk meningkat animo calon peserta didik baru.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu suatu penyelidikan yang dilakukan dalam kehidupan atau objek yang sebenarnya. Dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan objek penelitian secara langsung. Menjelaskan bahwa ciri penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu data yang terkumpul berbentuk kata-kata dan gambar bukan angka-angka. Kalaupun ada angka-angka, sifatnya hanya penunjang. Data yang di peroleh melalui wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen dan lain-lain. penelitian ini dilakukan dengan konteks langsung kenyataan dilapangan. Penelitian menggunakan metode kualitatif yaitu melalui pengamatan, wawancara atau penelaahan dokumen.⁴¹

B. Lokasi Penelitian

Tabel 2.1

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi/tempat penelitian	Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah di Jln. Jend.
--------------------------	--

⁴¹ Komarudin, Yooke Tjuparmah, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002, hal.183

	Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan.
Tanggal/waktu penelitian	16 Oktober 2018 s.d Agustus 2019

Peneliti dalam hal ini memilih Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan sebagai lokasi penelitian dengan alasan sebagai berikut:

1. Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah adalah salah satu sekolah yang belum pernah diteliti mengenai masalah yang penulis angkat.
2. Lokasi dekat dengan tempat tinggal sehingga lokasi penelitian ini mudah dijangkau oleh peneliti, hal ini akan mendukung kelancaran peneliti dalam melakukan penelitian.
3. Animo masyarakat terhadap Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah semakin turun setiap tahunnya

C. Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa berupa

perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati, keadaan batin, dan bisa juga berupa proses.⁴²

Objek dalam penelitian ini adalah tentang strategi kepala sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang diteliti baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian. Di dalam subjek penelitian inilah terdapat objek penelitian.⁴³

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah :

1. Kepala Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah

Kepala sekolah dalam hal ini peneliti tentukan sebagai subjek utama karena beliau adalah pelaksana strategi yang menyangkut humas dan beliau merupakan pihak yang mengetahui secara detail tentang hal-hal yang menyangkut kehumasan.

2. Guru Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah

⁴² <http://stittatqwa.blogspot.com/2011/07/subjek-penelitian-dan-responden.html>

⁴³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka pelajar, 1998, hal.35.

Guru dalam hal ini peneliti tentukan sebagai subjek penelitian karena mereka adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam perencanaan serta pelaksanaan strategi.

3. Siswa-siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah

Siswa-siswi ini peneliti tentukan sebagai subjek penelitian karena siswa-siswilah yang akan memberikan informasi kepada peneliti tentang berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang dilakukan Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*interview*)

Interview yang sering disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interviewee*). *Interview* digunakan oleh peneliti untuk menilai keadaan seseorang, misalnya untuk mencari data tentang variabel latar belakang murid, orang tua, pendidikan, perhatian, sikap terhadap sesuatu.

Secara pisik *interview* dapat dibedakan atas *interview* terstruktur dan *interview* tidak terstruktur. Pada umumnya *interview* terstruktur diluar negeri telah dibuat terstandar (*standardized*). Seperti halnya kuesioner, *interview* terstruktur terdiri dari serentetan pertanyaan dimana

pewawaancara tinggal memberikan tanda check pada pilihan jawaban yang telah disiapkan. *Interview* terstandar ini kadang-kadang disembunyikan oleh pewawancara, akan tetapi tidak sedikit pula yang diperlihatkan kepada responden, bahkan respondenlah yang dipersilahkan memberikan tanda. Dalam keadaan yang terakhir, maka *interview* ini tidak ubahnya sebagai kuesioner saja.⁴⁴

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari kepala sekolah dan calon peserta didik tentang strategi kepala sekolah dalam meningkatkan di Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah.

2. Observasi

Orang sering kali mengartikan obsevasi sebagai suatu aktiva yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang di sebut juga dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap. Apa yang di katakan ini sebenarnya adalah pengamatan langsung didalam artian penelitian obsevasi dapat di lakukan dengan tes, rekaman gambar atau rekaman suara.⁴⁵

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta 2006) Cet 13 hal 155.

⁴⁵ *Ibid*

Dalam hal ini yang di observasi adalah mengenai strategi dan animo di Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah.

3. Dokumentasi

Sebagai objek yang diperhatikan (ditatap) dalam memperoleh informasi, kita memperhatikan tiga macam sumber, yaitu tulisan, tempat dan kertas atau orang. Dalam mengadakan penelitian yang bersumber pada tulisan inilah kita telah menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁴⁶

Adapun metode ini digunakan penulis untuk memperoleh data-data tentang dokumentasi seperti: data histori Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah.

E. Instrumen Penelitian

Berdasarkan pernyataan tersebut diketahui bahwa instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Hal ini dikarenakan pendekatan penelitian yang dipakai adalah kualitatif sehingga diperlukan instrumen yang fleksibel untuk mendalami fenomena yang terjadi dan ditemukan di lapangan. Untuk membantu

⁴⁶ *Ibid*, hal 158

peneliti mengungkap data secara lebih mendalam maka digunakan beberapa pedoman sebagai berikut:

1. Wawancara : Pedoman wawancara
2. Observasi : Pedoman observasi
3. Dokumentasi : Pedoman dokumentasi

Kisi-kisi instrumen, panduan wawancara, panduan observasi dan panduan studi dokumentasi dapat dilihat pada lampiran.

F. Analisis Data

Definisi analisis data menurut Lexy J. Moleong, adalah proses mengorganisasikan dari mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa, analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademik dan ilmiah.⁴⁷

Analisis data penelitian bersifat berkelanjutan dan dikembangkan sepanjang program. Analisis data dilaksanakan mulai penetapan masalah, pengumpulan data dan setelah data terkumpulkan. Dengan menetapkan masalah penelitian, peneliti sudah melakukan analisis terhadap permasalahan

⁴⁷ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, hal 192

tersebut dalam berbagai perspektif teori dan metode yang digunakan yakni metode alir. Analisis dalam penelitian ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Tahap analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum di mulai sejak pengumpulan data antara lain

- i. Reduksi data yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
- ii. Penyajian data (display data) dilakukan dengan menggunakan bentuk teks naratif dan penarikan kesimpulan serta verifikasi.⁴⁸

Teknik analisis data dalam penelitian ini, dilakukan setelah data-data diperoleh melalui teknik wawancara mendalam dan observasi. Kemudian data-data tersebut di analisis secara saling berhubungan untuk mendapatkan dugaan sementara, yang dipakai dasar untuk mengumpulkan data berikutnya, lalu dikonfirmasi dengan informan secara terus menerus secara triangulasi.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, dan

⁴⁸ *Ibid.*,

pengecekan anggota⁴⁹. Dalam penelitian ini, uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan :

a. Perpanjangan Keikutsertaan

Peneliti dalam penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Dalam hal ini keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti pada latar penelitian. Maka perpanjangan keikutsertaan peneliti dalam penelitian ini akan memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan. Maksud dan tujuan memperpanjang keikutsertaan dalam penelitian ini adalah dapat menguji ke tidak benaran informasi yang diperkenalkan oleh distorsi, baik yang berasal dari diri sendiri, maupun dari responden dan selain itu dapat membangun kepercayaan subyek, dengan terjun kelokasi dalam waktu yang cukup panjang, peneliti dapat mendeteksi dan memperhitungkan distorsi yang mungkin mengotori data, pertama-tama dan yang terpenting adalah distorsi pribadi.

b. Triangulasi

Teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan

⁴⁹ *Ibid*, hal. 175

pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan yaitu sumber, metode, penyidik dan teori.⁵⁰ Dalam penelitian ini triangulasi data yaitu dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun sumber data yaitu kepala sekolah, guru dan siswa-siswi.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dengan memanfaatkan sumber dan penyidik. Teknik triangulasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai peneliti dengan jalan :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

⁵⁰ *Ibid*, hal 178

- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Teknik Triangulasi dengan penyidik, artinya dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemencengan dalam pengumpulan data.
- c. Pengecekan Sejawat melalui Diskusi

Teknik ini dilakukan peneliti dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat. Hal ini dilakukan dengan maksud :

- i. Untuk membuat agar peneliti tetap mempertahankan sikap terbuka dan kejujuran.
- ii. Diskusi dengan sejawat ini memberikan suatu kesempatan awal yang baik untuk mulai menjajaki dan menguji hipotesis yang muncul dari pemikiran peneliti.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Profil SMA Muhammadiyah 1 Curup

Nama	: SMA Muhammadiyah 1 Curup
NSS	: 304260.203.005.P
NISN	: 3026030003
NPSN	: 10702876
Alamat	: Jln. Jend. Sudirman Kelurahan Tempel Rejo Kec. Curup Selatan Kab. Rejang Lebong Provinsi Bengkulu
Kode Pos	: 39124
Status Sekolah	: Swasta ⁵¹

2. Sejarah SMA Muhammadiyah 1 Curup

Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 adalah sekolah yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan. SMA ini dikelola oleh Pimpinan Cabang Majelis Dikdasmen Muhammadiyah. Keberadaan Muhammadiyah di Curup dimulai pada tahun 1928 yang telah membuat amal usaha antara lain sekolah rakyat Muhammadiyah (SD) dan PGA, sedang dalam perkembangannya PGA tersebut dihapuskan oleh pemerintah pada tahun 1978. Kemudian gedung PGA tersebut diisi dengan SMP Muhammadiyah 2 pada tahun 1982 dan SMA Muhammadiyah pada tahun 1979. Bangunan sekolah ini awalnya didirikan di lokasi Panti Asuhan Aisyiyah sekarang yaitu di Air Sengak, kemudian pada tahun 1988 lokasi sekolah dipindahkan ke Tempel Rejo yang dulunya adalah Panti Asuhan. Jadi pada tahun 1988 terjadi pertukaran lokasi, Panti Asuhan Aisyiyah pindah ke Air Sengak dan SMA Muhammadiyah 1 pindah ke Tempel Rejo. Sekolah ini dibangun diatas wakaf dari Hajjah Nuraini

⁵¹ Data SMA Muhammadiyah 1 Curup

Djanggut yang berasal dari Sumatera Barat berupa tanah, satu unit bangunan gedung berikut kantor, mushalla dan satu bidang sawah untuk kesejahteraan guru-gurunya.⁵²

3. Kondisi Sekitar Lembaga

Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 berdiri diatas lahan dengan luas tanah keseluruhan kurang lebih 1591 m² yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan. Lokasinya yang berada di tepi jalan raya ini sangat strategis karena berada ditengah keramaian penduduk dan dikeliling oleh rumah warga. Batas-batas SMA Muhammadiyah 1 antara lain sebelah timur berbatasan dengan rumah penduduk, sebelah barat berbatasan dengan jalan raya, sebelah utara berbatasan dengan jalan Balai Desa dan sebelah selatan berbatasan dengan rumah penduduk. Untuk area sekolahnya tidak begitu luas karena dalam 1 kompleks terbagi mejadi 2 sekolah yaitu SMP Muhammadiyah dan SMA Muhammadiyah. Akses untuk menuju ke SMA Muhammadiyah 1 sangat mudah karena berada di tepi jalan utama. Karena lokasinya yang berada ditepi jalan ini maka posisi sekolah akan dengan mudah terlihat, dan mudah didatangi. Walaupun lalu lintas disana cukup ramai, karena jarak antara ruang kelas dan jalan raya lumayan jauh jadi tidak mengganggu proses belajar mengajar. Untuk fasilitasnya sendiri di sekolah ini sudah ada tapi belum lengkap, seperti lab bahasa tidak ada, kemudian lab komputer ada namun masih kekurangan untuk

⁵² Data SMA Muhammadiyah 1 Curup

alat-alatnya.⁵³

Berdasarkan hasil observasi peneliti, berikut ini adalah daftar sarana dan prasarana yang ada di SMA Muhammadiyah 1:

Tabel 3.1

Data sarana dan prasarana SMA Muhammadiyah 1⁵⁴

No.	Objek	Keterangan		Jumlah
		Ada	Tidak Ada	
1.	Kantor	✓		1
2.	Ruang Guru	✓		1
3.	Ruang Tamu	✓		1
4.	Ruang Kelas	✓		3
5.	UKS	✓		1
6.	Halaman	✓		1
7.	Perpustakaan	✓		1
8.	Gudang	✓		1
9.	WC	✓		3
10.	Tempat Ibadah	✓		1
11.	Dapur	✓		1
12.	Kantin	✓		1
13.	Pos Satpam		✓	
14.	Area Parkir	✓		1
15.	Lab IPA	✓		1
16.	Lab Bahasa		✓	0
17.	Lab Komputer	✓		1

⁵³ Observasi, 23 Juli 2019

⁵⁴ Observasi, 23 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 3.1 diatas peneliti mendapatkan informasi bahwa sarana dan prasara yang ada di SMA Muhammadiyah 1 sudah ada namun masih belum lengkap, seperti pos satpam dan lab bahasa yang tidak ada sehingga siswa-siswi tidak dapat praktek apabila ada pelajaran bahasa, jadi bisa diambil kesimpulan bahwa sekolah ini masih kekurangan fasilitas untuk menunjang proses belajar mengajar.

4. Jumlah Guru

Jumlah guru dan juga pegawai yang ada di SMA Muhammadiyah 1 saat ini berjumlah 21 orang, diantaranya ada Guru Tetap Yayasan (GTY) dan juga Guru Tidak Tetap (GTT). Demikian juga untuk pegawai, ada Pegawai Tetap Yayasan (PTY) dan Pegawai Tidak Tetap (PTT). Berikut rinciannya:

Tabel 3.2
Data guru dan pegawai SMA Muhammadiyah 1⁵⁵

No.	Nama	Jabatan	Mengajar Mapel
1.	Yuniwati, S.Ag	GTY/Kepala Sekolah	PAI
2.	Mursidah, S.Pd	GTT/Komite	Kemuhammadiyahan
3.	J. Khairil Hamzah, S.E	GTY	Ekonomi
4.	Alwa Saparti, S.Ag	GTY/Wakasek/ Wali Kelas XII	Mulok/PKn/Sejarah Peminatan/Prakarya/ Kewirausahaan
5.	Gita Fitria, S.Pd	GTY/Bedahara	Geografi
6.	Erlensi Respitasari, S.Pd.I	GTY	Bhs. Inggris/Sejarah
7.	Amelia Ratna Pradhita, S.Pd	GTY	Matematika
8.	Sarwono	GTT	Fisika
9.	Netta Anggika Mutiara, S.Pd	GTY/Bendahara Bos	Geografi/Seni Budaya

⁵⁵ Data SMA Muhammadiyah 1 Curup

10.	Tries Ferdiansyah, .Pd	GTY	Penjaskes/Biologi
11.	Epi Asmadi, S.Ag	GTT	Praktek Ibadah
12.	Risky Astrian, S.Pd	GTT	Sosiologi
13.	Drs. Sunandar, Sy	GTT	Sosiologi
14.	Wasilah, S.H	GTT	PKn
15.	Yudha Daruna, S.Pd	GTT/Guru Piket	TIK/Sejarah
16.	Nova Noviana, S.Pd	PTT/Ka. TU	B. Arab/ Seni budaya/PAI
17.	Siti Rukhmana	PTY/Peng. Perpustakaan	-
18.	Neny Yunita, S.Sos	PTT/ Peng. Perpustakaan	-
19.	Repita Sari, S.Pd	GTT	Bahasa Indonesia
20.	Hairul Muslimin	Operator Sekolah	-
21.	Rodi	Penjaga Sekolah	-

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas peneliti mendapatkan informasi bahwasnya ada beberapa guru yang memiliki jabatan merangkap dan juga ada beberapa yang mengajar mata pelajaran lebih dari 1, dalam artian ada beberapa guru yang mengemban tugas mengajar dengan mata pelajaran yang berbeda dengan latar belakang pendidikan yang ditempuh sebelumnya.

Berikut ini adalah struktur organisasi SMA Muhammadiyah 1 Curup:

PCM Curup : Yan Sori Al

Komite Sekolah : Mursidah, S.Pd

Kepala Sekolah : Yuniwati, S.Ag

Wakil Kepala Sekolah : Alwa Saparti, S.Ag

Kaur Tata Usaha : Nanda Aulia

Bendahara : Gita Fitria, S.Pd

Wali Kelas X : Tries Ferdiansyah, S.Pd

Wali Kelas XI	: Amelia Ratna Pradita, S.Pd
Wali Kelas XII	: Alwa Saparti, S.Ag
Koordinator Perpus	: Siti Rukmana
Koordinator Lab IPA	: Sarwono, S.Pd
Koordinator UKS	: Neni Yunita, S.Sos
Pembina IPM/OSIS	: Erlensi Respitasari, S.Pd ⁵⁶

5. Visi dan Misi SMA Muhammadiyah 1

a. Visi

Mewujudkan sekolah yang mampu menghasilkan lulusan yang beriman, terdidik, berbudaya, dan unggul dalam bidang olahraga.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif sehingga setiap siswa dapat berkembang secara optimal, sesuai potensi yang dimiliki.
- 2) Mendorong dan membantu setiap siswa untuk mengenali potensi dirinya, sehingga dapat dikembangkan secara optimal dalam meningkatkan prestasi dibidang olahraga.
- 3) Menumbuhkan pemahaman keimanan dan ketaqwaan terhadap Tuhan YME dan juga budaya bangsa sehingga menjadi sumber kearifan dalam bertindak.
- 4) Mengembangkan apresiasi dan kreasi seni sebagai salah satu upaya melestarikan budaya daerah.
- 5) Mengembangkan pengetahuan dan keterampilan siswa sebagai bekal untuk terjun ditengah-tengah masyarakat.
- 6) Mewujudkan berkelanjutan sekolah dan taman sekolah sebagai lingkungan yang direncanakan secara estetis menyenangkan untuk mencapai sekolah sebagai WAWASAN WIYATAMANDALA.⁵⁷

⁵⁶ Data SMA Muhammadiyah 1 Curup

⁵⁷ Data SMA Muhammadiyah 1 Curup

B. Hasil Penelitian

Hasil penelitian disajikan mulai dari strategi kepala sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru sampai kendala apa saja yang dihadapi dan bagaimana cara mengatasinya. Data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, berikut pemaparan hasil penelitiannya:

1. Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru

a. Analisis Prestasi Pemasaran

Kegiatan analisis prestasi pemasaran yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 adalah dengan cara melihat daerah persebaran pemasarannya dan juga dengan cara mengevaluasi pemasaran tahun lalu untuk dikaji ulang agar mengetahui keberhasilan yang telah dicapai dan bagian mana yang perlu diperbaiki sehingga bisa dijadikan acuan untuk perbaikan ditahun selanjutnya, misalnya dengan melihat dari berapa siswa yang masuk ke sekolah pada tahun tersebut. Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Yuniwati selaku kepala sekolah,

“Kami melakukan analisis dengan melihat hasil pemasaran tahun sebelumnya. Aspek yang dilihat biasanya dari mana saja asal siswa yang banyak mendaftar, berapa jumlah siswa yang mendaftar sehingga pada pemasaran selanjutnya bisa dimaksimalkan lagi”.⁵⁸
Kegiatan analisis prestasi pemasaran di SMA Muhammadiyah 1

⁵⁸ Yuniwati, Wawancara, 23 Juli 2019

dilakukan oleh guru-guru yang tergabung dalam kepanitiaan PPDB, tidak ada tim ahli untuk bidang pemasaran ataupun promosi. Disini panitia diberikan tanggung jawab masing-masing, dan apabila terjadi suatu kendala maka panitia akan saling tolong-menolong. Seperti yang disampaikan kepala sekolah bahwa,

“Disekolah ini tidak memiliki tim khusus untuk bagian pemasaran, kegiatan ini dilaksanakan oleh panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Guru-guru dan staf bekerja sama untuk mengerjakan tugas masing-masing, misalnya perempuan membuat brosur sedangkan laki-laki yang membagikan”.⁵⁹

b. Identifikasi dan Analisis Pasar

Identifikasi dan analisis pasar di SMA Muhammadiyah 1 dilakukan oleh seluruh guru dan staf. Mereka bersama-sama mendiskusikan tentang kebutuhan masyarakat menyangkut hal pendidikan. Dalam kegiatan identifikasi dan analisis pasar ini panitia sadar akan pentingnya pendidikan agama untuk ditanamkan pada anak didik. Jadi, panitia memfokuskan untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam hal pendidikan agama, mengingat kurangnya pemahaman dan praktek kegiatan agama pada kehidupan sehari-hari. Wakil kepala sekolah mengungkapkan,

”kami bersama-sama mendiskusikan kebutuhan pasar saat ini lalu kami menemukan bahwa kurangnya pendidikan dan praktek agama

⁵⁹ *Ibid.*

anak pada era sekarang, jadi kami fokuskan pada pendidikan agama dan ahlak anak didik”.⁶⁰

c. Segmentasi dan *Positioning*

Segmentasi pasar SMA Muhammadiyah 1 yaitu random/acak, sekolah ini tidak memiliki segmen khusus sehingga semua kalangan bisa masuk kesekolah ini selama memenuhi persyaratan dan kuotanya cukup. Menurut pendapat kepala sekolah,

“kami tidak memiliki segmen tertentu, semua orang bisa masuk kesekolah ini selama memenuhi syarat dan masih ada kuotanya”.⁶¹
Hal ini diperjelas dengan hasil wawancara peneliti dengan seorang

siswa,

“Saya berasal dari panti asuhan Aisyiyah, teman-teman yang lain ada yang berasal dari sekolah negeri dan dari panti asuhan juga.”⁶²

d. Diferensiasi Sekolah

Lembaga pendidikan harus memiliki ciri khas yang menjadi pembeda terhadap lembaga pendidikan yang lain. Sekolah ini menonjkan kegiatan keagamaan untuk siswa, sesuai dengan yang disampaikan ibu Alwa selaku wakil kurikulum,

“Disini SMA Muhammadiyah 1 memiliki program yaitu setiap sebelum memulai pelajaran pada jam 7:10 sampai 7:30 seluruh anak didik harus membaca Al-Qur‘an, ada juga program keagamaan untuk anak laki-laki menjadi khotib ataupun imam.”⁶³

⁶⁰ Alwa Saparti, Wawancara, 23 Juli 2019

⁶¹ Yuniwati, Wawancara, 23 Juli 2019

⁶² Ririn Yulisa, Wawancara, 23 Juli 2019

⁶³ Alwa Saparti, Wawancara, 23 Juli 2019

Selain itu di SMA 1 Muhammadiyah ini memiliki berbagai macam beasiswa, menurut ibu Alwa,

“Kami memiliki beberapa program seperti beasiswa prestasi, Kartu Indonesia Pintar, bahkan ada anak didik yang digratiskan dan dibantu (seperti pakaian dan transportasi) oleh guru-guru”.⁶⁴
Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah seorang siswa,

“Saya suka sekolah ini karena dalam kegiatan belajar-mengajar pelajarannya mudah dipahami dan juga karena sekolah ini menekankan pada pendidikan ahlak dan keagamaan”.⁶⁵

e. Promosi

Strategi pemasaran yang dilakukan SMA 1 Muhammadiyah ini yaitu berupa promosi. Namun menurut Yuniwati selaku kepala sekolah,

“Dalam kegiatan promosi ini masih terkendala dengan SDM dan juga dana. Jadi, kegiatan promosi yang dilakukan belum bisa maksimal dan hanya memanfaatkan apa-apa yang sudah ada. Bentuk dan media promosi yang sudah dilakukan antara lain melalui media cetak seperti brosur dan secara langsung (mulut ke mulut). Sekolah juga bekerja sama dengan yayasan, seperti panti asuhan. Biasanya sekolah berkoordinasi dengan yayasan sehingga anak-anak yang dipanti diarahkan untuk masuk ke SMA 1 Muhammadiyah”.⁶⁶

SMA 1 Muhammadiyah ini sudah menggunakan media cetak, namun berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan siswa dapat di simpulkan bahwa yang paling berpengaruh adalah promosi dari mulut ke mulut dan juga hasil dari kerjasama dengan pihak lain, karena siswa banyak masuk ke SMA ini berdasarkan informasi yang sudah tersebar ataupun direkomendasikan dari yayasan. Menurut hasil wawancara dengan seorang

⁶⁴ *Ibid*

⁶⁵ Ririn Yulisa, Wawancara, 23 Juli 2019

⁶⁶ Yuniwati, Wawancara, 23 Juli 2019

siswa:

”Saya mendaftar kesekolah ini karena direkomendasikan oleh pihak panti asuhan dan teman-teman banyak yang masuk kesini” .⁶⁷

1) *Place* (Tempat)

Sekolah Menengah Atas (SMA) 1 Muhammadiyah adalah sekolah yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan. Lokasi sekolah ini sudah sangat baik karena dekat dengan pemukiman penduduk, akses jalannya juga mudah karena berada ditepi jalan utama jadi mudah dijangkau.

Berdasarkan hasil observasi peneliti lokasi SMA 1 Muhammadiyah ini sudah sangat strategis, berada ditengah pemukiman penduduk dan ada di tepi jalan utama sehingga mudah ditemui dan memudahkan siswa untuk mencapai sekolah.⁶⁸

2) *Process* (Proses)

Proses pembelajaran di SMA 1 Muhammadiyah ini sama saja dengan sekolah pada umumnya. Menurut ibu Alwa,

“Kurikulum yang digunakan adalah kurikulum KTSP untuk kelas XII dan kurikulum K13 untuk kelas X dan XI. Media belajar yang digunakan yaitu berupa buku dan juga menggunakan teknologi seperti *in focus*“.⁶⁹

Hal ini senada dengan hasil wawancara peneliti dengan seorang

⁶⁷ Ririn Yulisa, Wawancara, 23 Juli 2019

⁶⁸ Observasi, 23 Juli 2019

⁶⁹ Alwa Saparti, Wawancara, 23 Juli 2019

siswi yang mengatakan bahwa,

“Kami belajar menggunakan buku kadang-kadang *in focus*, gurunya juga akan menjelaskan lagi jika kami kesulitan saat belajar dan tidak mengerti materi yang diberikan“.⁷⁰

3) *People* (Manusia)

Pengelola SMA Muhammadiyah 1 melakukan komunikasi dengan pihak lain untuk mempengaruhi persepsi konsumen tentang pendidikan disekolah yang bersangkutan, dan juga bekerja sama dengan yayasan untuk mengarahkan anak didik masuk ke sekolah ini. Bauran promosi ini melibatkan pihak lain seperti orang tua siswa dan pengelola yayasan. Menurut kepala sekolah,

“Biasanya orang tua siswa akan melakukan promosi mulut ke mulut dengan cara memberikan informasi dan pengalaman sehingga membuat orang lain tertarik masuk kesini, dan juga kami bekerja sama dengan yayasan sehingga pengelola yayasan akan merekomendasikan anak-anak di yayasan tersebut untuk masuk ke SMA Muhammadiyah 1“.⁷¹

f. Evaluasi Promosi

Evaluasi promosi yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 merupakan kegiatan yang sangat penting, karena saat inilah para panitia dapat melihat sejauh mana keberhasilan yang dicapai oleh sekolah dan juga dilihat dimana letak kekurangan saat promosi sehingga dapat diperbaiki untuk promosi selanjutnya. Menurut kepala sekolah,

”Saat melakukan kegiatan ini kami mengadakan pertemuan untuk

⁷⁰ Ririn Yulisa, Wawancara, 23 Juli 2019

⁷¹ Yuniwati, Wawancara, 23 Juli 2019

membahas kegiatan promosi yang sudah dilaksanakan untuk mengetahui seberapa berhasil kegiatan tersebut dan apa saja yang masih kurang sehingga bisa dijadikan acuan untuk kegiatan selanjutnya. Aspek-aspek yang di evaluasi biasanya dilihat dari seberapa besar antusiasme masyarakat terhadap sekolah, apakah media yang digunakan sudah berpengaruh, dan dilihat berapa siswa yang mendaftar. Selain evaluasi kegiatan promosi, kinerja panitia tidak lepas dari aspek penilaian, apakah panitia sudah melaksanakan tugasnya dengan baik atau belum“.

2. Kendala dalam Kegiatan Promosi

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Kendala yang dihadapi oleh SMA Muhammadiyah 1 yang pertama adalah SDM. Menurut kepala sekolah,

“Sumber daya manusia di SMA Muhammadiyah 1 ini belum terdapat tenaga ahli dibidang pemasaran jasa pendidikan, belum ada orang yang kompeten, sehingga strategi promosi yang dilakukan belum bisa optimal“.⁷²

b. Sumber Pendanaan

Kendala yang dihadapi oleh SMA Muhammadiyah 1 yang kedua adalah kurangnya pendanaan. Menurut kepala sekolah,

“Kendala kedua yaitu kurangnya dana untuk melakukan promosi, contohnya untuk membuat acara disekolah dalam rangka mengenalkan sekolah kepada masyarakat belum bisa dilaksanakan sehingga hanya bisa memanfaatkan apa-apa yang sudah ada saja“.⁷³

C. Pembahasan

1. Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru

a. Analisis Prestasi Pemasaran

Kegiatan analisis prestasi pemasaran yang dilakukan oleh SMA

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid*

Muhammadiyah 1 dilakukan oleh panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang anggotanya adalah guru-guru, jadi belum ada panitia khusus dibidang pemasaran sehingga SDM yang bertugas tidak bisa maksimal. Analisisnya dilakukan dengan cara melihat daerah persebaran siswa yang masuk ke sekolah dan juga dengan menganalisis hasil pemasaran tahun sebelumnya yaitu seberapa besar pencapaian strategi pemasaran tahun lalu dengan melihat bagaimana antusiasme masyarakat dan juga berapa jumlah siswa yang mendaftar ke sekolah.

Seharusnya dalam melakukan analisis prestasi pemasaran hendaknya dilakukan oleh tenaga profesional dan kompeten dibidang pemasaran agar dapat mencapai hasil yang maksimal. Menurut Buchari Alma dalam Atika Kheirini Selsy menjelaskan bahwa fungsi *marketing* dalam dunia pendidikan adalah “untuk membentuk citra baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik minat sejumlah calon pelanggan jasa pendidikan”.⁷⁴ Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa peran dari *marketing* sangatlah penting karena menyangkut citra yang akan dibangun untuk menarik calon peserta didik.

Analisis prestasi yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 belum bisa dikatakan optimal karena keterbatasan SDM yang kompeten dibidang pemasaran, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya hasil yang

⁷⁴ Atika Kheirini Selsy, *Op. Cit.*, H. 12

dicapai.

b. Identifikasi dan Analisis Pasar

Identifikasi dan analisis pasar yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 adalah dengan melihat apa kebutuhan pasar dalam hal pendidikan. Menurut Sri Minarti dalam Merry Dita Rahmatika, yang mengatakan bahwa “dalam tahap ini, perlu dilakukan suatu penelitian/riset pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar, termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen”.⁷⁵

Disini pengelola SMA Muhammadiyah 1 memfokuskan pada kebutuhan pasar tentang pendidikan agama dan ahlak. Karena menurut pengelola pada era sekarang ini sangat terlihat menurunnya pengetahuan akan nilai-nilai agama dan kurangnya praktek kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh generasi muda, jadi pengelola memanfaatkan peluang tersebut untuk membuat program yang menonjolkan kegiatan keagamaan.

c. Segmentasi dan *Positioning*

SMA Muhammadiyah 1 tidak membidik segmentasi khusus dalam penerimaan peserta didik. Semua kalangan bisa masuk ke sekolah ini selama memenuhi syarat. Menurut Kotler dalam Buchari Alam dalam Muhammad Iqbal Saimima, “*Marketing is segmentation and marketing*

⁷⁵ Merry Dita Rahmatika, *Op. Cit.*, H. 94

reseach” pemasaran bisa berperan sebagai sarana untuk mengetahui segmentasi peminat yang akan mendaftarkan ke lembaga pendidikan”.⁷⁶

Namun disini SMA Muhammadiyah 1 tidak memiliki karakteristik khusus yang menjadi segmentasi pasar, jadi semua kalangan memiliki kesempatan yang sama untuk bersekolah dilembaga pendidikan ini.

d. Diferensiasi Sekolah

Diferensiasi adalah strategi SMA Muhammadiyah 1 dalam memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh pesaing. Kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun citra lembaga didalam masyarakat.

“Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk bernilai”.⁷⁷ Yang menjadi ciri khas dan penawaran dari sekolah ini ialah lebih ditekankannya penanaman nilai-nilai agama kepada peserta didik. Salah satu program yang ditawarkan adalah mengaji setiap sebelum memulai pelajaran pada pukul 7:10 sampai 7:30. Ada juga latihan menjadi khotib dan imam bagi siswa laki-laki.

Dalam kenyataannya diferensiasi memang menjadi nilai jual untuk suatu lembaga. Namun selain memiliki ciri khas, SMA Muhammadiyah 1

⁷⁶ Muhammad Iqbal Saimima, *Op. Cit.*, H. 13

⁷⁷ Gradus, *Op. Cit.*, H.13

hendaknya tetap mengimbangnya dengan meningkatkan mutu pendidikan yang menjadi aspek utama suatu lembaga agar dapat meningkatkan animo peserta didik. Misalnya dengan menghadirkan tenaga mengajar yang profesional, dan juga dapat melengkapi sarana prasarana yang menjadi penunjang kegiatan belajar mengajar.

e. Promosi

Strategi pemasaran sangatlah penting untuk mengenalkan lembaga pendidikan sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk meningkatkan animo calon peserta didik baru. Strategi pemasaran yang digunakan oleh SMA Muhammadiyah 1 dalam memasarkan jasa pendidikannya adalah dengan promosi melalui media cetak dan promosi secara langsung (*mouth to mouth*). Strategi yang digunakan ini masih sangat sederhana, setiap tahun strategi yang digunakan tetap sama. Menurut Tjiptono dalam Meinarti Puspaningtyas, “tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya”.⁷⁸

Pengelola SMA Muhammadiyah 1 menyadari bahwa promosi yang dilakukan selama ini belum maksimal, dikarenakan banyak keterbatasan. Dari beberapa macam promosi yang sudah dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1, yang paling berpengaruh adalah promosi *mouth to*

⁷⁸ Meinarti Puspaningtyas, *Analisis Strategi Pemasaran Jasa, Jurnal Dinamika Dotcom*, Vol 2, No. 1. Agustus 2011, H.63

mouth. Seharusnya SMA 1 Muhammadiyah bisa lebih mengoptimalkan kegiatan promosi misalnya dengan membuat website ataupun media sosial untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat, karena selain tidak memerlukan dana yang besar media sosial sekarang ini diakses oleh seluruh kalangan, jadi pasti sangat membantu dalam mempromosikan sekolah kepada masyarakat.

Bauran promosi yang digunakan oleh SMA Muhammadiyah 1 mempunyai 3 elemen pokok, yaitu:

1) *Place* (Tempat)

Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 adalah sekolah yang terletak di Jln. Jend. Sudirman Tempel Rejo, Curup Selatan. Lokasi sekolah ini sudah sangat baik karena dekat dengan pemukiman penduduk, akses jalannya juga mudah karena berada ditepi jalan utama jadi mudah dijangkau. Sekolah ini dilewati oleh kendaraan umum jadi mudah dituju oleh masyarakat. Area sekolahnya tidak begitu luas karena dalam 1 komplek terbagi menjadi 2 sekolah yaitu SMP Muhammadiyah dan SMA Muhammadiyah 1.

Dalam menentukan suatu lokasi penyedia jasa harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti yang tercantum dalam Modul UPI dalam Merry Dita Rahmatika yaitu: (1) akses yaitu kemudahan mencapai lokasi; (2) visibilitas yaitu lembaga tersebut

dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya; (3) lalu lintas dalam arti tingginya tingkat kemacetan akan mempengaruhi minat *customer* terhadap jasa tersebut; (4) tempat parkir yang luas; (5) ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha; (6) persaingan yaitu dengan memperhitungkan lokasi pesaing kita; (7) ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus di anut oleh setiap lembaga pendidikan.⁷⁹

2) *Process* (Proses)

Proses pembelajaran di SMA Muhammadiyah 1 ini sama saja dengan sekolah pada umumnya, kurikulum yang digunakan adalah kurikulum KTSP untuk kelas XII dan kurikulum K13 untuk kelas X dan XI. Media belajar yang digunakan yaitu berupa buku dan juga menggunakan teknologi seperti *in focus*. Proses pembelajaran adalah aspek utama dalam bidang pendidikan, karena kualitas output yang akan dihasilkan tergantung kepada proses. Sependapat dengan Imam Machali dalam Lili Amalia, proses adalah prosedur atau mekanisme dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan proses adalah proses pendidikan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar

⁷⁹ Merry Dita Rahmatika, *Op. Cit.*, H. 109

mengajar guna terbentuknya produk/lulusan yang diinginkan.⁸⁰

3) *People* (Manusia)

Pengelola SMA Muhammadiyah 1 melakukan komunikasi dengan pihak lain untuk mempengaruhi persepsi konsumen tentang pendidikan disekolah yang bersangkutan, dan juga bekerja sama dengan yayasan untuk mengarahkan anak didik masuk ke sekolah ini. Disini peran orang tua diikut sertakan untuk melakukan promosi mulut ke mulut dengan cara memberikan informasi dan pengalaman sehingga membuat orang lain tertarik, dan juga pengelola yayasan akan merekomendasikan anak-anak di yayasan tersebut untuk masuk ke SMA Muhammadiyah 1. Hurriyati dalam Meinarti Puspaningtyas mengungkapkan bahwa orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.⁸¹

f. Evaluasi Promosi

SMA Muhammadiyah 1 melakukan evaluasi dengan cara melihat bagaimana respon dari masyarakat menanggapi promosi yang telah dilaksanakan, seberapa banyak siswa yang mendaftar ke sekolah, dan dari mana saja daerah persebarannya. *Marketing is strategic planning*,

⁸⁰ Lili Amalia, *Op. Cit.*, H. 20-21

⁸¹ Meinarti Puspaningtyas, *Op. Cit.*, H. 65

perubahan lingkungan yang bersifat dinamis membutuhkan penyesuaian oleh lembaga pendidikan, lembaga pendidikan harus melakukan *self evaluation* (evaluasi diri) dalam mengkaji eksistensinya.⁸²

Hasil dari kegiatan evaluasi inilah nanti yang akan dijadikan acuan dalam melaksanakan promosi selanjutnya, untuk dilakukan perbaikan pada bagian yang masih kurang agar mencapai hasil yang maksimal.

2. Kendala dalam Kegiatan Promosi

Dalam melaksanakan kegiatan promosi tentu saja mengalami kendala-kendala, berikut kendala yang terjadi pada SMA Muhammadiyah 1:

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Belum adanya sumber daya manusia yang kompeten dibidang pemasaran untuk melakukan promosi. Solusi yang dilakukan SMA Muhammadiyah 1 adalah dengan membentuk panitia yang beranggotakan guru-guru dan merangkap dari panitia PPDB. Seharusnya solusi lain yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 adalah dengan memberikan pelatihan kepada panitia promosi agar bisa maksimal dalam melaksanakan tugas. Sependapat dengan Rambat Lupiyoadi dalam Merry Dita Rahmatika, yang mengatakan bahwa “pelatihan merupakan program yang ditujukan untuk SDM, berupa pemberian informasi pengetahuan dasar mengenai strategi kerja, sikap, kemampuan berkomunikasi dan pemasaran jasa, serta memahami

⁸² Muhammad Iqbal Saimima, *Op. Cit.*, H. 14

konsumen”.⁸³

b. Sumber Pendanaan

Kurangnya dana dalam kegiatan promosi, solusi yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 adalah dengan memaksimalkan apa yang bisa dimanfaatkan seperti mengikut sertakan orang tua siswa untuk melakukan promosi *mouth to mouth* dalam memberikan informasi dan pengalaman kepada masyarakat. Seharusnya selain solusi diatas, yang bisa dilakukan SMA Muhammadiyah 1 adalah dengan memanfaatkan media sosial seperti website, facebook, ataupun instagram untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Selain karena tidak membutuhkan dana yang besar, pada era sekarang ini akses internet sudah ada dimana-mana dan dipakai semua kalangan. Hal tersebut akan sangat membantu sekolah dalam mempromosikan SMA Muhammadiyah 1 kepada masyarakat luas.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Animo Masyarakat Terhadap SMA Muhammadiyah 1 Curup

a. Motivasi dan Cita-cita

Berdasarkan wawancara peneliti kepada ibu Yuniwati selaku kepala sekolah, strategi yang digunakan untuk menimbulkan motivasi calon peserta didik adalah dengan memfokuskan pada pendidikan ahlak

⁸³ Merry Dita Rahmatika, *Op. Cit.*, H. 114

dan penanaman nilai-nilai agama sehingga menghasilkan output yang berilmu serta beragama.⁸⁴ Strategi ini sesuai dengan cita-cita dari Ririn Yulisa selaku peserta didik di SMA Muhammadiyah karena ia masuk ke sekolah ini dikarenakan ingin belajar tentang agama lebih baik lagi.⁸⁵

Peneliti juga melakukan wawancara kepada siswa SMA lain yang tinggal disekitar SMA Muhammadiyah,

“Saya tidak masuk di SMA Muhammadiyah karena saya ingin masuk kuliah dibidang kesehatan tapi alat-alat lab IPA disana tidak mendukung, guru-gurunya juga tidak meyakinkan dan kualitas sekolahnya kurang bagus, saya takut tidak bisa belajar dengan baik jika sekolah disana”.⁸⁶

Alasan ia tidak masuk kesana karena dia bercita-cita ingin meneruskan pendidikan tinggi di bidang kesehatan, dan sarana-prasarana yang menunjang mata pelajaran IPA di SMA ini belum mendukung. Selain itu tenaga pengajar disana terlihat kurang profesional karena kualitas sekolahnya belum baik dan takutnya siswa tidak dapat mengembangkan potensi dengan maksimal.

b. Kemauan

Menurut ibu Alwa Saparti, strategi sekolah yaitu membuat brosur dan bekerja sama dengan yayasan panti asuhan untuk merekomendasikan peserta didik agar mau masuk ke sekolah ini. Dan beliau menjelaskan peserta didik disana memang lumayan banyak yang berasal dari panti

⁸⁴ Yuniwati, Wawancara, 23 Juli 2019

⁸⁵ Ririn Yulisa, Wawancara, 23 Juli 2019

⁸⁶ Bella Anggita, Wawancara, 9 September 2019

asuhan termasuk Ririn Yulisa.⁸⁷

Berdasarkan wawancara peneliti dengan siswa sekolah lain di area sana,

“Saya masuk SMA 2 karena sekolahnya bagus dan sekolah favorit, teman2 saya juga banyak masuk kesana. Disana juga siswanya banyak dari berbagai sekolah, jadi saya bisa lebih berkembang daripada di SMA Muhammadiyah”⁸⁸

Alasan dia tidak mau masuk ke SMA Muhammadiyah karena teman-temannya banyak yang masuk kesekolah favorit dan di SMA Muhammadiyah muridnya sedikit sedangkan dia ingin bergaul dengan orang banyak agar lebih berkembang.

c. Ketertarikan

Menurut ibu Yuniwati, selain karena program keagamaan, yang menjadi strategi sekolah untuk menarik animo calon peserta didik adalah program beasiswa. Disekolah ini bagi murid yang benar-benar tidak mampu, guru-guru saling bahu-membahu untuk memberikan sumbangan seperti seragam sekolah dan uang transportasi kepada peserta didik.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap salah satu orang tua siswa yang tinggal di daerah sana, alasan dia tidak tertarik menyekolahkan anaknya disana adalah,

⁸⁷ Alwa Saparti, Wawancara, 23 Juli 2019

⁸⁸ Bella Anggita, Wawancara, 9 September 2019

⁸⁹ Yuniwati, Wawancara, 23 Juli 2019

“Menurut saya SMA Muhammadiyah itu kualitasnya kurang bagus, dari dulu selalu seperti itu tidak ada perkembangan, muridnya juga sangat sedikit, bahkan keadaan sekolahnya juga tidak memadai. Kalo saya pribadi, lebih baik anak saya sekolahnya jauh dan keluar biaya lebih banyak tapi puas dengan pelayanan sekolah”.⁹⁰
Menurut orang tua siswa yang menjadi faktor penyebab kurangnya

animo masyarakat sekitar terhadap SMA Muhammadiyah adalah karena SMA ini tidak mengalami perkembangan, kualitasnya dari dulu masih sama. Keadaan sekolah juga tidak memadai sehingga tidak bisa menarik minat peserta didik.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh SMA Muhammadiyah 1 Curup ini kurang baik. Karena hal utama yang diinginkan oleh masyarakat adalah kualitas sekolah yaitu tenaga pengajar dan sarana-prasarana yang menunjang kegiatan belajar mengajar. Jadi, hal pertama yang harus diperbaiki adalah kualitas dari sekolah itu sendiri seperti sarana-prasarana, prestasi siswa-siswi, dan menghasilkan output-output yang berkualitas kemudian keberhasilannya baru dipromosikan sehingga dapat membangun kepercayaan dari masyarakat untuk meningkatkan animo peserta didik baru.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang berjudul strategi dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru di Sekolah Menengah Atas (SMA) Muhammadiyah 1 ini

⁹⁰ Nurcaya, Wawancara, 9 September 2019

memiliki keterbatasan penelitian yaitu data yang peneliti miliki tidak lengkap karena ada beberapa dokumen yang tidak bisa diperlihatkan kepada peneliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Strategi kepala sekolah dalam meningkatkan animo calon peserta didik baru belum bisa dikatakan berhasil. Karena dapat terlihat dari jumlah siswa yang semakin menurun setiap tahunnya. Berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan, sekolah ini tidak mendapat kepercayaan dari masyarakat karena kualitas pendidikan disana yang dinilai kurang baik.
2. Kendala dalam kegiatan promosi di SMA Muhammadiyah 1 yang *pertama*, belum adanya sumber daya manusia yang kompeten dibidang pemasaran untuk melakukan promosi. Solusi yang dilakukan adalah dengan membentuk panitia yang beranggotakan guru-guru. *Kedua*, kurangnya dana dalam kegiatan promosi, solusi yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan apa yang bisa dimanfaatkan seperti mengikut sertakan orang tua siswa untuk melakukan promosi *mouth to mouth* dan bekerjasama dengan yayasan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi kepala sekolah SMA Muhammadiyah 1 diharapkan dapat meningkatkan mutu pendidikan dan melengkapi sarana prasara yang menunjang kegiatan belajar-mengajar disana. Dan juga memberikan pelatihan kepada panitia yang bertugas agar mengerti dasar-dasar pemasaran jasa, sehingga dapat membangun citra positif dimata masyarakat.
2. Bagi anggota PPDB, hendaknya lebih giat lagi dalam memasarkan jasa pendidikan dan diharapkan bisa mengikuti perkembangan teknologi seperti internet yang sedang *hype*. Misalnya dengan mengaktifkan *website*, membuat *facebook* dan *instagram* untuk menampilkan kegiatan dan prestasi siswa-siswi di SMA Muhammadiyah 1 Curup

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Azwar Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka pelajar
- <http://artikata.com/arti-319094-animo.php>
- <http://stitattaqwa.blogspot.com/2011/07/subjek-penelitian-dan responden-.html>
- Gradus. *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Kalibawang*, Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta, 2013
- Imam Suprayogo dan Tobroni. 2003. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Indhira Hari Kurnia, et al. 2013. *Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)*, dalam: *Jurnal Jupe UNS* Vol. I , No. 2, April 2013
- Iqbal Saimima, Muhammad. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Sebagai Upaya meningkatkan Minat pendaftar di MTS Negeri Sleman Kota Yogyakarta*, Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015
- Janah, Fathul. 2009. *Manajemen Akademik Lembaga Pendidikan Tinggi Islam*, Yogyakarta: Safiria Insania Press
- Komarudin, Yooke Tjuparmah. 2002. *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara
- Mufarokah, Anissatul. 2009. *Strategi Belajar Mengajar*, Yogyakarta: TERAS
- Mukhtar. 2015. *Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru pada SMP N di Kecamatan Masjid Raya Kabupaten Aceh Besar*, dalam: *Jurnal Magister Administrasi Pendidikan* Vol. 3 No.3
- Mulyasa, 2015, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Jakarta: Bumi Aksara
- Nurasiah, et al. 2015. *Strategi Kepala Sekolah dalam Peningkatan Mutu di SD*

- Negeri 1 Peukan Bada Aceh Besar*, dalam: *Jurnal Magister Administrasi Pendidikan* Vol 3, No. 3
- Puspaningtyas, Meinarti. 2011. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa*, dalam: *Jurnal Dinamika Dotcom*, Vol 2. No. 1
- Rahmatika, Merry Dita. *Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Di Sekolah Dasar (SD) Jogja Green School*, Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2016
- Ririn Tius Eka Margareta, et al. 2018. *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model*, dalam: *Jurnal Manajemen Pendidikan*. Vol. 5, No. 1
- Sanjaya, Wina. 2006. *Strategi Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, Jakarta: Prenadamedia Group
- Selsy, Atika Kheirini, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Kb Tk Lintang Harapan*, Skripsi. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018
- Suprpto, Amin. 2007. *Minat Masuk Perguruan Tinggi*, Semarang : UNS
- Wahyudi. 2012. *Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Organsasi Pembelajar (Learning Organization)*, Bandung: Alfabeta
- Wardhana, Ardiyanto. 2018. *Strategi Promosi Penerimaan Siswa Baru*, dalam: *Jurnal Channel* Vol. 6, No. 1
- Winkel. 1984. *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*, Jakarta: Gramedia
- Yulmawati. 2016. *Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan SD N 03 Sungayang*, dalam: *Jurnal Manjemen, Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan* Vol.1 No.2

LAMPIRAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
 Alamat : Jalan DR. A.K. Gani No 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telpn. (0732) 21010
 Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-Mail : admin@iaincurup.ac.id

KEPUTUSAN
REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
 Nomor : 1239/In.34/PP.00.9/12/2018
 Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING 1 DAN 2 DALAM PENULISAN SKRIPSI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa, perlu ditunjuk dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud ;
 b. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing I dan II ;

Mengingat : 1. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi ;
 2. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 406 Tahun 2000 tentang Pembukaan Jurusan / Program Studi Baru Pada Perguruan Tinggi di Lingkungan Departemen Agama RI ;
 3. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 1 Tahun 2001 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Kewenangan, Satuan Organisasi, dan Tata Kerja Kementerian Agama RI ;
 4. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ;
 5. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Negeri Islam Curup ;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/15447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2018-2022.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : 1. **Muhammad Amin, S.Ag., M.Pd** 19690807 200312 1 001
 Pertama 2. **Irwan Fathurrochman, M.Pd** 19840826 200912 1 008

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan II dalam penulisan skripsi mahasiswa :

N A M A : **Siska Putri Utami**
 N I M : **15561024**
 JUDUL SKRIPSI : **Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru Di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong.**

Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;

Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan konten skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan ;

Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku ;

Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya ;

Keenam : Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan ;

Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku ;

Ditetapkan di Curup,
 Pada tanggal , 20 Desember 2018
 Rektor IAIN Curup
 W. Wakil Rektor I,
Hendra Harmi



Tersusun :
 1. Pembimbing I dan II ;
 2. Bendahara IAIN Curup ;
 3. Kasubbag AK ;
 4. Kepala Perpustakaan IAIN ;
 5. Mahasiswa yang bersangkutan ;
 6. Arsip/Fakultas Tarbiyah

PEMERINTAH PROVINSI BENGKULU
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
CABANG DINAS PENDIDIKAN WILAYAH II CURUP
 Jalan Sidomulyo – Tempel Rejo Kecamatan Curup Selatan

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 420/232/CABDIN.II/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Sri Wahyuni, S.IP., M.Si**
 NIP : 19711014 199203 2 004
 Pangkat/Golongan : Penata Tk 1/III.d
 Jabatan : Kepala Seksi Pendidikan Menengah Atas dan Kelompok Belajar Paket C.

Berdasarkan surat permohonan izin penelitian dari Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Curup
 Nomor : 835/In.34/FT/PP.00.9/07/2019 tanggal 05 Juli 2019, untuk mahasiswi :

Nama : **Siska Putri Utami**
 NIM : 15561024
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
 Fakultas : Tarbiyah
 Tempat Penelitian : SMAS Muhammadiyah 1 Curup Kabupaten Rejang-Lebong
 Waktu Penelitian : 05 Juli s/d 05 Oktober 2019

Pada prinsipnya kami **Menyetujui** untuk melakukan penelitian dalam rangka memperoleh data penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru Di SMA Swasta 1 Muhammadiyah Curup, Kabupaten Rejang Lebong”

Demikian Surat Rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 16 Juli 2019
 A.n Kepala Cabang Dinas Pendidikan
 Wilayah II Curup
 Kepala Seksi PMA dan KB Paket C


Sri Wahyuni, S.IP., M.Si
 NIP. 19711014 199203 2 004

- Tembusan Yth
1. Kepala Cabang Dinas dan Kebudayaan provinsi Bengkulu
 2. Cq. Kepala bidang pembinaan SMA
 3. Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Curup
 3. Kepala SMAS 1 Muhammadiyah 1 Curup

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBIYAH
 Alamat : Jalan DR. A.K. Gani No 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telpn. (0732) 21010
 Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-Mail : admin@iaincurup.ac.id

Nomor : 835 /In.34/FT/PP.00.9/07/2019
 Lampiran : Proposal Dan Instrumen
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

5 Juli 2019

Yth. Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan
 Provinsi Bengkulu

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka penyusunan skripsi S.I pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Siska Putri Utami
 NIM : 15561024
 Fakultas / Prodi : Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
 Judul Skripsi : Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru Di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong
 Waktu Penelitian : 5 Juli 2019 s.d 5 Oktober 2019
 Tempat Penelitian : SMA 1 Muhammadiyah Kabupaten Rejang Lebong

Mohon kiranya Bapak berkenan memberi izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian atas kerjasama dan izinnya diucapkan terima kasih.

An. Dekan
 Wakil Dekan I,

 H. Abdul Rahman, M.Pd.I
 NIP. 19720704 200003 1 004

Tembusan : Disampaikan Yth :
 1. Rektor
 2. Warkel
 3. Ka. Biro AUAK

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuniwati, S.Ag

Jabatan : Kepala Sekolah

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa

Nama : Siska Putri Utami

NIM : 15561024

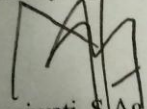
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Jurusan : Tarbiyah

Telah mengadakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 23 Juli 2019
Mengetahui
(Pihak yang Berwajib)


Yuniwati, S. Ag
NUPTK. 2948748660300002



Pagam Pendidikan
No: MS/11-1/BK-79/1990
NSS : 304260.203.005.P

**MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MENENGAH
PIMPINAN DAERAH MUHAMMADIYAH REJANG LEBONG
SMA MUHAMMADIYAH 1 TERAKREDITASI B**

Alamat : Jalan Jendral Sudirman Tempel Rejo (0732) 23621 Curup
REJANG LEBONG 39124

SK Akreditasi
No : 108/BAP-SMKP/II/2013
NDS : 3 026030003

S U R A T K E T E R A N G A N P E N E L I T I A N

No: 462III.4.AU/D/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama : Yuniwati, S. Ag

NUPTK : 2948748660300002

Jabatan : Kepala Sekolah SMA Muhammadiyah 1 Curup

Berdasarkan surat rekomendasi dari Cabang Dinas Pendidikan Wilayah II Curup
Nomor: 420/232/CABDIN.II/2019 Tanggal 16 Juli rekomendasi izin penelitian atas nama:

Nama : Siska Putri Utami

NIM : 15561024

Fakultas : Tarbiyah

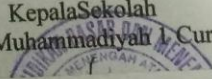
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Yang nama tersebut diatas telah melaksanakan penelitian dengan judul "Strategi
Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik Baru di
SMAMuhammadiyah 1 Curup".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana
mestinya.

Curup, Agustus 2019

Kepala Sekolah
SMA Muhammadiyah 1 Curup



Kisi- kisi Instrumen Penelitian
Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik
di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong

No.	Komponen	Sub Komponen	Indikator	Sumber data	Metode	Keterangan
1.	Meningkatkan animo calon peserta didik	Analisis Prestasi Pemasaran	Bentuk kegiatan	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
			Pembentukan panitia	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
		Identifikasi dan Analisis Pasar	Bentuk kegiatan	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
		Segmentasi dan Positioning	Target pasar	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
			Perluasan Segmentasi	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	

		Diferensiasi	Ciri khas sekolah	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
--	--	--------------	----------------------	------------------------	------------------------	--

5.					Dokumentasi Observasi	
			Pelayanan Pendidikan	Kepala Sekolah Guru Siswa	Wawancara Wawancara Wawancara Observasi	
		Promosi	Strategi	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
			Bentuk dan media	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara Dokumentasi Observasi	
			Bauran promosi	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
			Media yang paling	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	

			berpengaruh			
		Evaluasi Promosi	Hasil promosi	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	
			Kinerja panitia	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara Observasi	
			Kendala	Kepala Sekolah Guru	Wawancara Wawancara	

Pedoman Observasi

Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo

Calon Peserta Didik di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong

Hari, tanggal : Selasa, 23 Juli 2019

Waktu : 11.00

Tempat : SMA Muhammadiyah L Curup

No.	Aspek Yang Diamati	Ya	Tidak	Ket
1.	Apakah bentuk dan media strategi yang ada di SMA 1 Muhammadiyah sudah baik?		✓	
2.	Apakah sekolah sudah mengimplementasikan strategi yang dibuat?	✓		
3.	Apa ciri khas dari SMA 1 Muhammadiyah?	✓		
4.	Apakah kinerja panitia yang ada di SMA 1 Muhammadiyah sudah baik?	✓		

Pedoman Dokumentasi
Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo
Calon Peserta Didik di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong

Hari, tanggal : 23 Juli 2019

Waktu : 12.00

Tempat : SMA Muhammadiyah 1 Curup

No.	Data	Teknik Pengumpulan Data	Ket	
			Ada	Tidak
1.	Kondisi objektif sekolah	Dokumentasi	✓	
2.	Letak geografis	Dokumentasi	✓	
3.	Visi, misi, dan tujuan sekolah	Dokumentasi	✓	
4.	Keadaan pendidik dan peserta didik	Dokumentasi	✓	
5.	Foto-foto hasil penelitian	Dokumentasi	✓	
6.	Sarana dan prasarana	Dokumentasi	✓	

Kepala Sekolah

Pedoman Wawancara

Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik
di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong

Identitas Responden

- a. Nama : Yuniwati, S.Ag
- b. Tempat, dan tanggal lahir : Cemp, 12 April 1968
- c. Pendidikan terakhir : SL
- d. Alamat : Rimbo Reap
- e. Jabatan : Kepala Sekolah
- f. Hari, tanggal wawancara : Selasa, 23 Juli 2019
- g. Waktu wawancara : 8.00 WIB

1. Dalam meningkatkan animo calon peserta didik adakah pembentukan panitia promosi? bagaimana proses pembentukannya dan siapa saja yang terlibat ?
2. Bagaimana pembagian tugas panitia? Apakah panitia sudah melaksanakan tugasnya dengan baik ?
3. Bagaimana kegiatan analisis prestasi pemasaran ?
4. Setelah mencermati kembali hasil evaluasi tersebut, apa tindak lanjut yang selanjutnya yang dilakukan ?
5. Bagaimana kegiatan identifikasi dan analisis pasar ?
6. Pernahkah sekolah melakukan segmentasi pasar mengingat karakteristik dan kebutuhan pasar yang berubah- ubah, dan segmen mana sajakah yang dituju ?

7. Siapa target pemasaran sekolah ini ?
8. Berarti sekolah ini juga mengalami perluasan segmentasi?
9. Bagaimana mengatasi persaingan antar lembaga ? Apa pembeda SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong ini dengan sekolah lainnya?
10. Meningkatkan kinerja personel dengan cara apa?
11. Jika ada ketidak sesuaian antara apa yang ditawarkan dengan apa yang diberikan terkadang memberi kendala, bagaimana cara mengantisipasinya?
12. Strategi pemasaran dirumuskan oleh siapa saja?
13. Bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan di sini?
14. Apakah ada perubahan strategi yang dilakukan pada tahun - tahun sebelumnya?
15. Apakah Sekolah juga menggunakan penetapan bauran pemasaran?
16. Apa saja bentuk promosi yang digunakan di sekolah ini?
17. Selain itu apa promosi yang digunakan di sekolah ini?
18. Media promosi apa yang paling berpengaruh dalam peningkatan animo calon peserta didik di sekolah ini?
19. Apakah setelah promosi dilakukan evaluasi?
20. Kendala apa yang sering muncul dalam proses mempromosikan sekolah ? solusinya bagaimana?

Guru

Pedoman Wawancara

Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik
di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong

Identitas Responden

- a. Nama : Alwa Saparti, S.A.g
- b. Tempat, dan tanggal lahir: Curup, 3 November 1972
- c. Pendidikan terakhir : S1.
- d. Alamat : Tempel Rejo
- e. Jabatan : Wakil Kepala sekolah / awali kelas XII
- f. Hari, tanggal wawancara : Selasa, 23 Juli 2019
- g. Waktu wawancara : 09.00 WIB

1. Apakah dalam meningkatkan animo calon peserta didik ada pembentukan panitia promosi ?
2. Bagaimana pembagian tugas panitia? Apakah panitia sudah menjalankan tugasnya dengan baik ?
3. Bagaimana kegiatan analisis prestasi pemasaran?
4. Bentuk dari identifikasi pasar dan analisis pasar seperti apa ?
5. Pernahkah sekolah melakukan segmentasi pasar mengingat karakteristik dan kebutuhan pasar yang berubah-ubah, dan segmen mana sajakah yang dituju ?
6. Adakah program unggulan yang menjadi daya tarik sekolah ini ? dan adakah tawaran menarik lainnya untuk pengguna jasa terkait dengan harga? Seperti beasiswa?

7. Jika ada ketidak sesuaian yang ditawarkan dengan apa yang diberikan, bagaimana cara mengatasinya ?
8. Siapa yang merumuskan strategi pemasaran ?
9. Apakah ada perubahan strategi yang dilakukan pada tahun - tahun sebelumnya ?
10. Apakah dalam menentukan strategi posisi persaingan menggunakan penentuan bauran pemasaran?
11. Seperti apa bentuk promosinya? seberapa besar pengaruhnya terhadap peningkatan animo calon peserta didik?
12. Apakah setelah kegiatan promosi ada kegiatan evaluasi?
13. Adakah kendala yang terjadi dalam kegiatan - kegiatan tersebut?
Apakah solusinya?

Siswa

Pedoman Wawancara**Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Animo Calon Peserta Didik
di SMA 1 Muhammadiyah Rejang Lebong****Identitas Responden**

- a. Nama : Ririn Yulisa
b. Kelas : XI
c. Alamat : Lubuk Ubar

1. Teman sekelas ada berapa ?
2. Pelajarannya susah atau tidak?
3. Kegiatan apa yang paling disukai?
4. Apakah guru-guru disini sudah baik?
5. Dari mana tahu tentang SMA 1 Muhammadiyah?
6. Mengapa memilih SMA 1 Muhammadiyah?
7. Apa kelebihan sekolah ini?
8. Apakah sudah puas dengan pelayanan pendidikan di sini?
9. Menurut kamu apakah sekolah ini sudah bagus?
10. Apa kritik dan saran untuk SMA 1 Muhammadiyah ini ?



Wawancara dengan ibu Yuniwati, S.Ag selaku kepala sekolah



Wawancara dengan ibu Alwa Saparti, S. Ag selaku Waka kurikulum



Wawancara dengan Ririn Yulisa selaku siswa



Gerbang utama SMA Muhammadiyah



Kantor di SMA Muhammadiyah



Ruang guru di SMA Muhammadiyah



Ruang kelas di SMA Muhammadiyah



Kegiatan belajar mengajar di SMA Muhammadiyah



Lab. komputer di SMA Muhammadiyah



Lab. IPA di SMA Muhammadiyah



Perpustakaan di SMA Muhammadiyah



Ruang UKS di SMA Muhammadiyah



Mushollah di SMA Muhammadiyah



Koperasi siswa di SMA 1 Muhammadiyah



Gudang penyimpanan alat di SMA 1 Muhammadiyah



Area parker di SMA 1 Muhammadiyah



Area baca siswa di perpustakaan SMA Muhammadiyah



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Siska Putri Utami
 NIM : 15561029
 FAKULTAS/JURUSAN : Tarbiyah / MPI
 PEMBIMBING I : Muhammad Amin, S.Ag, M.Pd
 PEMBIMBING II : Irfan Fathurrahman, M.Pd
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan
 : Animo Calon Peserta Didik Baru di SMA
 : Muhammadiyah Revan, Lebong

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sedikan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diajukan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Siska Putri Utami
 NIM : 15561029
 FAKULTAS/JURUSAN : Tarbiyah / MPI
 PEMBIMBING I : Muhammad Amin, S.Ag, M.Pd
 PEMBIMBING II : Irfan Fathurrahman, M.Pd
 JUDUL SKRIPSI : Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan
 : Animo Calon Peserta Didik Baru di SMA
 : Muhammadiyah Revan, Lebong

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

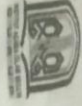
Muhammad Amin, S.Ag, M.Pd
 NIP. 19690809 200312 1 001

Pembimbing II,

Irfan Fathurrahman
 NIP. 198408 200309



NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	8/11	Perwujudan bab I dan Rn TP, deskripsi penelitian, Revisi bab II dan take Alit	[Signature]	Ala
2	2/4/19	Kesimpulan Sementara Revisi bab II & III, Spekulasi	[Signature]	Ala
3	10/4/19	Revisi bab II & III, Spekulasi	[Signature]	Ala
4	25/4/19	Perwujudan bab III & kesimpulan	[Signature]	Ala
5	6/5/19	Hal-hal penelitian dan lanjut dan koreksi	[Signature]	Ala
6	18/6/19	Perwujudan bab IV & V, Revisi bab IV (bab IV)	[Signature]	Ala
7	15/7/19	Revisi bab IV & V (revisi take hasil)	[Signature]	Ala
8	14/8/19	Revisi bab IV & V (revisi take hasil)	[Signature]	Ala



NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	8/11	Perwujudan bab I dan Rn TP, deskripsi penelitian, Revisi bab II dan take Alit	[Signature]	Ala
2	2/4/19	Kesimpulan Sementara Revisi bab II & III, Spekulasi	[Signature]	Ala
3	10/4/19	Revisi bab II & III, Spekulasi	[Signature]	Ala
4	25/4/19	Perwujudan bab III & kesimpulan	[Signature]	Ala
5	6/5/19	Hal-hal penelitian dan lanjut dan koreksi	[Signature]	Ala
6	18/6/19	Perwujudan bab IV & V, Revisi bab IV (bab IV)	[Signature]	Ala
7	15/7/19	Revisi bab IV & V (revisi take hasil)	[Signature]	Ala
8	14/8/19	Revisi bab IV & V (revisi take hasil)	[Signature]	Ala