

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK
DI SMP NEGERI 01 TEBAT KARAI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S-1) dalam Ilmu Pendidikan



OLEH

METIA ADE MENTARI

NIM 18561009

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

2022

Hal : **Permohonan Pengajuan Skripsi**

Kepada Yth.

Bapak Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Curup

Di-

Curup

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa Skripsi :

Nama : Metia Ade Mentari

NIM : 18561009

Semester : VIII (Delapan)

Fakultas : Tarbiyah

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

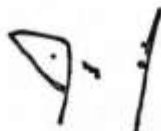
Judul : "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di SMP Negeri 01 Tebat Karai" Sudah dapat diajukan dalam Sidang Munaqasyah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian surat permohonan pengajuan skripsi ini dibuat dengan sebenarnya dan diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Curup, 23 Mei 2022

Pembimbing I



Muhammad Amin, S.Ag, M.Pd

NIP. 19690807 200312 1 001

Pembimbing II



Dr. H. Syaiful Bahri, M.Pd

NIP. 19641011 199203 1 002

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Metia Ade Mentari

Nim : 18561009

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Fakultas : Tarbiyah

Judul Skripsi : “ Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan seperlunya.

Curup, 23 Mei 2022

Penulis,



Metia Ade Mentari

NIM. 18561009

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah Robbil'alamin, Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul ” ***Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai***’. Solawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita nabi agung Muhammad SAW. yang merupakan suri tauladan seluruh umat hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan agar memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Tarbiyah Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil.

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Bapak Dr. Muhammad Istah, M.Pd., MM selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. KH. Ngadri Yusro. M. Ag selaku Wakil Rektor II dan Bapak Dr. Fakhruddin, M.Pd.I selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. H. Hamengkubuwono M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Bapak Muhammad Amin, S. Ag, M. Pd, selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa meluangkan waktu dalam membimbing skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Syaiful Bahri, M. Pd, selaku Dosen Pembimbing II dan Sekaligus Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, yang telah memberikan nasehat, petunjuk serta kesabarannya dalam

membimbing penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

5. Bapak Arsil,M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingannya selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Curup.
6. Kepada Bapak Kepala sekolah, Wakil Kepala sekolah, segenap Guru dan juga Staf Tata usaha serta siswa/siswi SMP Negeri 01 Tebat Karai yang telah membantu dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
7. Rekan-rekan seperjuangan, Mahasiswa/I Fakultas Tarbiyah, Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2018 yang telah saling membantu dan saling mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, Penulis mengharapkan kritik dan juga saran yang sifatnya membangun untuk kebaikan dalam skripsi ini serta bermanfaat bagi pembaca dan generasi selanjutnya. Atas segala bantuan dari segala pihak, penulis ucapkan ribuan terima kasih, semoga Allah SWT. dapat membalas kebaikan dan bantuan dengan nilai pahala di sisi-Nya. Amiin yaa Robbal'Alamin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Curup, 23 Mei2022
Penulis

Metia Ade Mentari
Nim: 18561009

MOTTO

“Ijhad walaa taksal wa laa takun ghoofilan fa nadaamatu
al ‘uqba liman yatakaasal.”

*Bersungguh-sungguhlah dan Jangan bermalas-malasan
dan jangan Pula Lengah, Karena Penyesalan itu bagi
orang-orang yang bermalas-malasan*

Man Jadda Wa Jada

***LIBATKAN ALLAH SWT DALAM SETIAP
URUSAN KITA***

PERSEMBAHAN

Sesungguhnya keberhasilan yang kudapat bukan lah milik ku sendiri, tapi ada orang-orang hebat yang selalu mendukung ku dan juga mendoakan ku dan mereka juga yang selalu memberi ku semangat hingga ku mampu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini aku persembahkan untuk orang-orang hebat yang aku miliki yang sangat aku sayangi:

- Teruntuk ayah ku (Syahril Aprizal) dan Ibu ku (Ana Tulbaiti) tercinta yang telah membesarkan dan merawat ku sehingga aku bisa seperti yang sekarang ini. Mereka yang tak pernah lelah menasehati ku dan selalu mendukung ku sehingga aku menjadi kuat sampai aku dapat menyelesaikan skripsi ku. Dengan sekuat hati kalian selalu memberikan kami kebahagiaan, memberikan cinta yang tak kan ada duanya, memberikan rasa sayang yang tak pernah habisnya, pengorbanan kalian tak kan pernah terbandingkan.
- untuk kedua ayuk ku, Delvi Puspita Sari dan Juga Deta Septika. Mereka yang tak pernah mengungkapkan rasa sayang nya tapi mereka selalu memberika bukti nyata dari kasih sayang nya. Mereka yang selalu mendukung ku dan selalu memberikan semangat kepada ku.
- Untuk kedua keponakan cicik yang tersayang, M.Fahri akbar dan Juga M.Faiz Al-fariq yang selalu menghibur hati di kala hati ini mulai lelah seakan ingin menyerah namun seyuman mereka membuat semua rasa lelah itu hilang begitu saja.

- Untuk Keluarga besarku, dari kedua belah pihak Bapak dan mamak ku. Keluarga besar M.Uyup dan Juga Alm.Mat ali yang selalu mendukung ku dan memberikan semangat kepada ku.
- Teruntuk para sepupu ku yang ku sayangi yang sudah memberikan dukungan kepada ku
- Para sahabat ku sedari SMA Clara Aprilia yang selalu menemani ku dan mendukung ku, yang bersedia menjadi teman cerita ku
- Teruntuk sahabat Ku, Ayu Zalpiyah, Nurjanah, Nur Syaadah, yang ku temui di awal perjuangan ku disini di mulai, yang selalu menemani ku serta mendukung ku, dan juga selalu menasehati aku.
- Keluarga Besar Maahad Al-Jamiah IAIN Curup, Ustad Yusefri, Umi Sri, Ustad Agusten, Ustad Eki Adedo, ustad Silhan, Ustad, Jamal, Tazah Rifah, Tazah Titik, ustadz wa ustadzah yang bersedia menjadi pengganti orang tua ku yang senantiasa membimbing, mengajarkan ilmu pengetahuan selama penulis berada di asrama.
- Untuk keluarga ku di kamar 10 Fatimah (Hanume, Intan, Salsabila, Miranda, Hawa, Imel) dan teman- teman seperjuangan ku yang berada di asrama Fatimah.
- Untuk Keluarga besar Manajemen Pendidikan Islam (MPI Squad)
- Teruntuk Teman-teman seperjuangan ku MPI Squad 2018, yang selalu mendukung dan saling memberi Semangat.
- Untuk Bangsa, Negara, dan Alamamater Ku Institut Agama Islam Negeri Curup

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SMP NEGERI 01 TEBAT KARAI

OLEH

METIA ADE MENTARI

Nim: 18561009

Strategi merupakan suatu rencana yang luas dan terintegrasi yang dapat menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternaknya. Pemasaran dapat menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran dalam sekolah adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga untuk menarik sejumlah calon peserta didik. Adapun Permasalahan pada latar belakang penelitian ini mengenai strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik, karena di ketahui jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai sering kali menurun, hal ini dapat dibuktikan berdasarkan data peserta didik yang terhimpun dari 2018 sampai tahun 2021. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran yang digunakan sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, subjek dari penelitian ini adalah kepala Sekolah, Kesiswaan dan juga siswa kelas VII dan VIII SMP Negeri 01 Tebat Karai. Penelitian ini di laksanakan di SMP Negeri 01 Tebat Karai Kabupaten Kepahiang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, serta dokumentasi yang dilakukan langsung kelapangan. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai masih bersifat pasang surut. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan sekolah sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah peserta didik yaitu: a. dengan membentuk tim PPDB sebagai upaya dari pemasaran b. Melakukan sosialisasi c. menyebarkan brosur d. melibatkan peran alumni e. penggunaan media sosial f. peningkatan fasilitas yang memadai. Adapun Kendala yang di hadapi sekolah dalam melakukan pemasaran yaitu, karena kurangnya jumlah peserta didik pada sekolah dasar yang termasuk kedalam rayon, lokasi kurang strategis, kurang tenaga pendidik, dan kenakalan peserta didik serta histori lokasi sekolah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Sekolah, Peserta didik

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Pertanyaan Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Pengertian Strategi	10
B. Pemasaran Sekolah	12
C. Strategi Pemasaran	19
D. Langkah-langkah strategi pemasaran	25
E. Peserta didik	26
F. Penelitian Relevan	28
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Subjek Penelitian	34
C. Data Subjek Penelitian	35
D. Jenis dan Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis	39
G. Kreadibilitas Penelitian	42
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	43
B. Temuan Penelitian	51

C. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lembar Data Peserta Didik.....	6
Tabel 4.1 Lembar Data Guru SMP Negeri 01 Tebat Karai.....	46
Tabel 4.2 Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.4 Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Agama.....	48
Tabel 4.5 Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Penghasilan Orang Tua.....	48
Tabel 4.6 Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Tabel 4.7 Data Sarana dan Prasarana.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran adalah hal yang selalu berada masyarakat kita, begitu pula dengan pemasaran pendidikan. Wijaya menjelaskan bahwa pemasaran dalam lembaga pendidikan sangat diperlukan, lembaga pendidikan akan dikenal oleh masyarakat jika menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dengan baik dan juga benar. Dalam hal ini, hubungan masyarakat(humas) lembaga pendidikan memiliki peranan yang cukup besar dalam menjalankan pemasaran pendidikan.

Fazim juga menjelaskan bahwa tujuan pemasaran pendidikan yaitu untuk memberikan informasi kepada masyarakat serta meningkatkan minat tentang produk lembaga pendidikan, memberikan penilaian dan memberikan keunggulan serta menstabilkan eksistensi lembaga pendidikan dimasyarakat.

Membangun sektor pendidikan tidak pernah akan mencapai tujuan akhir yang sempurna. Hal ini dapat terjadi dikarenakan konteks pendidikan selalu dinamis, berubah atau tidak pernah konstan, sesuai dengan perubahan masyarakat, ilmu pengetahuan dan teknologi.

Dengan demikian, para pimpinan lembaga pendidikan, selain melakukan promosi juga harus memperhatikan pelayanan kepuasan kepada

masyarakat atau calon peserta didik. kepuasan tersebut diarahkan pada proses pembelajaran yang dilakukan, kesesuaian kurikulum dan keterampilan kerja

yang diajarkan dengan kebutuhan pasar tenaga kerja, fasilitas kerja yang memadai yang tersedia pada lembaga pendidikan atau sekolah tersebut.¹

Strategi promosi yaitu bagian dari strategi pemasaran. Hubungannya dengan dunia pendidikan, yaitu promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk-produk dari lembaga pendidikan atau bahkan lembaga pendidikan itu sendiri kepada masyarakat luas agar mereka mengetahui manfaat, kelebihan atau kualitas dari pendidikan (sekolah), visi dan misi sekolah, program-program pendidikan yang dilaksanakannya dan hal lain yang berkaitan dengan lembaga pendidikan tersebut. Untuk itu sekolah harus melakukan strategi agar dapat menghadapi persaingan dengan sekolah lainnya, dengan tujuan agar calon konsumen (Peserta Didik) yakin dan berminat untuk dapat memilih lembaga pendidikan yang ditawarkan.²

Strategi merupakan suatu rencana yang luas dan terintegrasi yang dapat menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Sekolah merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berfungsi untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Tingkat persaingan dalam dunia pendidikan menurut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Pendidikan dapat dipercaya sebagai alat strategi untuk

¹ Nasution, Zulkarnain (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: Universitas Muhammadiyah.

²Ujang Syarif Hidayatullah, " *Strategi promosi SMP PGRI 12 Jakarta dalam meningkatkan Jumlah siswa*". Jurnal. Fak. Tarbiyah dan Keguruan (2011, 2010)

meningkatkan taraf hidup manusia. Karena Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan atau skill, sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat.³

Berdasarkan keadaanya, bahwa persaingan antara sekolah saat ini semakin meningkat. Hal ini tentunya sinyal positif dalam peningkatan kualitas penyelenggaraan pendidikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggaraan pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa pendidikan.

Saat ini, dunia pendidikan harus diperlakukan dan dikelola secara professional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau masyarakat jika tidak dikelola dengan baik dan juga benar.

Menurut Buchori Alma, Lembaga pendidikan merupakan sebuah kegiatan yang melayani konsumen berupa siswa dan masyarakat umum dikenal sebagai *stakeholder*. Lembaga pendidikan pada hakikatnya

³ Ma'mun, "strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di madrasah Tsanawiyah Diniyah Al-Azhar Muara Bungo".Tesis.Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi,2018

memiliki tujuan untuk memberikan layanan dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan tersebut⁴

Strategi promosi sekolah pun menjadi hal yang penting untuk melakukan promosi sekolah. Promosi sekolah atau promosi jasa pendidikan merupakan alat pemasaran jasa pendidikan yang dapat berfungsi untuk memasarkan dunia pendidikan. Menurut Alma, tujuan dari promosi adalah untuk menginformasikan tentang keberadaan produk baru, membujuk untuk menjadikan produk sebagai pilihan konsumen, dan mengingatkan pembeli bahwa produk dibutuhkan dalam waktu dekat.

Selain itu tujuan dari pendidikan adalah sesuatu yang ingin dicapai oleh kegiatan pendidikan. Persaingan yang terjadi dalam dunia pendidikan akan menjadi hal yang tidak dapat dihindari lagi, banyak sekali lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya sehingga dalam beberapa tahun ini banyak terjadi merger dari beberapa lembaga pendidikan.

Pemasaran dapat menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran dilembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga menarik sejumlah calon peserta didik. maka dari itu sekolah harus, sekolah dituntut untuk melakukan strategi dalam hal pemasaran sekolah guna memperkenalkan dan meningkatkan kuantitas peserta didik yang ada.⁵

⁴ Bintang Simbolon, Lisa Gracia Kailola, "Strategi Pemasaran Sekolah Dasar Pertiwi Abhilasa dalam Meningkatkan Jumlah Siswa".

⁵ M. Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik". STAI Darussalam Krempyang Nganjuk. 2018

Menurut Wijaya, Strategi pemasaran adalah 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.⁶

Persaingan dalam dunia pendidikan saat ini seringkali tidak dapat dihindari lagi, banyak sekolah atau lembaga pendidikan yang ditinggalkan masyarakat karena besarnya persaingan yang terjadi dalam lembaga pendidikan atau sekolah.terkhusus sekolah yang memiliki citra yang tidak begitu tinggi yang dapat mengakibatkan kurangnya minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan atau sekolah tersebut yang dapat menjadikan sekolah tersebut menjadi minim terhadap jumlah peserta didik.

Tujuan dari strategi pemasaran yang dilaksanakan bukan hanya menarik minat peserta didik untuk mau sekolah di lembaga pendidikan tersebut pada setiap tahunnya, akan tetapi juga cara bagaimana pengelolaan manajemen keuangan dengan meningkatkan sumber keuangan lembaga pendidikan serta meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia pada lembaga pendidikan atau sekolah tersebut.

Selama ini seringkali menjadi permasalahan bagi SMP N 01 Tebat Karai adalah yang diketahui dari tahun ketahun belum mengalami peningkatan yang signifikan. Maka dari itu diperlukan strategi pemasaran

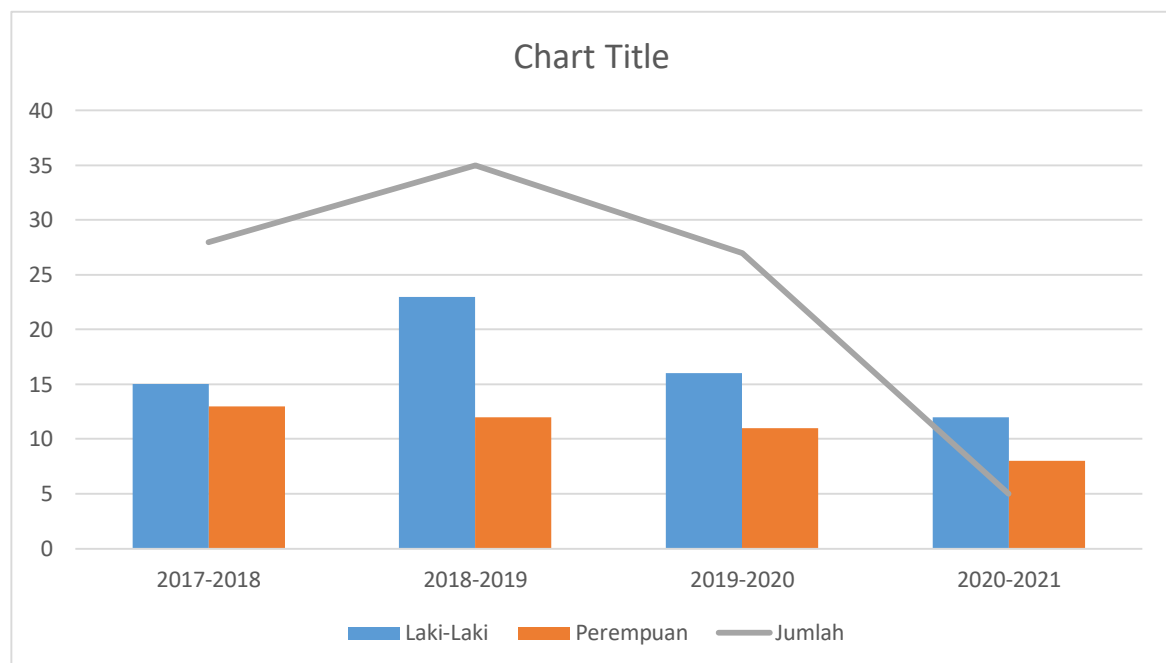
⁶ Ririn Tius Eka Margereta, et al, " *Stretegi Pemasaran sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model*"(Universitas Kristen Satya Wacana:2018)

dalam mengelola manajemen sumber daya manusia agar dapat meningkatkan peserta didik agar berminat untuk dapat sekolah di lembaga pendidikan tersebut.

Sebuah klaim menyatakan bahwa peserta didik belum meningkat itu disebabkan oleh banyak factor, salah satunya yaitu:

- Stakholder tidak melakukan upaya sosialisasi komunikasi
- Humas(hubungan masyarakat) tidak memlakukan perannya

Berikut grafik perkembangan jumlah peserta didik yang ada disekolah ini:



(Sumber: SMP Negeri 01 Tebat Karai)

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, bahwa sekolah ini telah beroperasi dari tahun 1984 berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Sekolah dengan Nomor 05/SK/1984 Pada Tanggal 04-01-1984. sekolah ini dari dulu sudah mengalami jumlah siswa yang bersifat tidak tetap atau naik

turun. Hingga Dimulai tahun 2018 hingga sekarang jumlah siswa menurun sangat drastis. Dari data diatas dapat diketahui bahwa ditahun 2018 jumlah siswa berjumlah 28 siswa, tahun 2019 meningkat menjadi 35 siswa, tahun 2020 menurun menjadi 27 siswa hingga di tahun ajaran 2021 jumlah siswa menurun menjadi 20 orang siswa.⁷

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena satuan pendidikan apalagi negeri ketika peserta didik minim atau sedikit maka banyak pihak yang akan mempertanyakan hal tersebut. Dengan tujuan untuk memberikan kontribusi kepala sekolah dan pengelola untuk melakukan inovasi atau sebuah pembaharuan, terobosan, guna agar mendapatkan jumlah peserta didik yang meningkat.

Karena itu penulis akan meneliti permasalahan tersebut dengan judul penelitian yaitu” Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai”

Berdasarkan kenyataan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai strategi yang dilakukan sekolah SMP N Tebat Karai agar dapat meningkatkan jumlah peserta didik. karena jumlah peserta didik yang terjadi pada sekolah ini seringkali menurun. yang disebabkan karena kurangnya minat masyarakat untuk menempuh pendidikan disekolah ini. maka dari itu dibutuhkan srategi pemsaran dari sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik dan dapat dikenal oleh lembaga

⁷SMP Negeri 01 Tebat Karai,*Observasi*, tanggal 20 Desember 2021

masyarakat khususnya masyarakat yang terdapat di lingkungan sekolah itu sendiri.

Penulis akan meneliti bagaimana kondisi real perkembangan jumlah peserta didik, dan juga bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah peserta didik, serta apa saja kesulitan sekolah dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penelitian ini maka penulis memfokuskan masalah, yaitu mengenai strategi pemasaran yang dilakukan sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai

C. Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijelaskan dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kondisi perkembangan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai?
3. Apa saja yang menjadi kesulitan sekolah dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana Kondisi real perkembangan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai
2. Mengetahui Bagaimana Strategi pemasaran yang dilakukan sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai
3. Mengetahui Apa saja yang menjadi kesulitan sekolah dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun secara teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis untuk mengetahui gambaran deskriptif bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik.
 - b. Memberi sumbangan pemikiran pengetahuan bagi sekolah dalam meningkatkan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan Informasi bahwa strategi pemasaran sangat penting dilakukan untuk dapat meningkatkan jumlah peserta didik.
 - b. Memberikan perhatian untuk sekolah agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Strategi atau “strategos atau strategia” berasal dari kata Yunani (*Greek*) yang memiliki arti” *General of generalship*” atau diartikan juga sebagai sesuatu yang berkaitan dengan top manajemen pada suatu organisasi.

Sedangkan David menyatakan bahwa Manajemen Strategi adalah “*Strategic management can be defined as the art and science of formulating,implementing, and evaluating cross-function decisions that enable an organization to the achieve its objevtives.*⁸

Strategi adalah suatu pemikiran yang bersifat logis, analitis serta konseptualisasi hal-hal penting atau prioritas (baik dalam jangka panjang, jangka pendek, ataupun mendesak), yang dijadikan sebagai pedoman untuk menetapkan langkah-langkah,tindakan, dan cara-cara atau taktik yang harus dilakukan secara terpadu demi terlaksananya kegiatan operasional dan penunjang dalam menghadapi tantangan yang harus ditangani dengan sebaik-baiknya sesuai dengan tujuan ataupun sasaran-sasaran dan hasil yang harus dicapai serta kebijaksanaan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Menurut Daft dalam Depdiknas menjelaskan bahwa strategi sebagai

⁸ Suci, Rahayu Puji.”*Esensi Manajemen Strategi*”.(zifatma publisher: 2015)

rencana tindakan yang berupa penentuan alokasi sumber daya dan kegiatan untuk bergelut dengan lingkungan dan membantu organisasi mencapai tujuannya.⁹

Menurut Fred R. David, manajemen strategi adalah sebuah ilmu yang mempelajari mengenai sebuah perumusan, pelaksanaan dan juga evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck juga mendefinisikan bahwa manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang fokus pada penyusunan suatu strategi atau jumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran pendidikan.

Secara umum strategi adalah suatu tindakan yang menentukan proses perencanaan terhadap para manajer yang berarah pada tujuan jangka panjang pada suatu lembaga atau organisasi pendidikan yang disertai dengan penyusunan akan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Kemudian dijelaskan juga secara khusus dari definisi strategi yaitu suatu tindakan yang mengalami terus-menerus mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai dengan harus dilakukan sesuai dengan pandangan tentang

⁹ Nazaruddin (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang: Cv. Aamanah.

apa yang diinginkan serta diharapkan oleh para konsumen untuk dimasa depan.¹⁰

Porter menjelaskan bahwa strategi diartikan sebagai suatu alat yang sangat penting digunakan dalam menghadapi suatu persaingan dalam dunia pendidikan. Hamel dan Pharalad juga mendefinisikan bahwa strategi yaitu suatu tindakan yang semakin meningkat secara terus menerus dilakukan berdasarkan pandangan serta harapan masyarakat

Dapat disimpulkan kan jika strategi yaitu ala atau sebuah usaha yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan dari suatu lembaga dalam jangka panjang melalui sebuah rumusan mengenai apa yang akan dilakukan dengan mengalokasi sumber daya dari lembaga tersebut.

B. Pemasaran Sekolah

1. Pengertian Pemasaran

Banyak sekali definisi pemsaran dan bermacam-macam sudut pandang, tetapi pada hakikatnya pemasaran itu merupakan sebuah tindakan atau kegiatan timbal balik antara produsen ke konsumen yang menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan melalui proses pertukaran atau timbal balik.

Disekolah pemasaran diartikan sebagai sebuah pengelolaan yang dilakukan secara yang sistematis atau tersturktur yang dilakukan dengan

¹⁰ Taufiqurkhman (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta:Universitas Prof.Dr.Moestopo Beragama.

tujuan untuk mempromosikan kualitas sekolah serta visi maupun misi dari sekolah kepada calon peserta didik atau masyarakat.

Pemasaran dilembaga pendidikan memiliki sebuah fungsi yaitu untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada “pelanggan” yang dalam konteks sekolah/madrasah yang disebut dengan siswa.¹¹

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan konsep manajerial yang dapat melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu atau pun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Pemasaran di bagi menjadi 3 unsur utama, yaitu sebagai berikut:

1. Unsur Strategi persaingan (*mind share strategy*), meliputi:
 - a. *Segmentasi pasar*, yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah. Masing-masing konsumen ini memiliki karakteristik, kebutuhan produk, dan bauran pemasaran tersendiri.
 - b. *Targeting*, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

¹¹ Muhaimin dkk (2009). *Manajemen pendidikan Aplikasinya dalam penyusunan rencana pengembangan sekolah/madrasah*. Jakarta: Kencana.

- c. *Positioning*, yaitu penetapan posisi pasar. Tujuannya adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada dipasar ke dalam benak konsumen.
2. Unsur taktik pemasaran (*market share tactic*), meliputi:
 - a. Selling yang terkait dengan penjualan
 - b. Differentiation, yang terkait dengan cara membangun strategi pemasaran di berbagai aspek perusahaan.
 - c. Bauran Pemasaran (*marketing mix*), terkait dengan kegiatan mengenai produk, harga, promosi, dan tempat.
 3. Unsur nilai pemasaran (*heart share*) yang berkaitan dengan brand , service, dan process.¹²

Disekolah, pemasaran dapat diartikan sebagai suatu pengelolaan harus dilakukan secara sistematis atau beraturan dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi sekolah berdasar pemuasan kebutuhan nyata baik untuk stakeholder ataupun masyarakat social pada umumnya. Muhaimin dan Alma mendefinisikan bahwa pemasaran sekolah merupakan kegiatan memberi pelayanan atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen dengan cara yang memuaskan. Jadi, pemasaran pendidikan dengan dasar pemikiran logis. Jika konsumen tidak puas, berarti pemasarannya gagal. Dengan demikian, lembaga pendidikan dalam hal

¹² Imam Machali,Ara Hidayat (2016). *Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/ Madrasah di Indonesia*.Jakarta:Kencana.

ini sekolah merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa murid atau siswa dan masyarakat umum.

Pada dasarnya jasa sekolah merupakan sesuatu yang diberikan dari pihak sekolah kepada pihak pelanggan yang tidak memiliki dampak apapun. hal ini sangat erat hubungannya dengan karakteristik jasa yang perlu dipertimbangkan dalam merancang sebuah strategi dalam pemasaran sekolah.¹³

Dengan demikian dapat dijelaskan jika pemasaran merupakan proses yang harus dilakukan oleh sekolah/madrasah agar dapat memberikan kepuasan terhadap stakeholder dan masyarakat. Pemberian kepuasan secara terus menerus dan berkelanjutan mengindikasikan adanya proses layanan yang selalu dilakukan dengan inovasi dan juga melakukan pengembangan, karena kepuasan *stakeholder* merupakan proses yang dapat berubah.

Fungsi pemasaran dalam lembaga pendidikan yaitu untuk dapat membentuk citra baik terha

dap lembaga dan menarik minat sejumlah calon peserta didik. Maka dari itu pemasaran harus berorientasi terhadap”Pelanggan” yang dalam ruang lingkup sekolah/lembaga pendidikan yang disebut dengan peserta didik.¹⁴

¹³ Suryo Agung Nugroho,”*Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Bauran Pemasaran*”.Jurnal.Program Pasca sarjana Manajemen Pendidikan Surakarta.

¹⁴ H.Muhaimin, Dkk (2009). *Manajemen Pendidikan* .Jakarta:Kencana. Hal.97

2. Konsep Pemasaran

Philip Kotler menegaskan bahwa strategi merupakan suatu wujud rencana yang terarah dalam mencapai sebuah tujuan yang di harapkan.¹⁵

Kotler,Keller, Brady Goodman, dan juga Hansen dalam buku manajemen pemasaran menerangkan bahwa konsep bauran pemasaran terdiri dari 7P, yaitu sebagai berikut:

a. Konsep Produk

Konsep produk memiliki artian jika konsumen menyukai suatu produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Manajer dari organisasi ini harus berfokus untuk membuat produk yang lebih unggul dan senantiasa memutakhirnya. suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat. Menurut Kotler, Keller, Brady. Goodman dan juga Hansen, mendefinisikan bahwa produk merupakan segala hal yang dapat ditawarkan kepada pasar agar bisa memuaskan keinginan dan juga harapan serta kebutuhan konsumen.

b. *Price* (Harga)

Harga merupakan sejumlah uang dimana konsumen akan membayar untuk memperoleh produk ataupun jasa atau sejumlah uang yang akan ditukarkan konsumen atas nilai dari sebuah produk untuk

¹⁵ Kotler,Keller, *Manajemen Pemasaran*,Edisi 13 Jilid I,(Jakarta:Erlangga,2013)

memperoleh manfaat atau kepemilikan dan juga penggunaan atas produk.¹⁶

c. *Promotion* (Promosi)

Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950an. Tugas pemasaran bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk produksi, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan.¹⁷

d. *Place* (Saluran pemasaran atau distribusi)

Distribusi merupakan suatu tindakan dalam memilih serta mengelola saluran pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan kumpulan perusahaan ataupun individu-individu yang membantu dalam pedistribusian produk atau jasa dalam melayani pasar sasaran sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.¹⁸

e. *People* (Karyawan)

People merupakan suatu proses seleksi , pelatihan, serta pemberian motivasi kepada karyawan sebagai pembeda dalam mempengaruhi persepsi pembeli dan memenuhi kepuasan pelanggan.

¹⁶ Eka Hendrayani,Dkk,,"*Manajemen Pemasaran*".CV.Media Sains Indonesia,Bandung 2021

¹⁷ Wheni Mastna Nurrahkim,"*Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di MIT Nurul Amal Parang Magetan*". Tesis.Pasca sarjana Ponorogo.

f. Physical evidence (Bukti Fisik)

bukti fisik yaitu suatu bukti fisik yang dimiliki oleh penyedia jasa sebagai nilai tambah yang ditujukan kepada konsumen, pelanggan maupun calon pelanggan.

g. Process (Proses)

Proses merupakan seluruh prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas sistem penyajian jasa kepada para konsumen.¹⁹

3. **Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran adalah kombinasi dari variable atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran, yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan para pembeli atau konsumen. Bauran pemasaran terdiri dari:

a. Product(Produk)

Salah satu komponen strategi pemasaran yang penting adalah produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kesuatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan.

b. Price (Harga)

Kebijakan harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran dan tingkat diskriminasi harga antara berbagai keolompok pelanggan. Masalah harga jual merupakan salah satu unsur penting dalam

¹⁹ Eka Hendrayani,Dkk,,"*Manajemen Pemasaran*".CV.Media Sains Indonesia,Bandung 2021.hal.118-119

menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan dari pada perusahaan.

c. Place (Tempat)

Dalam bukunya Hariyadi menjelaskan untuk produk industry, place diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produksi jasa place di artikan sebagai tempat pelayanan jasa.

d. Prmotion (Promosi)

Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau suatu organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Menurut Kotler promosi adalah salah satu dalam bidang marketing yang bertujuan untuk meningkatkan omset penjualan, dengan jalan mempengaruhi konsumen baik secara langsung ataupun tidak langsung. Wiliam J. Stanton, mengatakan bahwa promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan atau organisasi yang didaya digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan, tentang produk dalam perusahaan atau organisasi.²⁰

C. Strategi Pemasaran

Motik menjelaskan jika terdapat 6 tingkatan dalam evolusi pemasaran yang dapat dihubungkan dengan penerimaan peserta didik, yaitu sebagai berikut:

²⁰ Brigita Putri Atika Tyagita, "Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Berasrama," Jurnal. Program Pasca Sarjana (2016)

1. Asumsi lembaga pendidikan tidak memerlukan pemasaran

Adanya asumsi yang berlaku terhadap lembaga pendidikan yang menyatakan, lembaga pendidikan merupakan badan sosial sehingga tidak memerlukan pemasaran.

2. Pemasaran merupakan promosi

Lembaga pendidikan menyadari, jika tidak dapat menarik minat peserta didik yang dibutuhkan atau tidak dapat menarik peserta didik yang diinginkan. Lembaga pendidikan berasumsi, masyarakat tidak mengenal lembaga pendidikannya, karena itu lembaga harus bisa membuat sebuah unit teknis atau bagian informasi tentang sebuah pelayanan masyarakat yang salah satunya dapat menangani publikasi dan informasi penerimaan siswa atau peserta didik baru.

3. Pemasaran merupakan menetapkan posisi

Bertambah banyaknya lembaga pendidikan yang melakukan promosi maka akan terjadi persaingan yang sengit. Lembaga pendidikan akan mencari basis baru untuk tetap unggul dalam sebuah persaingan untuk menjaring siswa atau peserta didik barunya.

4. Pemasaran merupakan perencanaan strategi

Masalah menurunnya minat calon peserta didik di beberapa lembaga pendidikan tidak hanya karena persaingan yang cukup kuat antar sesama lembaga pendidikan, tetapi juga karena kurangnya perencanaan strategi dalam memasarkan sebuah lembaga pendidikan.

5. Pemasaran merupakan manajemen penerimaan siswa atau peserta didik

Dalam menghadapi sebuah persaingan yang semakin meningkat, pemimpin lembaga pendidikan hendaknya juga harus melakukan berbagai kegiatan sosialisasi dan kehumasan (*public relations*) terhadap kualitas produk pendidikan (para lulusan), tersediannya fasilitas menunjang proses belajar mengajar, pratikum, dan sarana ekstrakurikuler siswa atau peserta didik. serta melakukan pemasaran melalui media-media tertentu untuk memperkenalkan lembaga pendidikan tersebut kepada calon peserta didik atau masyarakat luas

6. Pemasaran merupakan segmentasi dari penelitian pemasaran

Sekarang ini lembaga pendidikan dituntut untuk dapat menjangkau calon peserta didik yang lebih banyak. Maka dari itu diperlukan informasi yang dapat mempromosikan lembaga pendidikan tersebut, agar masyarakat khususnya para orang tua atau calon peserta didik dapat mengenal dan tertarik untuk dapat sekolah dilembaga pendidikan tersebut.²¹

Strategi pemasaran merupakan suatu kesatuan rencana dengan ruang lingkup yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal sebuah organisasi dengan peluang dan juga ancaman dalam lingkungan eksternalnya.²²

Menurut Irianto, dalam bidang pendidikan diperlukan dua konsep strategi pemasaran yang dapat dipertimbangkan yaitu:

²¹ Nasution, Zulkarnain (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Umm Press: Malang.

²² Heni Noviarita, Riyanto Adi Kusumah, Dkk. "Pemasaran Pendidikan". Jurnal. UIN Raden Intan Lampung

- (1). *Distinctive complence*, yaitu tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pada pesaing.
- (2). *Competitive advantage*, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh lembaga pendidikan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, melalui strategi diferensiasi yaitu keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan lembaga pendidikan untuk merebut peluang besar.²³

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pemasaran adalah sebuah kegiatan atau pendekatan yang selalu berorientasi pada konsumen yang bertujuan untuk membuat sebuah keputusan manajemen. Maka dari itu, pemasaran hendaknya dilakukan dengan perencanaan yang matang serta tujuan yang jelas..

Pendapat tersebut menjelaskan bahwa sekolah atau madrasah harus mampu membuat program-program layanan pendidikan yang berorientasi kepada masyarakat sebagai pangsa pasar pendidikan sekaligus berusaha untuk mempengaruhi masyarakat yang menyesuaikan dengan kebutuhan sekolah/madrasah.

1. Perencanaan

²³ Aditia dkk, "Strategi pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah". Jurnal. Fak. Tarbiyah dan keguruan, UIN Raden Intan Nomor.1, 2020.

Hal pertama yang harus dilakukan dalam membuat rencana pemasaran adalah dengan menentukan visi, misi, tujuan umum, tujuan khusus sekolah/madrasah. Agar sekolah/ madrasah dapat melaksanakan pemasaran dengan berhasil, sekolah/madrasah hendaknya mengetahui kecenderungan”kondisi pasar” terlebih dahulu.

2. Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pemasaran disekolah/madrasah harus diperhatikan variabel-variabel yang dapat menarik sejumlah peserta didik. Oleh karena itu, variabel-variabel yang dapat dikendalikan oleh sekolah/ madrasah harus dipentingkan serta diarahkan untuk kebutuhan dan kepuasan”Pelanggan”.

3. Pengendalian

Adanya pelaksanaan sistem kontrol ini merupakan tindakan koreksi yang dapat digunakan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Meski begitu kontrol dan evaluasi secara rutin harus dilaksanakan agar kesalahan yang telah dilakukan oleh sekolah/madrasah dapat cepat diperbaiki dan di antisipasi selanjutnya dapat dilakukan dengan cepat untuk perkembangan sekolah/madrasah.²⁴

Strategi pemasaran yaitu sebuah deretan suatu kegiatan yang terarah dalam mencapai suatu tujuan dan dengan model berpikir

²⁴ H.Muhaimin, Dkk (2009). *Manajemen Pendidikan* .Jakarta:Kencana. Hal.101

yang inovatif, kreatif, dan juga produktif dalam menghadapi kecenderungan yang terjadi di dalam organisasi maupun diluar organisasi.

Strategi pemasaran dalam pendidikan dapat diartikan sebuah cara, upaya, dan juga langkah-langkah praktis yang dapat dilakukan oleh pemimpin sekolah ataupun madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan dengan memberikan informasi kepada masyarakat atau calon peserta didik dan juga menawarkan layanan jasa pendidikan serta dapat menyakinkan calon peserta didik agar bisa menggunakan layanan jasa pendidikan tersebut.²⁵

Tujuan dari strategi pemasaran dalam pendidikan adalah, antara lain:

1. memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk dalam lembaga pendidikan.
2. meningkatkan keinginan dan juga minat masyarakat atau calon peserta didik mengenai produk dalam lembaga pendidikan.
3. dapat membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan lainnya.
4. untuk memberikan peningkatan yang lebih baik bagi masyarakat mengenai produk yang ditawarkan.

²⁵ Dian,Iis Rosibah,Ari Prayoga.”Implementasi Strategi pemasaran Pendidikan di Madrasah”.Jurnal: UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2020)

5. untuk menguatkan lisensi dan pentingnya lembaga pendidikan didalam masyarakat.²⁶

Seorang tokoh Iban Sofyan menjelaskan bahwa strategi adalah sebuah rencana kegiatan secara keseluruhan yang disusun secara tersruktur dan bersifat umum, maka dari itu dapat diketahui oleh setiap lembaga baik dari dalam lembaga maupun diluar lembaga tersebut.

Sekolah sangat dibutuhkan dalam menyusun suatu strategi yang akan digunakansaebagai cara untuk melakukan pemasaran sekolah dalam rangka menarik minat dan memperkenalkan sekolah tersebut kepada masyarakat dan calon peserta didik.

Sebelum menyusun sebuah strategi, yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu sekolah harus menentukan strategi yang tepat untuk digunakan oleh sekolah dengan cara menganalisis lingkungan dan juga eksternal sekolah. Strategi yang digunakan didalam pendidikan biasanya berhubungan dengan rencana yang digunakan agar efektif dan efesien dalam memasarkan suatu sekolah.²⁷

D. Langkah-langkah strategi pemasaran pendidikan

Di dalam pemasaran pendidikan ada beberapa langkah strategi dalam pemasaran sekolah atau dalam lembaga pendidikan, yaitu:

²⁶ Imam Turmudzi,"*Strategi Pemasaran di lembaga Pendidikan Islam*"Jurnal:Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara.

²⁷ Novita Sari,"*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Muhammadiyah 4 Palembang*,"Jurnal:UIN Raden Fatah Palembang(2020)

1. Identifikasi pasar, adalah suatu penelitian yang dilakukan agar dapat mengetahui kondisi dan juga harapan pasar termasuk juga alat-alat pendidikan yang sudah menjadi kepentingan konsumen dalam pendidikan.
2. Segmentasi pasar dan juga positoring, membagikan suatu pasar mejadi sebuah kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan dari kebutuhannya, keanekaragamannya, ataupun tingkah laku yang membutuhkan suatu produk yang berbeda. Sedangkan positoring itu merupakan suatu karakteristik dan pembedaan prroduk yang bersifat nyata yang dapat mempermudah konsumen untuk dapat membedakan antara produk jasa yang satu dalam sebuah lembaga dengan lainnya.
3. Diferensiasi produk, merupakan cara yang baik dalam mencari perhatian pasar. Karena strategi ini merupakan strategi yang bisa memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan dengan penawaran yang diberikan oleh competitor.
4. Komunikasi pemasaran, yaitu publikasi mengenai prestasi oleh media independen, seperti sebuah berita didalam media massa.
5. Pelayanan sekolah, hal ini terlihat seperti yang telah diharapkan oleh para konsumen. ketimpangan yang sering terjadi karena adanya perbedaan pemikiran kualitas dan juga alat-alat dalam jasa pendidikan.²⁸

Mahmud menjelaskan bahwa sekolah merupakan tempat pendidikan seorang personal yang didapat dengan tersusun, berurutan, bertingkat, bersifat teratur serta harus mematuhi semua peraturan yang berlaku dalam suatu lembaga pendidikan.

²⁸ Mohammad Nurul Huda, "Manajemen Pemasaran sekolah". Jurnal: STAI Luqman Al Hakim Surabaya

Strategi pemasaran sekolah adalah adalah suatu proses menawar sebuah produk serta jasa yang dimiliki oleh organisasi sekolah yang bertujuan agar bisa meningkatkan dan menarik minat peserta didik untuk bersekolah dilembaga pendidikan tersebut.²⁹

E. Peserta Didik

Manajemen Peserta didik memiliki sebuah arti yaitu sebagai usaha pengaturan mengenai peserta didik yaitu mulai dari peserta didik mulai masuk sekolah hingga mereka selesai menempuh pendidikan yang telah diatur secara langsung merupakan segi-segi yang berkenaan dengan peserta didik secara tidak langsung, pengaturan terhadap segi-segi lain peserta didik dimaksudkan agar bisa memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada peserta didik.

Peserta didik juga mempunyai hak dan juga kewajiban dalam menempuh pendidikan dalam suatu lembaga pendidikan, yaitu antara lain:

- a. untuk mendapatkan perlakuan sesuai dengan minat dan juga bakat para peserta didik.
- b. Berhak untuk mendapatkan bantuan fasilitas belajar yang memadai.
- c. mendapatkan penilaian hasil belajar
- d. mendapatkan pelayanan khusus disekolah

Adapun kewajiban seorang peserta didik yaitu, antara lain:

- a. berhak untuk menyelesaikan administrasi sekolah kecuali untuk peserta didik yang bebas dari segala biaya administrasi

²⁹ Ninsiar Woliktol, Arifin, Kabiba, "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru". Jurnal: Universitas Muhammadiyah kendari.

- b. mengikuti peraturan sekolah yang telah ditentukan
- c. menghormati guru dan tenaga pendidikan yang ada disekolah
- d. menjaga semua fasilitas sarana dan prasarana, serta kebersihan, tata tertib dan kemandirian sekolah.

Tujuan dari manajemen peserta didik yaitu untuk mengatur berbagai kegiatan dalam bidang kesiswaan dengan tujuan supaya kegiatan pembelajaran disekolah bisa berjalan dengan baik, tertib dan juga teraatur, sesuai dengan tujuan sekolah tersebut.³⁰

Peserta didik adalah subjek dan objek dalam pendidikan yang memerlukan bimbingan dari orang lain agar dapat membantu mengembangkan potensi yang dimilikinya serta dapat membimbingnya menuju kedewasaan.³¹

F. Penelitian Yang Relevan

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Imam Faizin, dalam sebuah jurnal yang berjudul” *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*” pada tahun 2017. Yang menjelaskan bahwa tujuan pemasaran dalam lembaga pendidikan antara lain, untuk memberikan informasi mengenai produk dalam lembaga pendidikan, meningkatkan keinginan masyarakat mengenai produk lembaga pendidikan tersebut, dapat membedakan antara lembaga pendidikan dengan pendidikan yang lain, meningkatkan pandangan

³⁰ Muhammad Amin dkk,” *Implementasi Manajemen Kesiswaan Dalam Meningkatkan Prestasi Non akademik di SMP Kreatif Aisyiyah Rejang Lebong*”. Jurnal Literasiologi: Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup.

³¹ Selpiyani,”*Evaluasi kompetensi pedagogic guru dalam mengenal karakteristik peserta didik di SDIT Kahiru Umah*”. Skripsi:IAIN Curup

kepada masyarakat mengenai produk yang diusulkan, dan menyeimbangkan eksistensi serta arti dari lembaga pendidikan dalam masyarakat.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito, Suti'ah dan juga Mulyadi (Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung) pada tahun 2020, dengan judul penelitian” *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*) Penelitian ini menganalisis mengenai strategi pemasaran untuk dapat meningkatkan citra disekolah dasar islam surya buana. Penelitian ini menjelaskan bahwa kualitas dalam layanan akademik yang fokus dapat memberikan layanan akademik kepada siswa. Standarisasi tenaga pendidik dan kependidikan sekolah tertuju kepada kualitas dan juga profesionalitas, mutu kelulusan yang unggul dan juga sesuai dengan profil lulusan dalam prestasi akademik maupun dalam non akademik, terdepan dalam pembaharuan dan berwawasan lingkungan serta berakhlakul karimah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dewa Made Dwi Kamayuda (Mahasiswa Pasca Sarjana Magister Program study Manajemen Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana) tahun 2016 dengan judul penelitian ” *Perencanaan strategi Bersaing Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta didik disalah satu sekolah swasta salatiga* “. Menjelaskan bahwa posisi sekolah berada pada kuadran SO, yaitu mendukung strategi agresif dengan menggunakan kekuatan dari lingkungan internal sekolah untuk meraih peluang yang ada pada lingkungan eksternal. Perencanaan strategi bersaing sekolah yang perlu dikembangkan adalah strategi diferensiasi, antara lain yaitu meningkatkan kerja sama dan hubungan baik kepada masyarakat, membangun kolaborasi dan

kepercayaan dengan sekolah dasar lainnya harus dibawah yayasan yang sama, meningkatkan dan mengembangkan prestasi disekolah dengan memanfaatkan sumber daya manusia(SDM) yang tersedia.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Maskub Abrori dari perguruan tinggi IAIN Samarinda pada tahun 2015, dengan judul penelitian "*Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta didik Di PG atau TK Samarinda*". Menjelaskan bahwa strategi yang dapat digunakan dalam menentukan suatu strategi pemasaran yaitu *Stable Goth Strategy*, artinya dalam persaingan antar lembaga pendidikan dengan menggunakan strategi pertumbuhan peran yang dilakukan akan sesuai dengan prioritas.

Penelitian juga dilakukan oleh Brigita Putri Atika Tyagita Mahasiswa Program Pasca Sarjana Manajemen Pendidikan Pada tahun 2016, dengan Judul penelitian "*Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama di Kabupaten Semarang*". Menjelaskan bahwa dalam menentukan dan melaksanakan sebuah pemasaran sekolah, maka harus dilaksanakan secara tersruktur. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan juga harus beraneka ragam baik secara internal maupun eksternal, yaitu dengan mengadakan kegiatan open house, lomba antar SMP, Memasang spanduk, safari koor, promosi kesekolah-sekolah, serta harus adanya kolaborasi dengan berbagai sekolah diberbagai daerah dan juga relasi yang baik dengan para alumni.

Selanjutnya Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Halim Kusuma mahasiswa program study magister Administrasi Pendidikan Sekolah Universitas Muhammadiyah Surakarta dalam Naskah publikasi dengan judul "*Strategi*

Pemasaran Penerimaan Peserta didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten” yang menjelaskan bahwa Perencanaan strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru dapat dilakukan dengan cara menyelenggarakan pertemuan dan melakukan koordinasi kepala sekolah dan juga para guru untuk dapat menentukan rencana penerimaan siswa baru. dalam pertemuan tersebut, kepala sekolah akan menyusun mengenai rencana kegiatan, kepanitiaan dan pelaksanaan penerimaan peserta didik baru(PPDB).

Sebuah penelitian yang ditulis oleh Suryo Agung Nugroho, dengan judul penelitian “Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Bauran Pemasaran SMK N 01 Ngawen, Gunung Kidul”. Dalam penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran sekolah dengan konsep bauran pemasaran di sekolah tersebut. Penelitian ini menjelaskan bagaimana pemasaran sekolah yang baik atau tepat yang dilakukan oleh sekolah tersebut, yaitu dengan melalui sistem promosi dan kegiatan sosialisasi ke SMP atau sekolah sederajat lainnya melalui program jalur khusus minat dan bakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Tiya Meilani (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta) dengan judul penelitian,” Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah Karang Anyar”. Penelitian ini mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan, kesulitan atau hambatan terkait strategi pemasaran yang diterapkan serta upaya yang dalam menghadapi kesulitan atau upaya dalam pemasaran yang diterapkan di sekolah tersebut.

Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Anam, dengan judul penelitian, "*Strategi pemasaran dan implementasinya dalam lembaga pendidikan*". penelitian ini membahas mengenai analisis bagaimana penerapan strategi pemasaran yang digunakan dalam sebuah lembaga pendidikan.

Kesamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah dari metode yang digunakan yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi pemasaran dalam sekolah. Pada penelitian yang dilakukan oleh Imam Faizin yaitu, Imam Faizin meneliti strategi pemasaran dalam meningkatkan harga jual madrasah. Sedangkan dalam penelitian Aditia Fradito dkk, meneliti Strategi pemasaran dalam meningkatkan citra sekolah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dewa Made Kama Yuda itu menjelaskan mengenai strategi bersaing sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Penelitian Masrub Abrori meneliti mengenai Strategi Pemasaran Lembaga pendidikan dalam tingkatan SD/Tk.

Dalam penelitian Brigita Putri Atika meneliti mengenai pelaksanaan strategi pemasaran sekolah menengah atas swasta berasrama di kabupaten Semarang. Selanjutnya penelitian Muhammad Halim Kusuma meneliti mengenai strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru. Dalam penelitian Suryo Agung Nugroho meneliti mengenai Strategi Pemasaran berbasis bauran pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Tiya meilani meneliti mengenai Strategi pemasaran sekolah yang dilakukan di sekolah menengah kejuruan muhammadiyah yang terletak di Karang Anyar. Penelitian yang dilakukan Khoirul Anam Meneliti mengenai bagaimana Penerapan strategi pemasaran

dalam lembaga pendidikan. Sedangkan penulis meneliti strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah siswa di SMP negeri 01 Tebat Karai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Lapangan. yang di lakukan dengan cara menggunakan sebuah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang bersifat deskriptif. Dikatakan kualitatif dikarenakan penelitian ini berhubungan dengan tulisan yang bersifat naratif atau uraian, bukan mengenai rumus ataupun angka. dalam penenlitian ini bersifat deskriptif, yaitu uraian naratif mengenai suatu proses dari tingkah laku subjek sesuai dengan masalah yang diteliti oleh penulis dan data-data yang ditemukan penulis dalam penelitian yang berupa sebuah data maupun informan. Jadi penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang dapat menghasilkan sebuah temuan-temuan yang bersifat deskriptif dan berupa sebuah kata-kata yang bersifat tertulis ataupun lisan yang di terima penulis dari seorang atau perilaku yang dapat diamati atau dengan kata lain dari penelitian ini nantinya akan dilaporkan dalam bentuk uraian (Penjelasan).³²

Metode penelitian kualitatif ini sering disebut dengan metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan dalam kondisi yang alamiah, dan disebut juga sebagai etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, dan disebut sebagai metode kualitatif dikarenakan data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif atau bersifat narasi.³³

³² Aamirul Hadi dan Haryono,,*metodologi Penelitian pendidikan*,(Jakarta: Pustaka Setia, 1998) h. 17

³³ Prof.Dr.Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif, dan R&D*,(Bandung: Alfa Beta CV,2017) h. 7

Dalam penelitian ini akan digambarkan secara keseluruhan subjek yang diteliti terhadap penelitian serta yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran sekolah dalam meningkatkan Jumlah peserta didik. Alasan digunakan metode pendekatan kualitatif ini karena ingin mengumpulkan data yang berupa tulisan atau uraian dan tidak berupa angka.

B. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan sebuah metode penelitian yang bersifat kualitatif, karena bersifat kualitatif maka diperlukan subyek didalam penelitian ini, subjek penelitian tersebut berupa sebuah benda, hal, atau orang untuk mendapatkan sebuah data akurat yang berkaitan dengan variable yang dipermasalahkan.³⁴

Subjek merupakan” sebagian atau objek yang akan diteliti”. Pada penelitian, format studi kasus, yang perlu dijelaskan di dalam usulan/ rancangan penelitian bukanlah “populasi dan sampel” sebagaimana pada survei dan eksperimen, melainkan subjek penelitiannya”.

Sedangkan penentuan informan dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu *purposive sampling*, dimana penunjukkan atas beberapa orang sebagai informan disamping untuk kepentingan kelengkapan dan akurasi informasi juga dimaksudkan untuk mengadakan *cross check* terhadap hasil dari informasi yang diberikan.³⁵

³⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h.129

³⁵ *Ibid*, h.165

Adapun proses pencarian data ini bergulir dari informan satu ke informan lainnya dengan mengikuti prinsip bola salju (*Snowball sampling*) dan berakhir hingga informasi tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP N 01 Tebat Karai relative utuh dan mendalam. Untuk memperoleh informan yang sesuai dan tepat, maka peneliti memilih informan yang dianggap paling tahu tentang masalah yang diteliti juga memilihnya harus bersifat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peneliti dalam pengumpulan data. Cara ini dikenal dengan istilah *snowball sampling technique*.³⁶

C. Data Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan bagian objek atau tempat yang akan diteliti oleh peneliti. Dari Definisi tersebut dapat dipahami jika sebuah subjek atau informan merupakan bagian dari keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti oleh penulis.

Penelitian ini bersifat kualitatif maka sangat diperlukan subjek atau informan dalam penelitian ini. Subjek penelitian ini yaitu Kepala Sekolah, Guru, Kesiswaan, dan Siswa SMP N 01 Tebat Karai. Penulis akan meneliti mengenai bagaimana kondisi real perkembangan jumlah peserta didik, dan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai, serta Apa saja yang menjadi kesulitan sekolah dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik SMP N 01 Tebat Karai.

³⁶ Ibid.h.166

D. Jenis dan sumber data

1. Jenis Data

Jenis dan Sumber data pada penelitian ini adalah data kualitatif, dengan tujuan untuk mengungkapkan Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah siswa di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

2. Sumber Data dalam penelitian ini diperoleh dari:

- a. Data Primer, merupakan data yang dapat diambil atau dihimpun langsung oleh peneliti dalam penelitian ini. sumber utama dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Kesiswaan, Guru dan juga Siswa SMP Negeri 01 Tebat Karai.
- b. Data sekunder, merupakan data yang dapat diambil dari pihak-pihak yang terkait siswa, Guru SMP Negeri 01 Tebat Karai, buku-buku atau pun bahan-bahan tulisan lain yang terkait dengan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan data

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan dalam menghimpun sebuah informasi dengan cara melakukan pengamatan dan mencatat sebuah data ataupun temuan yang didapatkan dilapangan secara sistematis yang berkaitan dengan kejadian yang sering dijadikan target pengamatan dan observasi.³⁷

Dalam tahap observasi ini, penulis melakukan suatu pengamatan atau observasi dalam memperoleh data mengenai permasalahan dalam lokasi

³⁷ Anas Sudijino, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), h.76

penelitian. Data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengenai kondisi perkembangan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai. Kondisi perkembangan jumlah peserta didik di sekolah tersebut yang didapatkan di susun secara sistematis dalam bentuk sebuah data dan juga grafik.³⁸

b. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, akan tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden atau subjek yang lebih mendalam. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara dengan jenis tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang sifatnya bebas dimana peneliti hanya menggunakan pedoman wawancara yang berupa garis-garis besar dari permasalahan yang akan ditanyakan, bukan menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Dalam wawancara tidak terstruktur, penulis belum mengetahui secara pasti bagaimana data yang akan diperolehnya, sehingga penulis akan

³⁸ *Ibid*, Hal.310

lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden atau narasumber.³⁹

Jadi bisa dipahami, bahwa wawancara merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan sistem tanya jawab kepada seseorang yang menjadi informan atau narasumber. yang dilakukan dengan cara bertanya secara tatap muka kepada nara sumber. Wawancara dapat diaplikasikan dengan menggunakan struktur atau pedoman wawancara atau dengan Tanya jawab secara langsung dengan menggunakan instrument atau bahan-bahan pertanyaan yang telah di siapkan peneliti sebelum melakukan wawancara kepada informan.⁴⁰

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dokumen adalah sebuah bahan tertulis atau sebuah benda mati yang berkaitan dengan suatu kejadian atau peristiwa yang bersamaan dengan aktivitas tertentu. Sebuah dokumen dapat berupa rekaman atau dokumen tertulis, seperti base surat menyurat, rekaman gambar, dan benda-benda peninggalan yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau kejadian tersebut.

Menurut Guba dan Lincoln, dokumentasi adalah setiap bahan tertulis atau pun film yang dapat digunakan sebagai pendukung dan bukti dalam

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*(Bandung: Alfabeta, 2017), h.137

⁴⁰ Dedi Mulyana, *Metode Penelitian kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h.180

penelitian. Berbagai jenis dokumen yang dapat dimanfaatkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendukung dalam mengumpulkan data penelitian.

Berbagai macam dokumen dapat dimanfaatkan oleh peneliti sebagai sumber data untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Karena dalam hal dokumen-dokumen tersebut sangat berguna untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan data penelitian yang akan dikumpulkan di lapangan, untuk menuju pada temuan hasil penelitian.⁴¹

F. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis data yang bersifat kualitatif, dan mengikuti konsep yang diberikan *Miles dan Huberman*. *Miles dan Huberman* yang dikutip dalam sebuah karangan Sugiyono yang mengemukakan bahwa, aktivitas analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁴²

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Suatu Data atau hasil temuan dalam penelitian yang didapatkan dalam lokasi penelitian ini jumlahnya cukup banyak, dari itu maka perlu dicatat secara teliti dan jelas. Semakin lama peneliti melakukan penelitian, maka semakin banyak juga data yang akan didapatkan oleh peneliti dan data tersebut akan bersifat kompleks dan juga rumit. maka perlu dilakukan

⁴¹ Farida Nugrahani, " *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* "Surakarta:2014

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.9

analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti mengumpulkan, memilih hal-hal yang pokok yang dianggap penting dari data yang didapatkan.

Pada tahap ini, data yang mencakup kegiatan untuk mengolah hasil dalam pengumpulan data di catat dengan selengkap mungkin, dan dimasukkan dalam satu konsep tertentu, kategori tertentu dan tema tertentu. Jadi data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk dapat melakukan pengumpulan data ke tahap selanjutnya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah hasil observasi atau temuan peneliti di lokasi penelitian dikumpulkan, kemudian penulis akan menyajikan data-data yang telah dikelompokkan tersebut yang disajikan dalam bentuk uraian atau penjelasan yang bertujuan agar setiap data tidak akan lepas dari sebuah kondisi permasalahan yang tersedia dan dapat mempermudah penulis untuk menarik kesimpulan. *Miles dan Huberman* mengutip dalam sebuah karangan Sugiyono menjelaskan bahwa, hal terpenting yang dalam menyajikan sebuah data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif atau penjelasan.⁴³

3. Menarik Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Pada penelitian ini, data-data yang telah didapatkan sebelumnya akan dibandingkan dengan temuan informasi dari hasil wawancara atau

⁴³ Ibid,h.95

interview kepada informan atau narasumber yang bertujuan agar menarik sebuah kesimpulan. Data yang di hasilkan melalui proses wawancara tersebut diolah dengan menggunakan teknik analisa kualitatif, yaitu suatu teknik dalam pengolahan data yang dihasilkan dalam bentuk kata-kata atau sebuah penjelasan dan bukan bersifat angka. Adapun caranya antara lain, yaitu sebagai berikut:

- a. Metode deduktif, yaitu metode yang digunakan dengan cara menarik sebuah kesimpulan dari yang bersifat umum untuk dapat memperoleh kesimpulan yang bersifat khusus. Jadi, metode ini dapat digunakan oleh peneliti dalam memperoleh sejumlah data maupun berbagai penjelasan. yang dilakukan dengan cara menarik kesimpulana dari yang umum menuju ke sifat khusus.
- b. Metode induktif yaitu metode yang digunakan dengan cara menarik s kesimpulan dari yang bersifat khusus untuk mencari kesimpulan yang umum. Jadi, metode ini adalah untuk menarik kesimpulan dari yang bersifat khusus menuju ke umum kemudian data tersebut duraikan dan diperjelas agar dapat dipahami lebih jelas lagi.

G. Kredibilitas Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, untuk mendapatkan data yang reliabel yang bisa diuji reliabilitasnya yaitu datanya. Data yang ditemukan dapat dikatakan akurat jika tidak ada perbedaan di antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek

yang penulis teliti. Dalam artiannya data yang dikumpulkan peneliti harus sesuai dengan objek atau kejadian yang diteliti oleh peneliti.

Dalam Penelitian Kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang topik yang diteliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Dalam melakukan pengujian keabsahan data, penulis akan melakukan sebuah uji kredibilitas dengan cara menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ada sebelumnya yaitu dengan menggunakan referensi atau sumber-sumber yang ada dalam penelitian ini, ataupun buku-buku yang sesuai dengan penelitian penulis.⁴⁴

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Keadaan Geografis Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 01 Tebat Karai

⁴⁴ *Ibid*,H.368

Berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Sekolah dengan Nomor 05/SK/1984 yang dikeluarkan Pada Tanggal 04-01-1984. bahwa sekolah ini telah beroperasi dari tahun 1984.

Secara geografis, SMP 1 Tebat Karai Kabupaten Kepahiang terletak di daerah pedesaan, tepatnya di desa Tebat Karai, Kecamatan Tebat Karai, Kabupaten Kepahiang ($\pm$ 5 KM dari Pusat Kota Kepahiang). Yang berlokasi di Meskipun demikian, lokasinya cukup strategis dan mudah dijangkau, baik menggunakan angkutan umum maupun kendaraan pribadi.

Masyarakat setempat memiliki sikap religius yang sangat kuat dengan tradisi keagamaan yang cukup baik. Mata pencaharian sebagian besar masyarakat adalah sebagai petani akibatnya, perhatian dan kepedulian orang tua terhadap masalah pendidikan anak sangat kurang. Selain itu jarak antar sekolah dengan sekolah lain yang membuat persaingan dalam lembaga pendidikan semakin ketat disekolah ini. Meskipun demikian, animo dan keinginan masyarakat untuk menyekolahkan anak di SMP 1 Tebat Karai cukup tinggi. Hal itu ditandai dengan adanya pendaftar yang sudah

tertampung pada setiap awal tahun pelajaran meskipun belum mencapai kuota yang di saratkan.

Dalam upaya mencapai tujuan pendidikan nasional yang sesuai dengan kekhasan, kondisi dan potensi daerah, satuan pendidikan, serta peserta didik, SMP 1 Tebat Karai Kabupaten Kepahiang sebagai sekolah potensial menyusun dan mengembangkan Kurikulum tahun 2013 (K-13) lebih menekankan pada peningkatan sikap siswa sehingga siswa mampu: (1) menerapkan ajaran agama berdasarkan keimanan dan ketakwaan yang dibangun; (2) mengembangkan diri berdasarkan ilmu dan pengalaman yang diperoleh; (3) hidup rukun berdasarkan nilai-nilai sosial yang dimiliki; (4) mandiri berdasarkan ilmu dan keterampilan yang dipelajari, serta (5) peningkatan sikap siswa

PROFIL SMP NEGERI 01 TEBAT KARAI KABUPATEN KEPAHANG

Identitas Sekolah

Nama Sekolah	: SMP NEGERI 01 TEBAT KARAI
NPSN	: 10702248
Jenjang Pendidikan	: SMP
Status Sekolah	: Negeri
Alamat Sekolah	: JL. AMD MANUNGAL XV
RT/RW	: 4 / 2
Kode Pos	: 39373
Kelurahan	: Tebat karai

Kecamatan	: Tebat Karai
Kabupaten atau Kota	: Kepahiang
Provinsi	: Bengkulu
Negara	: Indonesia
Posisi geografis	: -3.6645 Lintang
	102.6247 Bujur

Data Pelengkap

SK Pendirian Sekolah	: 0557/ O /1984
Tanggal SK Pendirian	: 1984-11-20
Status Kepemilikan	: Pemerintah Pusat
SK Izin Operasional	: 20/11/1984
Tgl SK Izin Operasional	: 1984-11-20
Kebutuhan Khusus Dilayani	:
Nomor Rekening	: 2010201028345
Nama Bank	: BPD BENGKULU
Cabang KCP/Unit	: BPD BENGKULU CABANG KEPAHANG
Rekening Atas Nama	: SMPN1TEBATKARAI
MBS	: Ya
Memungut Iuran	: Tidak
Nominal/siswa	: 0

Nama Wajib Pajak : SMPN 01 TEBAT KARAI

NPWP : 000389783327000

Kontak Sekolah

Nomor Telepon : 0732391713

Nomor Fax : 0

Email : smpn1tebatkarai@gmail.com

Website : http://

Data Periodik

Waktu Penyelenggaraan : Pagi/6 hari

Bersedia Menerima Bos? : Ya

Sertifikasi ISO : Belum Bersertifikat

Sumber Listrik : PLN

Daya Listrik (watt) : 2200

Akses Internet : Telkom Speedy

Akses Internet Alternatif : Tidak Ada

2. Data Guru SMP Negeri 01 Tebat Karai

Tabel 4.1

No	Nama Guru	Jabatan
1.	Pistarman	Kepala Sekolah

2.	Farisar Utama	Tenaga Administrasi sekolah
3.	Zeva baroze	Tenaga administrasi Sekolah
4.	Imelda Gustina	Guru BK
5.	Ali Kamidan	Guru
6.	Asmawati	Guru
7.	Eka Oktavianti	Guru
8.	Erna Laili	Guru
9.	Liska Devi	Guru
10	Rikha Perdana Sari	Guru
11	Ria Pina Sari	Guru
12	Sofyan Efendi	Guru
13	Sri Sunarti	Guru
14	Surya Kencana	Guru
15	Vita Velyasari	Guru

3. Data Peserta Didik

1. Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Laki-laki	Perempuan	Total
43	23	66

2. Jumlah Peserta Didik Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Usia	L	P	Total
< 6 tahun	0	0	0
6 - 12 tahun	10	2	12
13 - 15 tahun	32	20	52
16 - 20 tahun	1	1	2
> 20 tahun	0	0	0
Total	43	23	66

3. Jumlah Peserta didik berdasarkan Agama

Tabel 4.4

Agama	L	P	Total
Islam	43	23	66
Kristen	0	0	0
Katholik	0	0	0
Hindu	0	0	0
Budha	0	0	0
Konghucu	0	0	0
Lainnya	0	0	0
Total	43	23	66

4. Jumlah Peserta didik Berdasarkan Penghasilan Orang Tua/Wali

Tabel 4.5

Penghasilan	L	P	Total
Tidak di isi	0	2	2
Kurang dari Rp. 500,000	7	3	10
Rp. 500,000 - Rp. 999,999	30	14	44
Rp. 1,000,000 - Rp. 1,999,999	5	4	9
Rp. 2,000,000 - Rp. 4,999,999	1	0	1
Rp. 5,000,000 - Rp. 20,000,000	0	0	0
Lebih dari Rp. 20,000,000	0	0	0
Total	43	23	66

5. Jumlah Peserta didik berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.6

Tingkat Pendidikan	L	P	Total
Tingkat 7	21	5	26
Tingkat 8	13	8	21
Tingkat 9	9	10	19
Total	43	23	66

(Sumber: Dokumentasi SMP Negeri 01 Tebat Karai)

4. Visi dan Misi SMP Negeri 01 Tebat Karai

Visi Sekolah

”Menjadi Sekolah yang Unggul dalam Prestasi, Kreatif dalam Karya, Serta Santun dalam Perilaku Berdasarkan Iman dan Taqwa”

Misi Sekolah

- a. Menyelenggarakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif untuk mengoptimalkan potensi akademik yang dimiliki siswa
 - b. Menyelenggarakan kegiatan ekstrakurikuler untuk mengembangkan minat dan bakat siswa
 - c. Menyelenggarakan kegiatan kemanusiaan untuk meningkatkan nilai kerukunan, kebersamaan, dan kepedulian siswa terhadap sesama
 - d. Menyelenggarakan bimbingan dan pelatihan dalam bidang keterampilan di luar jam pembelajaran efektif untuk memberikan bekal kecakapan hidup kepada siswa
 - e. Menyelenggarakan dan mengikuti berbagai *event* olahraga
 - f. Menyelenggarakan dan mengikuti berbagai *event* kesenian
 - g. Menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama yang dianut dan memiliki budi pekerti yang luhur
 - h. Membudayakan siswa untuk bersikap dan berperilaku sesuai norma susila, hukum, agama, dan sosial
 - i. Menyelenggarakan kegiatan berbahasa dan sastra, baik secara rutin maupun insidental
 - j. Menjalinkan kerja sama yang harmonis dan sinergis dengan masyarakat
 - k. Menciptakan lingkungan sekolah yang tertib, bersih, dan indah
5. Sarana dan Prasarana SMP Negeri 01 Tebat Karai

Tabel 4.7

NO	NAMA PRASARANA	JUMLAH

1.	Ruang Sekolah - Ruang Kepala Sekolah - Ruang Tata Usaha - Ruang Guru - Ruang Kelas - Ruang Koperasi - Ruang Lab IPA - Ruang Lab Komputer - Ruang Pras - Ruang Penjaga	1 1 1 11 1 1 1 1 1
2.	Lapangan Sekolah - Lapangan Sepak Bola	1
3.	WC - Wc Guru - Wc Siswa	1 4
4.	Sumber Air	PAM
5.	Sumber Listrik	PLN

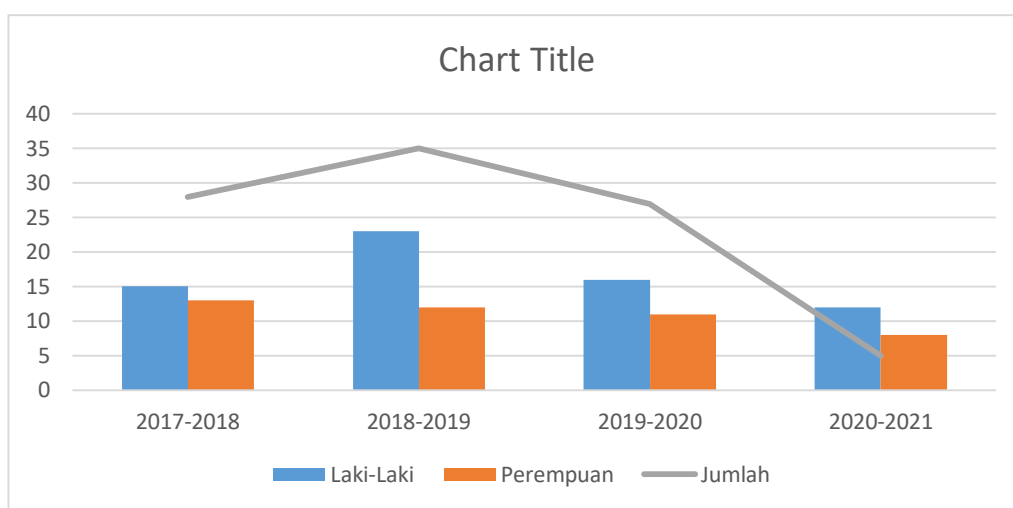
B. Temuan Penelitian

1. Kondisi Perkembangan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat karai

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh peneliti yang tercantum pada Bab 1 yaitu mengenai Kondisi Real perkembangan Jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai. Agar dapat mengetahui hal tersebut maka

peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Berikut akan diuraikan deskripsi tentang bagaimana kondisi Real perkembangan Jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Berdasarkan hasil observasi dan juga dokumentasi yang peneliti dapatkan di lokasi penelitian di dapat data sebagai berikut:



Dari data tersebut, dapat peneliti nyatakan bahwa jumlah peserta didik dalam beberapa tahun cenderung menurun, tahun 2018 jumlah peserta didik yang di dapat kan sebanyak 28 siswa, tahun 2019 jumlah yang didapatkan 35 siswa, tahun 2020 jumlah peserta didik yang didapatkan sebanyak 27 siswa dan pada tahun 2021 jumlah peserta didik yang didapatkan sebanyak 20 siswa.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Pistarman, S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan bahwa:

“Jumlah peserta didik kita sekarang ini ada 82 siswa, dikelas 7 itu 20 siswa, kelas 8 27, dan kelas 9 ada 35 jadi seperti itu mengenai kondisi peserta didik

di SMP Negeri 01 Tebat karai sehingga dapat di katakana bahwa jumlah peserta didik disekolah kita itu menurun”⁴⁵

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat penulis simpulkan bahwasannya kondisi real perkembangan jumlah peserta didik yang ada di SMP Negeri 01 Tebat Karai dapat dikategorikan terjadi penurunan dan belum terjadi peningkatan yang signifikan

Pada saat peneliti melakukan observasi pernyataan tersebut benar adanya selain berdasarkan data real mengenai jumlah peserta didik juga peneliti mendapatkan bukti nyata dari peserta didik yang bersekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai itu sendiri.

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan salah satu peserta didik dari kelas VII yang bernama Bunga Citra Lestrasi, yang menyatakan bahwa:

“ dikelas kami terdiri dari 20 orang, rata-rata dikelas kami berasal dari desa tertik. dan saya sendiri berasal dari desa Temedak Seberang Musi”⁴⁶

Hal senada disampaikan juga oleh peserta didik dari kelas VIII, yang bernama Seftria Anggraini yang menyatakan bahwa:

“ dikelas kami berjumlah 27 orang, kebanyakan dikelas berasal dari desa tertik dan saya sendiri berasal dari desa peraduan binjai kecamatan tebat karai”.⁴⁷

Berdasarkan pernyataan dari peserta didik tersebut, dapat peneliti simpulkan bahwa masing-masing lokal dari jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai hanya terdiri dari 1 lokal setiap kelasnya. dan mayoritas peserta didik yang menempuh pendidikan disini berasal dari desa tertik.

2. Strategi Pemasaran Sekolah

⁴⁵ Bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd. Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

⁴⁶ Bunga Citra Lestari. Wawancara Pada Tanggal 25 Maret 2022

⁴⁷ Seftria Anggraini, Wawancara Pada Tanggal 25 Maret 2022

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bab 1 yaitu bagaimana strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat karai.

Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam yaitu dengan wawancara, observasi dan juga dokumentasi. berikut akan diuraikan dan deskripsi tentang strategi pemasaran sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai. berikut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd sebagai kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai dan juga ibu Erna Laili yang merupakan kesiswaan sekaligus guru senior di sekolah.

Seperti yang sudah di jelaskan pada kajian teori yang terdapat pada bab 2 mengenai strategi pemasaran sekolah. Irianto menyebutkan bahwa ada 2 konsep yang bisa dipertimbangkan dalam melakukan pemasaran dalam hal pendidikan yaitu:

- (1). *Distinctive complence*, yaitu sekolah harus melakukan kegiatan yang lebih baik dari pesaing.
- (2). *Competitive advantage*, yaitu sekolah harus mengembangkan suatu kegiatan yang bersifat spesifik agar bisa menjadi unggul dari pesaingnya

Berdasarkan teori tersebut, dijelaskan kan juga melalui wawancara yang dilakukan dengan bapak Pistarman selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai mengenai kegiatan yang telah dilakukan sekolah dalam menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan, beliau menyatakan:

“Untuk meningkatkan kualiatas dan menghadapi persaingan antar pendidikan, kami mencoba meningkatkan fasilitas yang memadai disekolah seperti jaringan internet dan juga beberapa unit computer yang bisa digunakan. sehingga sekolah kami sudah bisa melaksanakan ujian

berbasis komputer. selain itu sekolah lain seperti beberapa sekolah dasar khususnya yang berada disekitar sekolah juga bisa menggunakan fasilitas yang kami sedia kan disekolah. Dengan begitu mendapat nilai tersendiri dari masyarakat dan meningkatkan kualitas yang ada disekolah dalam meningkatkan pemasaran di sekolah.”⁴⁸

Dari pernyataan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa salah satu tindakan yang telah dilakukan sekolah dalam menghadapi persaingan yaitu dengan meningkatkan sarana dan prasarana dan fasilitas yang memadai disekolah seperti komputer dan juga jaringan internet. dan telah melakukan inovasi dalam pembangunan sekolah.

Pada saat peneliti melakukan observasi, kegiatan ini benar dilakukan sekolah dalam segi bangunan pembangunan telah dilakukan dengan baik fasilitas seperti komputer dan jaringan internet sudah disediakan disekolah.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pemasaran adalah sebuah kegiatan atau pendekatan yang selalu berorientasi pada konsumen yang bertujuan untuk membuat sebuah keputusan manajemen. Maka dari itu, pemasaran hendaknya dilakukan dengan perencanaan yang matang serta tujuan yang jelas..

a. Perencanaan

Perencanaan adalah suatu aktivitas memikirkan diawal mengenai hal-hal yang akan dilakukan kedepannya. Perencanaan strategi pemasaran disini dimaksudkan untuk membantu pihak sekolah dalam menjalankan programnya. Perencanaan juga digunakan sebagai landasan bagi pihak sekolah dalam menjalankan pemasaran sekolah.

⁴⁸Bapak Pistarman S.Pd,M.Pd, Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Pistarman sebagai Kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau menyatakan bahwa:

“dalam melakukan perencanaan dalam pemasaran sekolah kami melibatkan tim seperti kepala sekolah, kesiswaan, kurikulum, dan terkadang para guru juga terlibat dalam memasarkan sekolah. kami juga melibatkan para peserta didik dalam perencanaan pemasaran melalui proses sosialisasi mungkin ada adek nya yang mau sekolah di SMP kita silahkan”⁴⁹

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat penulis simpulkan bahwa dalam mencari siswa sekolah membentuk Tim seperti kepala sekolah, kesiswaan dan para guru serta sekolah juga melibatkan para peserta didik melalui proses sosialisasi.

Pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti tidak melihat secara langsung proses perencanaan dari pembentukan tim tersebut. tetapi melalui pernyataan peserta didik, peneliti menemukan memang benar sekolah juga melibatkan peserta didik melalui proses sosialisasi.

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Erna Laili, sebagai guru sekaligus kesiswaan di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan:

“Sebelum melaksanakan PPDB, kami melakukan rapat dalam rangka untuk membentuk panitia atau tim untuk menunjuk siapa saja nanti yang akan terlibat jadi panitia sewaktu pendaftaran peserta didik baru”⁵⁰

Dari keterangan di atas, dapat penulis simpulkan adalah bahwa sebelum pendaftaran peserta didik dilaksanakan, sekolah melaksanakan rapat untuk

⁴⁹ Bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd, Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

⁵⁰ ibu Erna Laili, S.Pd, Wawancara pada 19 April 2022

membentuk panitia atau tim untuk menentukan siapa yang akan terlibat dalam proses PPDB dalam pemasaran sekolah.

Pada saat peneliti melakukan kegiatan observasi, peneliti tidak melihat secara langsung mengenai hal tersebut. Karena, pada saat peneliti melakukan observasi kegiatan tersebut telah dilaksanakan oleh pihak sekolah.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Pistarman, S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan:

“ Kami sudah berusaha, seperti meningkatkan fasilitas yang memadai disekolah, misalnya dulu sekolah kami belum difasilitasi komputer sekarang sudah kami lengkapi fasilitas komputer dan juga jaringan internet, gedung-gedung dulu banyak yang sudah tidak bisa digunakan sudah kami bangun dengan baik. sehingga itu salah satu rencana kami dalam melakukan pemasaran untuk menarik minat peserta didik agar mau bersekolah di sekolah kami”⁵¹

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan ibu Erna laili selaku kesiswaan sekaligus guru senior yang ada di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan bahwa:

“Sekolah harus mengutamakan potensi peserta didik perkembangan zaman seperti sarana dan prasarana yang dibutuhkan harus disiapkan sehingga peserta didik dapat mengembangkan potensi dan profesionalisme guru juga perlu agar dapat meningkatkan daya Tarik siswa agar berminat bersekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.⁵²

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa salah satu yang sudah direncanakan pihak sekolah dalam melaksanakan pemasaran agar bisa meningkatkan jumlah peserta didik adalah dengan meningkatkan fasilitas yang memadai disekolah seperti persediaan sarana dan prasarana disekolah. Hal

⁵¹ bapak Pistarman,S.Pd,M.Pd. *Wawancara* Pada Tanggal 23 Maret 2022

⁵² ibu Erna laili S.Pd,M.Pd. *Wawancara* Pada Tanggal 25 Maret 2022

tersebut diharapkan pihak sekolah agar bisa menarik minat peserta didik agar mau bersekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai ini.

Pada saat peneliti melakukan observasi kegiatan tersebut benar adanya salah satu rencana yang dilakukan sekolah dalam melaksanakan strategi pemasaran sekolah agar bisa menarik minat peserta didik dengan melengkapi fasilitas serta sarana dan prasarana yang disekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Seftria Anggraini dari kelas VIII, dia mengatakan bahwa:

“Saya berasal dari desa peraduan binjai, saya mengetahui sekolah ini dari kakak-kakak dan juga orang-orang sekitar rumah saya yang sekolah disekolah ini sehingga saya juga mau bersekolah disekolah ini.”⁵³

Hal senada juga disampaikan oleh Bunga citra lestari dari kelas VII, yang menyatakan bahwa:

”Kalau saya berasal dari desa temedak, saya mengetahui sekolah ini dari para alumni yang sekolah di sekolah ini”⁵⁴

Dari keterangan tersebut dapat penulis simpulkan bahwa memang benar dalam melakukan perencanaan memasarkan sekolah pihak sekolah melibatkan peserta didik melalui sosialisasi, karena dari keterangan tersebut dapat penulis simpulkan mayoritas peserta didik mendapat informasi mengenai SMP Negeri 01 Tebat karai dari para alumni disekolah tersebut.

b. Pelaksanaan

Hasil wawancara dengan Bapak Pistarman sebagai kepala sekolah, beliau mengatakan bahwa:

⁵³ Seftria Anggraini, *Wawancara Pada Tanggal 25 Maret 2022*

⁵⁴ Bunga citra Lestari *Wawancara VII Pada Tanggal 25 Maret 2022*

“Untuk pelaksanaannya disekolah ini menggunakan sistem rayon, untuk formulir itu diserahkan kesekolah waktu saat sosialisasi itu. kemarin sudah ada rencana untuk melaksanakan pendaftaran secara online tapi belum ada respon dari calon siswa mengenai pendaftaran online tersebut. kami sudah menyebarkan ke media sosial dari masing-masing guru link untuk pendaftaran tersebut. Cuma belum ada respon dari masyarakat mengenai pendaftaran online tersebut.”⁵⁵

Dari pernyataan tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa bentuk pelaksanaan pemasaran disekolah ini, menggunakan sistem rayon. sehingga pemasaran yang dilakukan adalah melalui proses sosialisasi yang dilakukan disekolah. ketika proses sosialisasi itulah sekolah akan membagikan formulir kepada calon peserta didik. selain itu pihak sekolah juga mencoba membuat sistem pendaftaran berbasis online.

Pada saat peneliti melakukan kegiatan observasi peneliti tidak menemukan atau melihat secara langsung mengenai kegiatan tersebut. karena pada saat penulis melakukan observasi hal tersebut sudah dilaksanakan oleh pihak sekolah.

Selanjutnya wawancara juga dilakukan dengan ibu erna laili, selaku kesiswaan di SMP Negeri 01 Tebat karai, beliau mengatakan bahwa:

“Proses pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan di sekolah ini dilaksanakan dengan menggunakan sistem promosi dalam bentuk brosur dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat meningkatkan minat dan ketertarikan tentang produk sekolah dengan produk sekolah lainnya”.

⁵⁵ bapak pistarman, S.Pd, M.Pd, Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

Dari pernyataan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan di SMP Negeri 01 Tebat karai dengan cara promosi dalam brosur yang di sebar melalui sosial media para guru.

Pada saat peneliti melakukan observasi dilapangan, peneliti tidak melihat secara langsung proses promosi yang dilakukan sekolah menggunakan brosur tersebut. Tetapi, peneliti menemukan memang benar adanya brosur tersebut saat melakukan penelitian disekolah.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Pistarman, S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat karai, beliau mengatakan bahwa:

“ Bentuk promosi yang kami lakukan, ya itu tadi menggunakan brosur yang di sebar di sosial media guru masing-masing seperti facebook dan whatsapp. untuk pembuatan brosur kami tidak menggunakan orang khusus tapi untuk kepanitiaan penerima siswa baru itu ada kita. tapi kalau untuk pembuatan seperti brosur itu kami fleksibel saja siapa yang bisa buat brosur seperti itu”.⁵⁶

Dari keterangan di atas, penulis menyimpulkan bahwa salah satu cara sekolah dalam melakukan pemasran sekolah untuk mencari peserta didik adalah dengan menyebarkan brosur melalui media sosial pada masing-masing guru karena sekolah itu sendiri belum memiliki sosial media khusus. sosial media khusus sekolah pernah dijalankan akan tetapi di berjalan dengan baik.

Pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti tidak melihat secara langsung mengenai promosi melalui brosur tersebut. Tetapi, peneliti menemukan memang benar adanya brosur tersebut saat penulis melakukan penelitian disekolah tersebut.

⁵⁶ bapak Pistarman,S.Pd,M.Pd, Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

c. Pengendalian

Hasil wawancara dengan bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan bahwa:

“Iya, kalau kami ini guru disekolah masih terbilang kurang. tapi kami selalu berusaha jika ada lomba-lomba kami ikut itu juga bentuk promosi dari sekolah kami melalui perlombaan tersebut. sudah itu fasilitas juga kami lengkapi salah satunya itu kemarin waktu ujian UNBK kami laksanakan disekolah kami dan juga ada juga sekolah dasar yang menumpang ujian dengan fasilitas yang kami sediakan. kami berfikir dengan adanya sekolah-sekolah dasar yang menumpang disekolah kami dapat menjadi uapaya untuk kami menarik minat calon peserta didik nantinya”.⁵⁷

Dari keterangan diatas, penulis simpulkan bahwa cara sekolah dalam menghadapi persaingan adalah dengan berusaha mengikuti perlombaan sebagai salah satu cara untuk mempromosikan sekolah melalui perlombaan-perlombaan. selain itu pengendalian yang dilakukan adalah dengan memfasilitasi sarana dan prasarana seperti komputer dan jaringan internet, sehingga sekolah lain termasuk sekolah dasar dapat menggunakan fasilitas yang telah disediakan pihak sekolah dengan tujuan untuk dapat menarik minat calon peserta didik untuk bersekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti menemukan bahwa pernyataan tersebut benar adanya. Peneliti dapat melihat secara langsung fasilitas yang sudah disediakan oleh sekolah seperti komputer dan jaringan internet yang ada di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Erna laili, selaku kesiswaan di SMP Negeri 01 Tebat karai, beliau mengatakan bahwa:

⁵⁷ bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd, Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

“ kami berusaha membuat kegiatan disekolah melalui kegiatan ekstra kulikuler, seperti kemarin kan saat pandemi kegiatan disekolah jarang di laksanakan. jadi, kami berusaha untuk kembali membuat kegiatan dengan cara mengaktifkan ekstrakulikuler yang ada dan peningkatan fasilitas sekolah. kegiatan yang kembali kami laksanakan seperti kegiatan keagamaan yang dilaksanakan setiap hari jumat. kalau minggu ini keagamaan minggu depan nya kami melaksanakan senam, seperti itu.”⁵⁸

Dari pernyataan tersebut dapat peneliti simpulkan, salah satu yang dilakukan sekolah agar bisa meningkatkan pemasaran dalam rangka menarik minat peserta didik yaitu melalui kegiatan ekstrakulikuler dan meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana yang ada disekolah, hal itu merupakan suatu tindakan agar bisa meningkatkan kembali kualitas di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Pada saat peneliti melakukan kegiatan observasi, peneliti menemukan kegiatan ini benar adanya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa fasilitas sarana dan prasarana yang sudah tersedia di sekolah dan juga beberapa bangunan yang sudah diperbarui oleh pihak sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan:

“Langkah yang akan kami ambil untuk kedepannya, mengenai rencana nya banyak tapi saya akan menekankan untuk mengembangkan dalam bidang religiusnya nantinya dilihat oleh orang tua atau masyarakat, bahwa sekolah ini juga berpacu kepada keagamaan disamping promosi-promosi dengan adanya kegiatan-kegiatan yang positif itu kan”⁵⁹

Dari pernyataan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa sekolah khususnya dari kepala sekolah SMP Negeri 01 Tebat Karai, akan melakukan pembaharuan

⁵⁸ ibu Erna laili, *Wawancara* Pada Tanggal 25 Maret 2022

⁵⁹ bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd, *Wawancara* Pada 23 Maret 2022

disekolah dengan mengembangkan keagamaan atau sistem religiusnya disekolah agar menjadi daya Tarik untuk orang tua dan juga calon peserta didik nantinya.

Pada saat peneliti melakukan kegiatan observasi, peneliti tidak menemukan atau melihat secara langsung kegiatan ini. Karena, pada saat peneliti melaksanakan observasi penelitian kegiatan tersebut memang belum terlaksanakan sebab masih dalam perencanaan. Tetapi peneliti sudah melihat hal tersebut melalui gaya berpakaian peserta didik, yang dulunya masih banyak yang belum menggunakan jilbab tetapi sekarang sudah hampir merata seragam mereka dilengkapi dengan jilbab. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa upaya sekolah untuk menekankan kegamaan disekolah sudah dapat dilihat dari seragam peserta didik.

Selanjutnya, Wawancara kembali dilakukan dengan bapak Pistarman,S.Pd M.Pd sebagai kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat karai, beliau mengatakan bahwa:

“Setelah PPDB kami melakukan evaluasi melalui rapat antar guru dan juga panitia, untuk melihat mengapa peserta didik kita sedikit, factor penghambatnya apa seperti itu kan. kalau kami itu kalah bersaing dengan SMP lain yang baru, kalah bersaing disitu. mungkinkan setelah melakukan evaluasi nantinya kami bisa kembali menyusun rencana agar bisa meningkatkan jumlah peserta didik disekolah kami”.⁶⁰

Dari keterangan diatas, yang dapat penulis simpulkan adalah setiap setelah mengadakan PPDB sekolah, pihak sekolah akan mengadakan evaluasi atau rapat mengenai jumlah peserta didik yang mendaftar di SMP Negeri 01 Tebat Karai yang

bapak Pistarman,S.Pd,M.Pd, wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022

terbilang minim, agar untuk kedepannya sekolah bisa menyusun rencana untuk bisa meningkatkan jumlah peserta didik.

Pada saat peneliti melakukan kegiatan observasi, peneliti tidak menemukan atau melihat secara langsung kegiatan tersebut. Karena, pada saat peneliti melakukan observasi kegiatan tersebut sudah dilaksanakan oleh pihak sekolah.

3. Kendala Yang Dihadapi Dalam Melakukan Strategi Pemasaran di SMP Negeri 01 Tebat Karai

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan peneliti pada bab 1 yaitu mengenai kesulitan sekolah dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam yaitu dengan wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Berikut akan peneliti uraikan deskripsi mengenai kesulitan yang dihadapi sekolah terhadap strategi pemasaran di SMP Negeri 01 Tebat Karai. Berikut adalah hasil wawancara dengan bapak Pistarman, S.Pd, M.Pd selaku kepala sekolah SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan bahwa:

“kesulitannya ya, karena rayon kita ini terbagi kan ada 2 SMP disini yang berdekatan jadi kita masih kalah bersaing dengan SMP yang lain. sebenarnya saya juga kurang tau pasti mengenai penyebab nya sebab saya juga masih terbilang baru disini. tetapi berdasarkan anggapan masyarakat itu beranggapan jika siswa-siswa disini itu nakal-nakal, Cuma kami berusaha untuk menekan kenakalan yang terjadi disekolah dan supaya nanti bisa menarik siswa untuk sekolah disini. jadi, salah satu kendala nya karena ada SMP yang terdekat disini sudah itu untuk cakupan SD nya untuk rayon SD kita ini sedikit siswanya ada yang kelas 6 nya Cuma 3. yang termasuk rayon kita itu di kecamatan desa tebat karai ini, dan juga termasuk seberang musi. untuk seberang musi itu hamper merata masuk kesekolah kita, hanya saja Siswa di SD nya sedikit. yang paling banyak itu dari SD

samping sekolah kita. Cuma, seperti yang sudah saya jelaskan tadi mereka ingin masuk kesekolah yang religius, seperti MTS misalkan seperti itu.”⁶¹

Dari keterangan di atas dapat peneliti simpulkan, bahwa salah satu kesulitan sekolah dalam melakukan pemasaran adalah karena sistem rayon yang terbagi karena ada 2 SMP disini yang berdekatan sehingga masih kalah saing dengan sekolah lainnya. selain itu juga kendala juga berasal dari para peserta didik itu sendiri yang terbilang nakal. Jumlah siswa SD yang termasuk dalam rayon SMP Negeri 01 Tebat karai yang terbilang sedikit juga termasuk kesulitan sekolah dalam melakukan pemasaran.

Pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti menemukan memang benar jarak antara sekolah dengan rayon yang sama itu berdekatan. selain itu saat peneliti melakukan observasi peneliti juga menemukan bahwa SD di sekitar SMP Negeri 01 Tebat Karai itu siswanya masih terbilang sedikit..

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Pistarman,S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, beliau mengatakan:

“yang menjadi faktor berkurangnya jumlah peserta didik disekolah kita yang pertama itu karena siswa SD nya memang sedikit di rayon kita , yang ke 2 itu karena prestasi disekolah kurang apalagi semenjak siswa disekolah kami mengurang, itulah yang ingin kami lakukan meningkatkan prestasi akademik dan juga non akademik nya, seperti kami semaksimal mungkin bisa mengikti lomba-lomba tadi”⁶²

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menyimpulkan bahwa salah satu faktor berkurangnya jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai adalah

⁶¹ Wdengan bapak Pistarman,S.Pd,M.Pd, *Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022*

bapak Pistarman,S.Pd,M.Pd *Wawancara Pada Tanggal 23 Maret 2022*

disebabkan oleh jumlah peserta didik pada SD yang menjadi rayon dari SMP Negeri 01 Tebat Karai itu jumlahnya sedikit, selain itu karena kurangnya prestasi dari para peserta didik yang ada di SMP Negeri 01 Tebat Karai yang disebabkan karena sedikitnya jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Pada saat peneliti melakukan observasi hal tersebut memang benar terjadi. Jumlah peserta didik dari sekolah dasar yang menjadi rayon di SMP Negeri 01 Tebat Karai berjumlah sedikit, sehingga mempengaruhi jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Erna Laili, yang merupakan kesiswaan sekaligus guru di SMP Negeri 01 Tebat Karai. beliau mengatakan bahwa:

“ Jumlah peserta didik disekolah kami itu sedikit karena lokasinya kurang strategis, yang kedua karena itu tadi jumlah peserta didik di SD disini itu sedikit, terus jarak antara satu sekolah dengan sekolah yang lain itu berdekatan, saya rasa itu salah satu faktor berkurangnya jumlah peserta didik disekolah kami”.⁶³

Dari keterangan diatas dapat penulis simpulkan bahwa salah satu faktor berkurangnya jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai karena jumlah peserta didik pada sekolah dasar yang terdapat di wilayah tersebut sedikit. selain itu menurunnya jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai disebabkan karena jarak antara sekolah tersebut dengan sekolah lainnya berdekatan.

Pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti menemukan bahwa hal tersebut memang benar adanya. Jumlah peserta didik pada sekolah dasar di wilayah

⁶³ ibu Erna Laili, Wawancara sebagai Kesiswaan di SMP Negeri 01 Tebat karai.

tersebut masih terbilang minim. selain itu jarak antara SMP Negeri 01 Tebat Karai dengan sekolah lain tersebut berdekatan.

C. Pembahasan Penelitian

1. Strategi Pemasaran Yang dilakukan SMP Negeri 01 Tebat Karai dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik

Temuan penelitian diketahui bahwa strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai sudah dilakukan dengan baik. Salah satu upaya yang dilakukan sekolah untuk menarik minat peserta didik yaitu dengan melengkapi fasilitas sarana dan prasarana di SMP Negeri 01 Tebat Karai, dalam hal ini pihak sekolah telah melengkapi unit komputer dan jaringan internet (Wifi) dengan tujuan agar bisa menarik minat peserta didik agar berkeinginan untuk sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Pada umumnya, Strategi pemasaran merupakan suatu kesatuan rencana dengan ruang lingkup yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal sebuah organisasi dengan peluang dan juga ancaman dalam lingkungan eksternalnya. Fungsi pemasaran dalam lembaga pendidikan yaitu untuk dapat membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon peserta didik. Maka dari itu pemasaran harus berorientasi terhadap "Pelanggan" yang dalam ruang lingkup sekolah/lembaga pendidikan yang disebut dengan peserta didik, kesuksesan adalah usaha untuk memperoleh kesuksesan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan dalam jangka panjang.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan di SMP Negeri 01 Tebat karai adalah sebagai berikut:

a. Membentuk Tim PPDB

Dalam Pemasaran sekolah, Tim PPDB sangat diperlukan untuk mensukseskan pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru disekolah. Tim adalah kelompok orang yang bekerja sama dalam melakukan sesuatu untuk mencapai sebuah tujuan. Dalam hal ini kelompok orang yang penulis maksud adalah sekelompok orang yang ditunjukkan sebagai tim dalam perencanaan pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik, tim yang di maksud seperti kepala sekolah, kurikulum, kesiswaan dan juga guru.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat penulis simpulkan bahwasannya strategi yang dilakukan SMP Negeri 01 Tebat Karai dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah dengan cara membentuk sebuah tim yang terdiri dari kepala sekolah, kesiswaan, kurikulum, dan juga para guru dilibatkan dalam melakukan pemasaran sekolah.

Namun hal tersebut belum juga berhasil dilakukan sekolah, berdasarkan perencanaan tersebut masih belum bisa meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai melalui strategi-strategi pemasaran yang telah direncanakan.

Maka dari itu, sekolah juga harus melibatkan orang tua peserta didik dan daerah dalam melakukan pemasaran sekolah, bukan hanya melalui tim khusus yang dibentuk oleh sekolah melainkan juga harus bekerja sama dengan orang tua peserta didik atau pun pimpinan daerah di wilayah tersebut.

b. Sosialisasi

Sosialisasi adalah secara umum suatu proses belajar yang dilakukan oleh seorang individu untuk bertingkah laku berdasarkan batasan-batasan yang telah ada yang diakui dimasyarakat. Sosialisasi juga dapat diartikan sebagai suatu proses dalam hidup seseorang untuk dapat mempelajari berbagai macam kebiasaan seperti cara hidup, nilai-nilai dan norma sosial yang ada dalam masyarakat dengan tujuan agar bisa diterima oleh masyarakat.⁶⁴

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwa strategi pemasaran sekolah yang dilakukan SMP Negeri 01 Tebat Karai sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah sosialisasi. Pihak sekolah telah melakukan kegiatan sosialisasi dengan masyarakat khususnya sosialisasi dengan Sekolah dasar-sekolah dasar yang ada di wilayah SMP Negeri 01 Tebat Karai yang termasuk kedalam rayon di sekolah tersebut. Sosialisasi tersebut dilakukan sebelum penerimaan peserta didik baru (PPDB), disamping melakukan kegiatan sosialisasi sekolah juga membagikan beberapa formulir melalui guru disekolah dasar kepada calon peserta didik yang berada di wilayah sekolah tersebut. Dalam melakukan kegiatan sosialisasi, sekolah juga melibatkan para peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai tersebut, dengan cara memberitahu kepada para orang tua, tetangga, atau pun adik-adiknya agar mau bersekolah di sekolah tersebut melalui para alumni atau peserta didik dari SMP tersebut. Akan tetapi, masih banyak masyarakat atau orang tua yang tidak mau memasukkan anaknya ke SMP Negeri 01 Tebat Karai, dikarenakan masih banyak peserta didik yang lebih memilih untuk sekolah diluar dari wilayahnya dari pada masuk di sekolah

⁶⁴ S.Nasution, *Sosiologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004) Hal 126

tersebut. Karena pada dasarnya, masih banyak orang tua atau calon peserta didik yang memilih sekolah yang memiliki unsur keagamaan yang tinggi seperti madrasah pada umumnya. Selanjutnya, sekolah juga berkolaborasi dengan para alumni agar bisa menghimbau masyarakat sekitarnya agar bisa masuk ke SMP Tersebut.

Namun hal tersebut belum juga berhasil dilakukan sekolah, masih banyak yang orang tua yang tidak mau memasukkan anaknya untuk sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai, dan terkadang juga keinginan anaknya itu sendiri memilih sekolah yang jauh dari rumahnya dari pada masuk di SMP tersebut.

Maka dari itu dalam melakukan kegiatan sosialisasi, sekolah harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat atau orang tua dengan melibatkan pejabat daerah setempat dalam proses sosialisasi dari sekolah tersebut agar bisa menyakinkan masyarakat bahwa sekolah tersebut juga mempunyai kualitas pendidikan seperti sekolah lainnya. Jadi, kegiatan sosialisasi bukan hanya dalam ruang lingkup sekolah dasar saja, akan tetapi juga harus melalui masyarakat atau para orang tua.

c. Menyebarkan Brosur

Andi Prastowo menjelaskan bahwa brosur merupakan suatu bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang disusun secara sistematis. Brosur juga diartikan sebagai selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat dan lengkap. Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa brosur adalah sumber pengetahuan berbahan cetak yang didalamnya terdapat gambar

atau tulisan yang berisikan penjelasan-penjelasan singkat yang berisi sebuah informasi tertentu.⁶⁵

Berdasarkan pendapat tersebut, penulis menyimpulkan bahwasannya strategi pemasaran yang di terapkan di SMP Negeri 01 Tebat Karai, sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah peserta didik di sekolah tersebut yaitu melalui brosur yang sudah dibuat dan di sebar melalui sosial media dari masing-masing guru.

PEMERINTAH KABUPATEN KEPAHIANG
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
SMP NEGERI 1 TEBAT KARAI
 Alamat: Jl. AMD MANUNGGA XV, Kel. Tebat Karai Kec. Tebat Karai

MENERIMA PESERTA DIDIK BARU
TAHUN AJARAN 2020/2021

VISI SEKOLAH

- Unggul dalam Prestasi
- Unggul dalam Iqoq
- Kreatif dalam Karya
- Santun dalam Perilaku Berdasarkan Iman dan Taqwa.

EXTRAKURIKULER
 OLIMPIADA
 PENCAN SILAT
 KUALAMAMAN
 OSN
 YTK

Informasi Pendaftaran

Ali Kamidan : 081271198815
 Farisar Utama : 082376199938
 Erna Laili : 085368469111
 Ria Pina Sari : 085382987378
 Zeva Barose : 085378879100

SYARAT PENDAFTARAN

1. Isi Formulir
2. Rekap Nilai Raport
3. Foto Kopti Kartu Keluarga
4. Foto Kopti KTP Orangtua
5. Pasfoto 3x4 = 4 Lembar

Atau Langsung Isi Formulir : Klik
<https://forms.gle/Z3uqji27r3MStr8D8>

WAKTU PENDAFTARAN
MULAI 10 JUNI 2020

⁶⁵ Andi Kurniawan, "Pengembangan Brosur sebagai Sumber Pada Mata Pelajaran IPS SMP Kelas VII dengan Materi Keadaan Alam dan aktifitas Penduduk Indonesia," (2014)

Dalam brosur tersebut berisi waktu pendaftaran, persyaratan pendaftaran, dan dilengkapi dengan visi dan misi sekolah serta ekstrakurikuler yang ada di sekolah. Serta dilengkapi juga dokumentasi sekolah untuk menarik minat para calon peserta didik agar tertarik untuk bisa sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Berdasarkan pernyataan yang sudah disampaikan pihak sekolah pada umumnya, sekolah telah mencoba menggunakan sistem pendaftaran online melalui brosur yang telah sebar pada sosial media, akan tetapi kegiatan tersebut kurang berjalan dengan baik dikarenakan penggunaan sosial media dalam ruang lingkup masyarakat khususnya calon peserta didik tidak merata karena masih banyak masyarakat yang belum memiliki sosial media sehingga informasi yang disampaikan kurang berjalan dengan baik.

Maka dari itu, dalam penyebaran brosur sekolah dilakukan bukan sekedar melalui sosial media dari masing-masing guru saja akan tetapi penyebaran brosur juga harus dilakukan secara langsung kepada masyarakat atau calon peserta didik, mungkin dapat melibatkan pihak sekolah dasar yang ada di wilayah tersebut. Agar masyarakat mendapatkan informasi mengenai sekolah tersebut. Selain itu, dalam melalui media sosial, ada baiknya sekolah memiliki akun sosial media khusus SMP Negeri 01 Tebat Karai untuk mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi tentang SMP Negeri 01 Tebat Karai.

d. Peran Alumni

Alumni adalah Sumber daya manusia yang dimiliki sekolah dalam meningkatkan pengembangan kualitas dan juga mutu peserta didik di sekolah.

keberhasilan suatu lembaga pendidikan biasanya dilihat dari keberhasilan para alumninya.

Salah satu strategi yang dilakukan SMP Negeri 01 Tebat Karai adalah dengan melibatkan para alumni agar dapat menghimbau orang disekitarnya agar mau bersekolah di SMP negeri 01 Tebat Karai. Peran alumni sangatlah diperlukan dalam pemasaran sekolah, karena dapat membantu sekolah untuk melakukan pemasaran sebagai upaya dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Namun, meskipun sudah banyak alumni-alumni yang berhasil menempuh pendidikan di sekolah ini, masih belum bisa meningkatkan minat calon peserta didik untuk dapat sekolah disini. Masih banyak anak-anak yang lebih memilih sekolah di tempat lain dengan berbagai alasan yang mereka miliki. Maka dari itu, sekolah khusus nya para alumni dan peserta didik harus bisa bekerja sama dalam meningkatkan minat peserta didik agar mau sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

e. Penggunaan Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media atau alat yang sering digunakan untuk berbagi dan berpartisipasi, banyak sekali bentuk media sosial yang seringkali digunakan oleh masyarakat pada umumnya. Sekolah pun dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membantu mempromosikan lembaga pendidikan mengenai sekolah tertentu.

Dalam hal ini, sekolah menggunakan sebagai media sosial tersebut sebagai alat alternative untuk melakukan pemasaran sekolah. Salah satu media sosial yang sering digunakan SMP Negeri 01 Tebat Karai dalam melakukan pemasaran adalah

menggunakan facebook. Informasi yang dibuat dalam bentuk brosur disebar luaskan melalui media sosial facebook dari masing-masing guru.

Sekolah juga berusaha menggunakan pendaftaran berbasis online yang dibuat dalam bentuk link yang disebar melalui media sosial. Tetapi hal tersebut belum dapat berjalan dengan baik. Kurang nya pemahaman masyarakat terhadap media sosial, membuat strategi ini kurang berjalan dengan baik.

Selain itu, media sosial yang dimiliki sekolah sendiri kurang berjalan dengan baik. sehingga sekolah hanya mengandalkan media sosial yang dimiliki oleh masing-masing guru dalam menyebarkan informasi mengenai sekolah.

f. Peningkatan Fasilitas yang memadai

Fasilitas sekolah termasuk sebuah aspek penting dalam lembaga pendidikan. Yang dimaksud fasilitas sekolah yaitu sarana dan prasarana yang dapat digunakan oleh semua pihak disekolah. Dengan adanya fasilitas yang memadai disekolah dapat membantu sekolah dalam mencapai tujuan dalam pendidikan, termasuk untuk menarik minat para calon peserta didik agar mau sekolah di sekolah tersebut.

Dalam hal ini, fasilitas yang telah disediakan di SMP Negeri 01 Tebat Karai yaitu dengan menyediakan laboratorium komputer beserta jaringan internet. Karena sebelumnya sekolah ini belum memiliki fasilitas yang memadai disekolah. Namun sekarang, sekolah sudah berhasil menyediakan fasilitas komputer dan jaringan internet sehingga para peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai sudah dapat melakukan UNBK di sekolah mereka sendiri. Selain itu, sekolah juga menyediakan

fasilitas tersebut untuk sekolah dasar yang berada di wilayah tersebut untuk bisa melakukan UNBK dengan menggunakan fasilitas yang sekolah sediakan.

Namun nyatanya hal tersebut juga belum dapat meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai, masih banyak peserta didik yang lebih tertarik untuk sekolah di tempat yang lebih jauh dari rumahnya. Maka dari itu, sekolah harus mampu meningkatkan daya Tarik masyarakat dan calon peserta didik agar berminat untuk sekolah di SMP Negeri 01 Tebat Karai dengan fasilitas yang telah disediakan.

2. Kendala yang di hadapi Sekolah dalam Melakukan Pemasaran di SMP Negeri 01 Tebat Karai untuk meningkatkan Jumlah Peserta didik

Temuan penelitian diketahui bahwa terdapat kendala yang dihadapi oleh pihak sekolah mengenai strategi pemasaran yang dilakukan sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai.

Berikut ini penulis simpulkan kendala yang dihadapi sekolah dalam melakukan pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik adalah sebagai berikut.

a. Kurangnya Jumlah Peserta didik pada Sekolah Dasar yang termasuk kedalam Rayon SMP Negeri 01 Tebat Karai

Kebijakan Zonasi penerimaan peserta didik baru (PPDB) telah diberlakukan di Desa Tebat Karai, terkhusus SMP Negeri 01 Tebat Karai. Sekolah Dasar yang termasuk kedalam sistem zonasi atau rayon pada SMP Negeri 01 Tebat Karai adalah Sekolah Dasar yang berada di daerah kecamatan Tebat Karai, termasuk juga desa yang ada di seberang musir seperti desa Temedak, Talang Benteng, dan wilayah sekitarnya.

Jumlah peserta didik pada Sekolah Dasar yang termasuk kedalam sistem rayon sangat minim, selain itu masih banyak juga orang tua yang lebih memilih sekolah diluar daerah yang berunsur keagamaan seperti MTS dan lainnya. Meskipun sistem rayon sudah ditetapkan akan tetapi masih banyak calon peserta didik yang lebih memilih sekolah lain yang memiliki kualitas sekolah yang tinggi. Maka dari itu, sekolah harus mampu meningkatkan pemasaran disekolah agar bisa meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai. Sekolah harus bisa menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien mengingat tingkat persaingan antar sekolah sangat tinggi, apalagi sistem rayon dan ada 2 sekolah dengan rayon yang sama maka strategi pemasaran yang baik sangat diperlukan dalam menghadapi persaingan antar sekolah tersebut.

b. Lokasi Yang Kurang Strategis

SMP Negeri 01 Tebat Karai, beralamatkan di Jln. Amd Manunggal XV atau masyarakat desa sekitar sering menyebutnya dengan Jl. Padat Karya. jalan padat karya merupakan jalan akses menuju perkebunan warga. Di desa Tebat Karai ini terdapat 2 sekolah yang berdekatan dengan rayon yang sama. yaitu antara SMP Negeri 01 Tebat Karai dan SMP Negeri 02 Tebat Karai yang terletak di Desa Talang karet kelurahan Tebat Karai. Pada saat berdirinya, Kedua sekolah ini merupakan sebuah sekolah yang sama sehingga pada saat ada pembekaran wilayah sekolah ini di bagi menjadi menjadi 2. Sehingga besar nya persaingan dengan sekolah-sekolah lain termasuk sekolah tetangga yang menurut pendapat masyarakat memiliki kualitas lebih unggul.

c. Kurangnya Prestasi Peserta Didik

Menurunnya jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai, mengakibatkan berkurangnya prestasi di sekolah ini baik secara akademik maupun non akademik. Sehingga, kesulitan yang di hadapi sekolah itu bagaimana agar prestasi peserta didik di sekolah ini bisa meningkat. Karena pada dasarnya, salah satu cara meningkatkan jumlah peserta didik yaitu melalui prestasi para peserta didik. Karena, jika suatu prestasi dapat meningkatkan, maka pemasaran dapat dilakukan melalui prestasi tersebut.

Maka dari itu dapat penulis simpulkan, bahwa sekolah harus bisa meningkatkan prestasi peserta didik disekolah, meski dengan jumlah peserta didik yang terbatas, sekolah harus mampu menciptakan para peserta didik disekolah menjadi siswa yang cerdas, berprestasi, dan ikut serta dalam perlombaan-perlombaan yang diadakan oleh lembaga lain dan tentunya berakhlakul karimah seperti yang diharapkan orang tua pada umumnya. Dengan demikian, dapat menarik minat masyarakat atau calon peserta didik yang akan menempuh Sekolah Menengah Pertama (SMP) agar tertarik untuk sekolah di SMP Negeri 01 Tebat karai, melalui prestasi yang dimiliki oleh peserta didik disekolah.

d. Kurangnya Tenaga Pendidik

Berdasarkan keterangan pihak sekolah, bahwa sekolah ini masih kekurangan tenaga pendidik atau guru. Khususnya Guru di laboratorium komputer. Sehingga, dengan guru yang sedikit kegiatan belajar mengajar yang di lakukan kurang efektif. Hal ini juga yang menyebabkan kurangnya prestasi peserta didik disekolah, sehingga pemasaran disekolah menjadi kurang berjalan dengan baik. Maka itu, diharapkan agar sekolah dapat memiliki tenaga pendidik

yang mampu meningkatkan prestasi disekolah, agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

e. Kenakalan Peserta Didik

Pandangan masyarakat yang menggangkap kenakalan pada peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai. Seperti, berkeliaran sewaktu jam sekolah, datang terlambat, membolos, dan lainnya yang sudah di tandai masyarakat, sehingga menjadi kesulitan tersendiri bagi sekolah untuk bisa meningkatkan jumlah peserta didik disekolah. maka dari itu, banyak orang tua yang lebih memilih memasukkan anak-anaknya kesekolah lain walaupun jauh dari rumahnya. kebanyakan orang tua lebih memilih memasukkan anaknya disekolah yang dianggap lebih unggul dari pada sekolah yang berada diwilayahnya seperti MTS dan SMP lainnya yang terbilang lebih favorit. Akan tetapi, pihak sekolah berencana akan lebih menekankan kegamaan di SMP Negeri 01 Tebat Karai, dan akan meningkatkan kedisiplinan para peserta didik agar jumlah peserta didik kedepannya lebih meningkat.

f. History Sekolah

Histori merupakan suatu kejadian atau peristiwa yang benar-benar terjadi pada masa lalu, yang berhubungan dengan suatu peristiwa masa lampau serta penemuan, organisasi dan penyajian informasi mengenai suatu peristiwa tersebut. Jarak antara SMP Negeri 01 tebat karai dan juga SMP Negeri 02 Tebat Karai, terbilang cukup dekat. Kedua sekolah ini pada masa lampau merupakan satu sekolah. Sehingga, setelah itu adanya pemekaran sekolah, dan sekolah tersebut dibagi menjadi 2 sekolah. SMP Negeri 01 Tebat Karai, merupakan sekolah yang terletak di Desa Tebat Karai, sedangkan SMP Negeri

02 Tebat Karai terletak didesa Talang Karet. Berdasarkan sejarahnya, diketahui bahwa pada masa lampau, terjadi perperangan antara kedua desa tersebut. Namun, pada tahun-tahun berikutnya pertikaian tersebut sudah dihilangkan. Meski begitu, sejarah tersebut dapat menjadi salah satu kendala dalam melaksanakan pemasaran. Dengan dilakukan pemekaran antara kedua sekolah tersebut, persaingan antara kedua sekolah tersebut menjadi meningkat serta dapat diketahui, bahwa kedua sekolah tersebut juga memiliki rayon yang sama.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1. Kondisi Perkembangan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai

Pada kelas VII berjumlah 20 siswa, kelas VIII berjumlah 27 siswa, dan kelas XI berjumlah 35 siswa.

2. Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai

Strategi pemasaran yang dilakukan sekolah yaitu,

- (a). membentuk sebuah tim dalam melaksanakan pemasaran dalam mensukseskan PPDB di SMP Negeri 01 Tebat Karai,
- (b). melakukan kegiatan sosialisasi pada sekolah dasar yang berada diwilayah sekolah tersebut yang diikuti dengan pembagian formulir pendaftaran kepada calon peserta didik disekolah dasar tersebut.
- (c). menyebarkan brosur kepada masyarakat yang disebarkan melalui media sosial pada masing-masing guru,
- (d). meningkatkan fasilitas yang memadai disekolah dengan maksud untuk menarik minat calon peserta didik agar mau masuk di SMP Negeri 01 Tebat Karai,
- (e). melibatkan peran alumni dalam pemasaran sekolah dan penggunaan media sosial dalam proses pemasaran.

Strategi tersebut dilakukan dengan baik, akan tetapi masih belum bisa meningkatkan jumlah peserta didik disekolah tersebut, masih banyak orang tua yang belum mau memasukkan anaknya untuk sekolah ditempat tersebut, kembali lagi keinginan anak tersebut sendiri memilih sekolah yang jauh dari rumahnya.

3. Kesulitan yang di Hadapi sekolah dalam Melakukan Pemasaran di SMP Negeri 01 Tebat Karai

- (a). Kurangnya jumlah peserta didik pada sekolah dasar yang termasuk kedalam rayon dari SMP Negeri 01 Tebat Karai,
- (b). lokasi yang kurang strategis juga menjadi faktor sulitnya pemasaran disekolah dilakukan,
- (c) kurangnya prestasi peserta didik disekolah baik akademik maupun non akademik
- (d) kurangnya guru atau tenaga pendidik disekolah tersebut,
- (e) dikarenakan kenakalan para peserta didik disekolah.
- (f) Histori atau sejarah sekolah

B. Saran

1. Kepala sekolah harus bisa meningkatkan strategi pemasaran agar bisa meningkatkan jumlah peserta didik serta dapat mengatasi persaingan dengan sekolah lain pada umumnya, dengan cara menentukan tim khusus dalam pelaksanaan PPDB dan kegiatan pemasaran sekolah.
2. Sekolah harus bisa membuat akun sosial media khusus SMP Negeri 01 Tebat Karai, agar bisa memberikan informasi-informasi mengenai kegiatan atau informasi khusus dari sekolah kepada masyarakat luas.

3. Sekolah harus meningkatkan tenaga pendidik disekolah agar prestasi akademik maupun non akademik disekolah bisa meningkat agar masyarakat mau memasukkan anaknya ke SMP Negeri 01 Tebat Karai.
4. Sekolah harus meningkatkan kedisiplinan terhadap peserta didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia dkk,” *Strategi pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*”. Jurnal. Fak. Tarbiyah dan keguruan, UIN Raden Intan Nomor.1, 2020.
- Anas Sudijino, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada,2005), h.76
- Bintang Simbolon,Lisa Gracia Kailola,”*Strategi Pemasaran Sekolah Dasar Pertiwi Abhilasa dalam Meningkatkan Jumlah Siswa*”.
- Brigita Putri Atika Tyagita,”*Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Berasrama*,”Jurnal.Program Pasca Sarjana(2016)
- Dedi Mulyana, *Metode Penelitian kualitatif*,(Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2003). h. 180
- Dian,Iis Rosibah,Ari Prayoga.”*Implementasi Strategi pemasaran Pendidikan di Madrasah*”.Jurnal: UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2020)
- Eka Hendrayani,Dkk,”*Manajemen Pemasaran*”.CV.Media Sains Indonesia,Bandung 2021
- H.Muhaimin, Dkk (2009). *Manajemen Pendidikan* .Jakarta:Kencana. Hal.97
- Heni Noviarita,Riyanto Adi Kusumah,Dkk.”*Pemasaran Pendidikan*”.Jurnal.UIN Raden Intan Lampung
- Imam Machali,Ara Hidayat (2016). *Education Management Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah/ Madrasah di Indonesia*.Jakarta:Kencana.
- Imam Turmudzi,”*Strategi Pemasaran di lembaga Pendidikan Islam*”Jurnal:Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara.
- Kotler,Keller, *Manajemen Pemasaran*,Edisi 13 Jilid I,(Jakarta:Erlangga,2013)
- M.munir, ”*Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*”. STAI Darussalam Krempyang Nganjuk.2018
- Ma'mun,”*strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di madrasah Tsanawiyah Diniyah Al-Azhar Muara*

- Mohammad Nurul Huda,"*Manajemen Pemasaran sekolah*". Jurnal: STAI Luqman Al Hakim Surabaya
- Muhaimin dkk (2009).*Manajemen pendidikan Aplikasinya dalam penyusunan rencana pengembangan sekolah/madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad Amin dkk," *Implementasi Manajemen Kesiswaan Dalam Meningkatkan Prestasi Non akademik di SMP Kreatif Aisyiyah Rejang Lebong*". Jurnal Literasiologi: Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup.
- Nasution,Zulkarnain (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*.Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Nasution,Zulkarnain(2006).*Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*.Umm Press: Malang.
- Nazaruddin (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang:Cv.Aamanah.
- Ninsiar Wolikto1, Arifin,Kabiba,"Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru".Jurnal:Universitas Muhammadiyah kendari.
- Novita Sari,"*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Muhammadiyah 4 Palembang*,"Jurnal:UIN Raden Fatah Palembang(2020)
- Prof.Dr.Sugiyono,*Metode Penelitian Kuantitatif,kualitatif, dan R&D*,(Bandung: Alfa Beta CV,2017) h. 7
- Ririn Tius Eka Margereta, et al," *Stretegi Pemasaran sekolah dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model*"(Universitas Kristen Satya Wacana:2018)
- Selpiyani,"*Evaluasi kompetensi pedagogic guru dalam mengenal karakteristik peserta didik di SDIT Kahiru Umah*". Skripsi:IAIN Curup
- Suci, Rahayu Puji."*Esensi Manajemen Strategi*".(zifatma publisher: 2015)
- Suharsimi Arikunto,*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,(Jakarta: Rineka Cipta,1998),h.129
- Suryo Agung Nugroho,"*Strategi Pemasaran Sekolah Berbasis Bauran Pemasaran*".Jurnal.Program Pasca sarjana Manajemen Pendidikan Surakarta.
- Taufiqurkhman (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta:Universitas Prof.Dr.Moestopo Beragama.

Ujang Syarif Hidayatullah, " *Strategi promosi SMP PGRI 12 Jakarta dalam meningkatkan Jumlah siswa*".Jurnal.Fak.Tarbiyah dan Keguruan(2011,2010)

Wheni Mastna Nurraikhim,"*Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Daya Saing Di MIT Nurul Amal Parang Magetan*".
Tesis.Pasca sarjana Ponorogo.

L
A
M
P
I
R
A
N

LEMBARAN DOKUMENTASI

No	Data	Teknik Pengumpulan data
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

STRUKTUR WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

1. Bagaimanakah kondisi nyata mengenai jumlah peserta didik yang ada disekolah ini?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan sekolah terkait dengan jumlah peserta didik sekarang?
3. bagaimanakah rencana bapak kedepannya, agar bisa meningkatkan jumlah peserta didik disekolah ini?
4. mengenai rencana tersebut, siapa yang akan terlibat dalam proses pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik?
5. Bagaimanakah proses pelaksanaan strategi pemasaran sekolah yang bapak dan sekolah lakukan disekolah ini?
6. Kegiatan apa saja yang telah sekolah lakukan untuk menarik minat peserta didik?
7. Bagaimanakah proses pembentukan penerimaan peserta didik disekolah ini?
8. Apa saja bentuk promosi yang digunakan disekolah ini?
9. Media promosi apa yang digunakan dalam proses peningkatan jumlah peserta didik disekolah?
10. menurut bapak, bagaimana cara mengatasi persaingan antar lembaga pendidikan?
11. Langkah apa yang harus dilakukan agar kedepannya strategi pemasaran sekolah lebih efektif dan juga efisien?
12. apakah ada evaluasi yang dilakukan terkait pemasaran sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik?

13. Bagaimanakah hasil dari startegi pemasaran yang telah bapak dan sekolah lakukan dalam meningkatkan jumlah peserta didik?
14. Apakah kendala atau kesulitan yang terjadi saat melakukan pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik?
15. Apa yang bapak lakukan jika terjadi penurunan jumlah peserta didik disekolah?
16. Apa yang menjadi factor berkurangnya jumlah peserta didik di smp negeri 01 tebat karai?
17. apa harapan bapak terkait jumlah peserta didik yang ada disekolah ini?

STRUKTUR WAWANCARA WAKIL KEPALA SEKOLAH

1. Menurut pandangan ibu/bapak, bagaimana perencanaan yang dilakukan sekolah terkait strategi untuk meningkatkan jumlah peserta didik?
2. Bagaimana proses strategi pemasaran yang dilakukan sekolah ?
3. Siapa saja yang terlibat dalam proses pelaksanaan strategi pemasaran di sekolah?
4. Strategi pemasaran seperti apa yang telah diterapkan kepala sekolah sebagai usaha dalam meningkatkan jumlah peserta didik?
5. Apa penyebab berkurangnya jumlah peserta didik di sekolah ini?
6. Bagaimana sistem pembelajaran yang dilaksanakan di sekolah ini?
7. Menurut ibu, mengapa jumlah peserta didik di sekolah ini cenderung menurun?
8. Apakah hasil strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah peserta didik sesuai dengan yang diharapkan?
9. Kegiatan apa saja yang telah sekolah lakukan untuk menarik minat peserta didik?
10. Bagaimanakah proses pembentukan penerimaan peserta didik di sekolah ini?
11. Apa saja bentuk promosi yang digunakan di sekolah ini?

STRUKTUR WAWANCARA PESERTA DIDIK

1. berapa jumlah siswa dalam kelas?
2. darimana tahu tentang SMP negeri 01 tebat karai?
3. Mengapa memilih SMP negeri 01 tebat karai?



ITS

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	28/22 01	- Pedoman Pemasangan - Testi: 8 orang, pemasang - Testi: 28 & pabri	f	NAB
2	08/22 02	- Lajutan ke Bagan - Pedoman wawancara	f	NAB
3	15/2022 09	- Data tabel - Perencanaan & bentuk - Perintah kerja tabel	f	
4	21/2022 09	- Ane. v. j. + Lampiran: dokumen lainnya	f	
5	23/2022 09	- Ane. v. j. +	f	
6				
7				
8				



ITS

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	07/22 01	- Pedoman pengantar wawancara - Testi: 8 orang, pemasang - Testi: 28 & pabri	f	NAB
2	08/22 01	- Lajutan ke Bagan - Pedoman wawancara	f	NAB
3	15/22 01	- Data tabel - Perencanaan & bentuk - Perintah kerja tabel	f	NAB
4	21/22 01	- Ane. v. j. + Lampiran: dokumen lainnya	f	NAB
5	23/22 01	- Ane. v. j. +	f	NAB
6	12/22 01	- Ane. v. j. + Lampiran: dokumen lainnya	f	NAB
7	14/22 01	- Ane. v. j. + Lampiran: dokumen lainnya	f	NAB
8	18/22 01	- Ane. v. j. + Lampiran: dokumen lainnya	f	NAB
9	19/22 01	- Ane. v. j. + Lampiran: dokumen lainnya	f	NAB



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBIYAH
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Jalan Ak. Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0722) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: iaim@iaincurup.ac.id Kode Pos 39319

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari ini Selasa jam 10.00-11.30 tanggal 9 bulan Januari tahun 2021 telah dilaksanakan seminar proposal mahasiswa berikut:

Nama Melisa Ade Mentari
NIM 18561009
Prodi MPI
Semester 7
Judul Proposal Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di SMP Negeri 01 Tekat Karmi

Berkenaan dengan itu, kami dan calon pembimbing menerangkan bahwa:

1. ☒ Proposal ini layak dilanjutkan tanpa perubahan judul.
2. ☐ Proposal ini layak dilanjutkan dengan perubahan judul.
Dan beberapa hal yang menyangkut tentang:

a. Peserta didik (Siswa)

b. Strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMP Negeri 01 Tekat Karmi

c.

3. Proposal ini tidak layak dilanjutkan kecuali berkonsultasi kembali dengan penasihat akademik, prodi dan jurusan.

Demikian berita acara ini kami buat, agar dapat digunakan dengan semestinya.

Calon Pembimbing I

M. Amin, M. Pd

Calon Pembimbing II
Curup, 9 Januari 2021

Drs. A. Syarifuddin Bahri, M. Pd



**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

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH

Nomor : 535 Tahun 2021

Tentang

**PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN 2 DALAM PENULISAN SKRIPSI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI 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. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ;
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Negeri Islam Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor : 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
4. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi;
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.11/3/15447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2018-2022.
6. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor : 3514 Tahun 2016 Tanggal 21 oktober 2016 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana STAIN Curup
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0047 tanggal 21 Januari 2019 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup.
- Memperhatikan** : 1. Surat Rekomendasi Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) nomor: B.101/FT.5/PP.00.9/12/2021
2. Berita acara Seminar Proposal pada hari Selasa, 9 November 2021.

MEMUTUSKAN :

Menetapkan

- Pertama** : 1. **Muhammad Amin, S.Ag., M.Pd** **196908072003121001**
2. **Dr.H.Syaiful Bahri, M.Pd** **196410111992031002**

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

N A M A : Metia Ade Mentari

N I M : 18561009

JUDUL SKRIPSI : **Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan jumlah Siswa di SMP Negeri 01 Tebat Karai**

- 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 29 Desember 2021



Tembusan :

1. Rektor
2. Bendahara IAIN Curup;
3. Kabag Akademik kemahasiswaan dan kerja sama;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBİYAH

Jl. 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

Nomor : 158 /In.34/FT/PP.00.5/01/2022
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Hal : Permohonan Izin Penelitian

7 Maret 2022

Kepada Yth. Pelayanan Terpadu Satu Pintu(PTSP) Kepahiang

Assalamualaikum Wr, Wb

Dalam rangka penyusunan skripsi S.1 pada Institut Agama Islam Negeri Curup :

Nama : Metia Ada Mentari
NIM : 18561009
Fakultas/Prodi : Tarbiyah / MPI
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Sekolah dalam meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri
01 Tebat Karai
Tempat Penelitian : di SMP Negeri 01 Tebat Karai

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

Demikian atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih


Wakil Dekan I,
Baryanto, M.M., M.Pd
NIP. 19690723 199903 1 004

Tembusan : disampaikan Yth :

1. Rektor
2. Warek 1
3. Ka. Biro AUA



PEMERINTAH KABUPATEN KEPAHIANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Aipda Mu'an Komplek Perkantoran Pemkab. Kepahiang Telp. (0732) 3930035
KEPAHIANG

IZIN PENELITIAN

Nomor : 503/025/I-Pen/III/DPMTSP/2022

DASAR :

1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
2. Peraturan Bupati Kabupaten Kepahiang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Bupati Kepahiang Nomor 25 Tahun 2016 tentang Struktur Organisasi Perangkat Daerah Kabupaten Kepahiang (Berita Daerah Kabupaten Kepahiang Tahun 2020 Nomor 1);
3. Peraturan Bupati Kepahiang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Perubahan Kedua Peraturan Bupati Kepahiang Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pelimpahan Kewenangan Penerbitan dan Penandatanganan Perizinan dan Non Perizinan Dalam Rangka Penyelenggaraan Perizinan Terpadu Satu Pintu;
4. Surat Permohonan Izin Penelitian Nomor : 158/In.34/FT/PP.00.9/01/2022 tanggal 7 Maret 2022.

DENGAN INI DIBERIKAN IZIN PENELITIAN KEPADA :

Nama	: Metia Ade Mentari
NPM	: 18561009
Pekerjaan	: Mahasiswa
Lokasi Penelitian	: SMP Negeri 01 Tebat Karai
Waktu Penelitian	: 21-03-2022 s.d 21-05-2022
Tujuan	: Melakukan Penelitian
Judul Proposal	: Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di SMP Negeri 01 Tebat Karai
Penanggung Jawab	: Wakil Dekan 1, Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup
Catatan	: 1. Agar menyampaikan Surat Izin ini kepada Camat setempat pada saat melaksanakan penelitian. 2. Harus mentaati semua ketentuan Perundang-undangan yang berlaku. 3. Setelah selesai melaksanakan kegiatan berdasarkan Surat Izin ini agar melaporkan hasilnya secara tertulis kepada Bupati Kepahiang cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Kepahiang. 4. Izin Penelitian ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.

Kepahiang, 17 Maret 2022

Pit. KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KABUPATEN KEPAHIANG,



IONO ANTONI, S.Sos., M.M.

Pembina, IV/a

NIP. 19810116 200502 1 001



BIAYA GRATIS

Tembusan disampaikan Kepada yth:

1. Bupati Kepahiang (sebagai laporan)
2. Kepala Badan Kesbangpol Kabupaten Kepahiang
3. Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kabupaten Kepahiang
4. Camat Wilayah Tempat Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN KEPAHIANG
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
SMP NEGERI 1 TEBAT KARAI



Alamat: Jl. AMD MANUNGKALXV, Tebat Karai Kab. Kepahiang (0731) 397113

SURAT KETERANGAN

Nomor: 021/122.06.02/SMPN | TBK/ DS/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pistarman, S.Pd, M.Pd
NIP : 1980 1010 200604 1 024
Jabatan : Kepala Sekolah
Sekolah : SMP Negeri 01 Tebat Karai

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Metia Ade Mentari
NIM : 18561009
Asal Instansi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Tarbiyah

Telah melaksanakan penelitian di SMP Negeri 01 Tebat Karai dari 21 Maret sampai dengan 21 Mei 2022 untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan Judul " *Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di SMP Negeri 01 Tebat Karai*".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Tebat Karai, Mei 2022
Kepala SMP Negeri 01 Tebat Karai

Pistarman, S.Pd, M.Pd
NIP. 1980 1010 200604 1 024

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pistarman,S.Pd,M,Pd

Sekolah : SMP Negeri 01 Tebat Karai

Jabatan : Kepala Sekolah

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Metia Ade Mentari

Nim : 18561009

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Jurusan : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul:

“Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.

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

Tebat Karai, Mei 2022
Ka. SMP Negeri 01 Tebat Karai

Pistarman,S.Pd,M.Pd

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Erna Laili,S.Pd

Sekolah : SMP Negeri 01 Tebat Karai

Jabatan : Guru

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Metia Ade Mentari

Nim : 18561009

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Jurusan : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul:

“Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.

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

Tebat Karai, Mei 2022
Guru SMP Negeri 01 Tebat Karai

Erna Laili,S.Pd

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bunga Citra Lestari

Sekolah : SMP Negeri 01 Tebat Karai

Kelas : VII

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Metia Ade Mentari

Nim : 18561009

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Jurusan : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul:

“Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.

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

Tebat Karai, Mei 2022
Peserta Didik

KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Seftria Anggraini

Sekolah : SMP Negeri 01 Tebat Karai

Kelas : VIII

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Metia Ade Mentari

Nim : 18561009

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Jurusan : Tarbiyah

Telah melakukan wawancara dalam rangka menyusun Skripsi yang berjudul:

“Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.

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

Tebat Karai, Mei 2022
Peserta Didik

DOKUMENTASI PENELITIAN



Gambar 1. Observasi Awal Penelitian



Gambar 2. Wawancara dengan Bapak kepala sekolah



Gambar 3. Wawancara Dengan Ibu Wakil Kepala Sekolah



Gambar 4. wawancara dengan Peserta didik kelas VII



Gambar 5. Wawancara dengan peserta Didik kelas VIII



Gambar 6. Lokasi penelitian



Gambar 7. Jalan sekitar lokasi



Gambar 8. Lingkungan sekitar Lokasi



Gambar 9. Hasil Dokumentasi Lokasi penelitian



Gambar 10. Hasil Dokumentasi Lokasi Penelitian


PEMERINTAH KABUPATEN KEPAHANG
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
SMP NEGERI 1 TEBAT KARAI
 Alamat : Jl. AMD MANUNGGAL XV, Kel. Tebat Karai Kec. Tebat Karai
 

MENERIMA PESERTA DIDIK BARU
TAHUN AJARAN 2020/2021

VISI SEKOLAH

- Unggul dalam Prestasi
- Unggul dalam IPTEK
- Kreatif dalam Karya
- Santun dalam Perilaku Berdasarkan Iman dan Taqwa

EXTRAKURIKULER

- OLIMPIADA
- PENCAK SILAT
- KEAGAMAAN
- OSN
- TEK







TENAGA PENDIDIK
 PUSKARMAN, M.Pd (Rizki Sukati)
 DENA LAILI, S.Pd (Muti Kurnia Setiadi/Dina Rahma Ropati)
 ALI KAMIDAN, W (Husman Subandjono Polikari)
 GEMAWATI, M.Pd (Nur Hafidha Perpusdiknas/Dina Mawati)
 IRRAWATI YUSMANIRI, S.Pd (Ropati Labonmawati/Dina SPN)
 RIA COKLATYANTI, S.Pd (Ria Kiki Dofino Nidana Indonata)
 ALICE KIDP-SALU, S.Pd (Rendana Gari SPN)
 MRS SUSANTI, S.Pd (Wah Kiki VTI/Gari SPN)
 FARISAR UTAMA, S.Pd (Rendana Monev/Gari Dofino)
 RIA PINA SARI, S.Pd (Gari Irii Ropati)
 IMBUTIA GUTINA, S.Pd (Gari Rendana Kurniati)

SYARAT PENDAFTARAN

1. Isi Formaliir
2. Rekap Nilai Raport
3. Foto Kopi Kartu Keluarga
4. Foto Kopi KTP Orangtua
5. Pasfoto 3x4 = 4 Lembar

Informasi Pendaftaran
 Ali Kamidan : 081271198815
 Farisar Utama : 082376199938
 Erna Laili : 085368469111
 Ria Pina Sari : 085382987378
 Zeva Barose : 085378879100

Atau Langsung Isi Formulir : Klik
<https://forms.gle/Z3uqji27r3MStr8D8>

WAKTU PENDAFTARAN
MULAI 10 JUNI 2020

Gambar 11. Brosur SMP Negeri 01 Tebat Karai

BIODATA PENULIS



Metia Ade Mentari, 07 Mei 2000

Lahir di Desa Tebat Karai, Kelurahan Tebat Karai, Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu. Penulis merupakan Putri ke-3 dari bapak Syahril Aprizal dan Ibu Ana Tulbaiti, yang terdiri dari 3 bersaudara, dan adik dari Ayuk Delvi Puspita Sari dan Deta Septika. Pernah menempuh Pendidikan di SD Negeri 07 Tebat Karai, selesai Pada tahun 2012, melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTSN) 02 kepahiang, selesai tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Tebat Karai dengan Jurusan IPS, selesai tahun 2018, Kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Curup dengan jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI) dan menyelesaikan study pada tahun 2022 dengan judul skripsi” Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di SMP Negeri 01 Tebat Karai”.