

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN JUMLAH SISWA BARU
DI SMP ARGOPURO PANTI**

SKRIPSI



Oleh:

Fitriyatus Sholehah

NIM: T20183158

**UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
2024**

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN JUMLAH SISWA BARU
DI SMP ARGOPURO PANTI**

SKRIPSI

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Fitriyatus Sholehah
NIM: T20183158

**UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
2024**

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN JUMLAH SISWA BARU
DI SMP ARGOPURO PANTI**

SKRIPSI

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



Oleh

Fitriyatus Sholehah
NIM: T20183158

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing



Dani Hermawan, M.Pd.
NIP. 198901292019031009

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN MINAT DAN JUMLAH SISWA BARU DI
SMP ARGOPURO PANTI**

SKRIPSI

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

Pada:

Hari: Senin

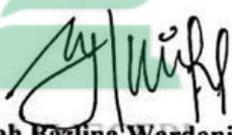
Tanggal: 18 Maret 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Dr. Khairul Anwar, M.Pd.I
NIP. 198306222015031001


Imaniah Bazlina Wardani, M. Si
NIP. 199401212020122014

Anggota:

1. Dr. Nuruddin, M.Pd.I

()

2. Dani Hermawan, M.Pd

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



Dr. Abdin Mu'is, S.Ag., M.Si.
NIP. 197304242000031005

MOTTO

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ عَلَيْهِ فِي رِزْقِهِ وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَحْمَهُ

“Siapa saja yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaknya ia menyambung silaturahmiya (dengan kerabat).” (HR. Bukhari)¹

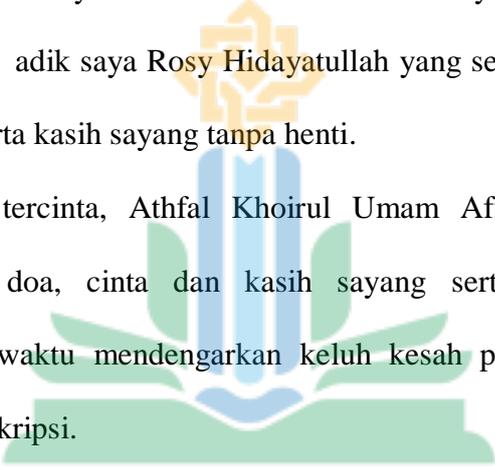


¹ abi Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-Naisaburi, *Shahih Muslim*, Hadist no. 6586 (kairo: Maktabah ats-Tsaqaf ad-Dinaya, 2009).

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, serta sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan skripsi ini dengan segala cinta dan kasih sayang kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta dan adik tercinta saya, Ayah M. Rubai dan Ibu Rosyidah adik saya Rosy Hidayatullah yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang tanpa henti.
2. Suami saya tercinta, Athfal Khoirul Umam Affani yang senantiasa memberikan doa, cinta dan kasih sayang serta dukungan dengan meluangkan waktu mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Segenap puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Membangun Kemandirian Pengelolaan Pembiayaan Pendidikan Di SMP Argopuro 1 Panti Jember”. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang yakni Addinul Islam. Kesuksesan selesainya skripsi ini diperoleh karena banyak dukungan dari banyak pihak, oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag, M.M., CPEM. selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS Jember) yang telah memfasilitasi kami selama kami belajar di kampus ini.
2. Bapak Dr. H. Abdul Mu'is, M.Si. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN KHAS Jember yang telah memberikan bimbingan selama proses perkuliahan ini.
3. Bapak Dr. Nuruddin, M.Pd.I. selaku ketua jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa yang telah memberikan layanan terhadap kebutuhan mahasiswa.
4. Bapak Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I, M.Pd.I. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan arahnya dalam perkuliahan.
5. Bapak Dani Hermawan, M.Pd. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan pengarahan penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Segenap dosen Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan ilmu kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Yosar Fatahillah, S. Pd. selaku kepala sekolah SMP Argopuro Panti yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian dan memberikan informasi mengenai lembaganya.
8. Bapak Yusril Assidiqy selaku kepala humas yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
9. Ibu Aprilia Ridaf Arifa, S.Pd. yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
10. Semua pihak yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih, penulis menyadari skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis memerlukan saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Jember, 7 Maret 2024

Fitriyatus Sholehah

ABSTRAK

Fitriyatus Sholehah, 2024: “Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti”

Kata kunci: Strategi pemasaran, Minat, Jumlah siswa

Strategi pemasaran pendidikan memiliki posisi yang sangat penting karena dunia saat ini telah memasuki zaman globalisasi. Pemasaran pendidikan berguna sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global. Tujuan dari pemasaran di suatu lembaga pendidikan adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk-produk sekolah meningkatkan minat, untuk membantu sekolah agar tetap eksis dan jumlah pelanggannya yang semakin meningkat.

Fokus dari penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana strategi manajemen pemasaran di Smp Argopuro Panti, (2) Bagaimana faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran di Smp Argopuro Panti.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) mendeskripsikan strategi manajemen pemasaran di Smp Argopuro Panti (2) mendeskripsikan faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran di Smp Argopuro Panti.

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan mix methods, yaitu penelitian dengan menggunakan dua metode dalam penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif yang digunakan sebagai data utama dan metode kuantitatif yang digunakan sebagai data pendukung. Dalam penelitian ini perolehan data diperoleh melalui dua sumber yaitu kualitatif melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan kuantitatif melalui angket.

Hasil dari penelitian ini tentang strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru: (1) Strategi manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan SMP Argopuro Panti untuk meningkatkan peminat layanan jasa pendidikan dilakukan dengan melibatkan seluruh komponen yang dimiliki dengan melakukan kegiatan pemasaran yang berbeda dari sekolah yang menjadi pesaing. Strategi pemasaran SMP Argopuro memiliki 4 komponen yang dimiliki yaitu, produk jasa berupa reputasi yang bagus. Biaya pendidikan tergolong murah. Lokasi dan letak SMP Argopuro yang strategis. Promosi yang dilakukan menarik. (2) Faktor pendukung: sekolah mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap dan cukup mendukung proses pembelajaran peserta didik. Faktor penghambat yaitu berdekatan dengan sekolah SMP negeri.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	6
1. Manfaat teoritis.....	7
2. Manfaat praktis.....	7
E. Definisi istilah.....	8
1. Strategi manajemen pemasaran.....	8
2. Minat siswa.....	8
3. Jumlah siswa.....	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	10
A. Peneliti Terdahulu	10
B. Kajian Teori	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2. Pengertian Strategi Pemasaran	16
3. Pengertian Strategi Manajemen Pemasaran	19
4. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	21
5. Konsep Strategi Pemasaran	22
6. Pengertian Minat	27

7. Macam- Macam minat.....	27
8. Fungsi minat	29
9. Faktor yang Mempengaruhi Minat	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	33
C. Subjek Penelitian	33
D. Teknik Pengumpulan Data	34
1. Kuantitatif.....	34
Angket.....	34
2. Kualitatif.....	36
a) Observasi (<i>Observation</i>).....	36
b) Wawancara	37
c) Dokumentasi.....	38
E. Analisis Data	38
F. Keabsahan Data	40
1. Keabsahan Data Kualitatif.....	40
2. Keabsahan Data Kuantitatif.....	41
G. Tahapan penelitian.....	46
1. Tahap Pra lapangan	46
2. Tahap pelaksanaan penelitian.....	47
3. Tahap pelaporan	47
BAB IV PENYAJIAN DATA.....	48
A. Gambaran Objek Penelitian.....	48
1. Sejarah singkat berdirinya SMP Argopuro Panti	48
2. Profil SMP Argopuro Panti	48
3. Visi dan Misi	49
4. Struktur Organisasi Sekolah	51
5. Data Guru/ Pendidik.....	51
6. Data Siswa 5 Tahun terakhir	52
7. Sarana dan Prasarana.....	52
B. Penyajian Data dan Analisis	52

1. Strategi Manajemen Pemasaran	52
2. Minat Siswa	59
3. Jumlah siswa.....	61
4. Persepsi siswa tentang strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa	61
C. Pembahasan Temuan.....	82
1. Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti.	82
2. Minat Siswa	86
3. Jumlah siswa.....	88
4. Persepsi siswa tentang strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru di SMP Argopuro Panti Jember.	89
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	91



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah siswa Lima tahun terakhir	5
Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Skor Item Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Tabel Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 3. 3 Table Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 3. 4 Reabilitas Instumen.....	45
Tabel 4. 1 Daftar Guru	51
Tabel 4. 2 Daftar Siswa.....	52
Tabel 4. 3 Sarana dan Prasarana	52





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Metode Penelitian.....	32
Gambar 3. 2 Teknik Pengumpulan Data	34
Gambar 3. 3 Bagan Alur Analisis Data.....	39
Gambar 3. 4 Keabsahan Data.....	40
Gambar 3. 5 Triangulasi Sumber	40
Gambar 3. 6 Triangulasi Teknik	41
Gambar 4. 1 SMP Argopuro Panti	48
Gambar 4. 2 SMP Argopuro Panti	48
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi SMP Argopuro Panti	51
Gambar 4. 4 Diagram Pernyataan No.1	62
Gambar 4. 5 Diagram Pernyataan No.2	62
Gambar 4. 6 Diagram Pernyataan No. 3	63
Gambar 4. 7 Diagram Pernyataan No. 4	63
Gambar 4. 8 Diagram Pernyataan No. 5	64
Gambar 4. 9 Diagram Pernyataan No. 6	64
Gambar 4. 10 Diagram Pernyataan No. 7	65
Gambar 4. 11 Diagram Pernyataan No. 8	66
Gambar 4. 12 Diagram Pernyataan No. 9	66
Gambar 4. 13 Diagram Pernyataan No. 10	67
Gambar 4. 14 Diagram Pernyataan No. 11	67
Gambar 4. 15 Diagram Pernyataan No. 12	68
Gambar 4. 16 Diagram Pernyataan No. 13	69
Gambar 4. 17 Diagram Pernyataan No. 14	69
Gambar 4. 18 Diagram Pernyataan No. 15	70
Gambar 4. 19 Diagram Pernyataan No. 16	71
Gambar 4. 20 Diagram Pernyataan No. 17	71
Gambar 4. 21 Diagram Pernyataan No. 18	72
Gambar 4. 22 Diagram Pernyataan No. 19	73
Gambar 4. 23 Diagram Pernyataan No. 20	73
Gambar 4. 24 Diagram Pernyataan No. 21	74

Gambar 4. 25 Diagram Pernyataan No. 22	75
Gambar 4. 26 Diagram Pernyataan No. 23	75
Gambar 4. 27 Diagram Pernyataan No. 24	76
Gambar 4. 28 Diagram Pernyataan No. 25	77
Gambar 4. 29 Diagram Pernyataan No. 26	77
Gambar 4. 30 Diagram Pernyataan No. 27	78
Gambar 4. 31 Diagram Pernyataan No. 28	79
Gambar 4. 32 Diagram Pernyataan No. 29	79
Gambar 4. 33 Diagram Pernyataan No. 30	80
Gambar 4. 34 Diagram Pernyataan No. 31	81
Gambar 4. 35 Diagram Pernyataan No. 32	81



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Tingkat persaingan dalam dunia pendidikan sangatlah berkembang secara pesat yang mana menuntut setiap penyedia jasa pendidikan mempunyai strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kegiatan atau pemasaran tersebut membutuhkan konsep yang sangat mendasar memenuhi kebutuhan pasar dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini strategi menjadi penting dalam dunia pendidikan mengingat pendidikan yang mampu memberikan aspek penanaman nilai-nilai pada sikap dan tingkah laku yang menjadikan manusia yang memiliki derajat.²

Pengembangan strategi pemasaran juga harus mempertimbangkan berbagai aspek termasuk regulasi atau kebijakan yang sedang berlaku. Sebagaimana yang tercantum pada Keputusan Kementerian pendidikan dan kebudayaan terkait Juknis PPDB Tahun 2022 yang mengatur tentang Penerimaan peserta didik baru untuk TK, SD, SMP, SMA, SMK Pada tahun pelajaran 2023/2024. Keputusan kementerian pendidikan dan kebudayaan Nomor 6998/A5/HK.01.04/2022 tentang petunjuk teknis penerimaan peserta didik pada Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Sekolah Menengah Kejuruan Tahun pelajaran 2023/2024 berjalan secara objektif, akuntabel, transparan dan tanpa

² Engkoswara and Komariah, *Administrasi Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2010), 1.

diskriminasi sehingga mendorong peningkatan akses layanan pendidikan yang berkeadilan.³

Pemasaran merupakan hal yang penting bagi keberhasilan suatu program, termasuk dalam suatu lembaga pendidikan. Pemasaran adalah satu sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan pembeli. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran mempunyai arti yang lebih luas dari penjualan, pemasaran mencakup usaha yang ditandai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang harus dipenuhi, menentukan harga produk yang sesuai dan mampu bersaing, menentukan cara promosi, serta cara penjualan produk atau jasa. Pentingnya peran pemasaran sehingga membutuhkan strategi khusus agar pemasaran dapat berjalan lancar. Untuk itulah perlu diterapkan sebuah strategi khusus pemasaran. Strategi pada dasarnya merupakan rencana yang berkaitan dengan evaluasi dan pemilihan alternatif bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan. Secara umum strategi pemasaran jasa pendidikan dalam konteks lembaga pendidikan secara keseluruhan, terdiri dari pemasaran eksternal dan pemasaran internal. Pemasaran eksternal ditujukan ke masyarakat dan pemasaran internal ditujukan ke warga lembaga pendidikan untuk memotivasi dosen, guru, karyawan, dan administrator untuk meningkatkan motivasi mereka selaku

³ Aina Mulyana, "Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, Petunjuk Teknis Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Pada, TK, SD, SMP, SMA, SMK, Tahun Pelajaran 2021-2022," *JELAJAH INFORMASI* (blog), accessed February 21, 2023, <https://www.ainamulyana.com/2017/05/juknis-penerimaan-peserta-didik-baru.html>.

para penyedia jasa. Keberhasilan suatu program bisa ditunjang dengan adanya strategi yang tepat. Begitu juga dengan kegiatan pemasaran yang membutuhkan strategi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Penerapan strategi pernah dicontohkan oleh Nabi Yusuf sebagaimana dipaparkan dalam Al-Qur'an surat Yusuf ayat 47-49 yang berbunyi:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ثُمَّ
يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَحْصِنُونَ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ
ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِضُونَ

Artinya: Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur".⁴

Ayat tersebut menceritakan tentang Nabi Yusuf AS yang menyusun strategi untuk menghadapi tahun-tahun sulit yang akan datang tujuh tahun ke depan. Dalam ayat tersebut dapat dipahami bahwa Nabi Yusuf AS membuat sebuah perencanaan untuk menghadapi masa yang akan datang. Dari ayat tersebut dalam disimpulkan bahwa membuat sebuah perencanaan adalah sesuatu yang dibolehkan dalam Islam. Perencanaan strategi adalah suatu usaha yang tidak bertentangan dengan keimanan, tapi merupakan ittikhadz al-asbab (menjalankan sebab). Perencanaan strategi adalah tindakan syar'i yang

⁴ "Surah Yusuf 47-49 | Qur'an Kemenag," accessed February 21, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.

mengajarkan seorang muslim untuk memiliki visi dan kemampuan untuk merencanakan masa depan.

Keluh-kesah sekolah yang berada dipinggiran kota cukup menghadapi kendala dengan banyaknya peraturan yang mengikat ditambah dengan fasilitas yang kurang memadai membuat sekolah pinggiran khususnya sekolah swasta yang masih jauh dari kata sempurna mengalami kesulitan untuk mempromosikan lembaganya. Seperti yang diketahui semakin berkembangnya teknologi juga membuat orang tua berlomba untuk memberikan pendidikan terbaik untuk anak-anaknya hal demikian menjadi tantangan tersendiri untuk seluruh sekolah yang berada di pinggiran kota untuk meningkatkan mutu terbaik. Baik dari segi pelayananan dan juga strategi pemasaran pendidikan yang dipromosikan.

Sebagaimana observasi awal yang dilakukan peneliti Masyarakat desa panti sendiri tergolong masyarakat yang mempercayai adanya Pendidikan, hal tersebut dapat dilihat sebagaimana antusias masyarakat desanya memilih sekolah terbaik untuk anak-anaknya. Sebagaimana wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa masyarakat bahwasannya mereka masih mempercayai sekolah dasar yang memiliki nilai-nilai agama yang masih dijunjung tinggi. Hal tersebut mereka yakini bahwa agamalah yang nanti menjadi pegangan hidup seiring perkembangan zaman yang terus berkembang tanpa adanya batasan.

SMP Argopuro merupakan sekolah swasta yang terletak di desa panti. Dengan jumlah peserta didik kurang lebih 200 peserta didik yang terdaftar.

Adapun daftar jumlah siswa yang mendaftar 5 tahun ke belakang sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah siswa Lima tahun terakhir

Tahun	Jumlah siswa
2018-2019	338
2019-2020	305
2020-2021	262
2021-2022	211
2022-2023	232

Sumber: Dokumentasi data siswa tahun 2018-2023

Melalui tabel 1.1, pada tahun 2018-2019 jumlah siswa di sekolah menengah argopuro panti berjumlah 338 saat itu banyak siswa siswi yang memilih sekolah di SMP argopuro panti dikarenakan pada tahun 2018-2019 ada asrama yang bisa ditempati oleh siswa siswi yang jarak rumahnya jauh dan ingin bersekolah di SMP argopuro panti, ditahun 2019-2020 jumlah siswa menurun menjadi 305 karena saat itu asrama untuk siswa siswi ditutup tidak bisa ditempati karna ada pandemi covid jadi siswa siswi yang jarak rumahnya jauh memilih sekolah di dekat rumahnya dengan alasan kendaraan dan jarak tempuh, pada tahun 2020-2021 jumlah siswa siswi menurun menjadi 262 saat itu masih pandemi jadi disekolah tersebut tidak bisa mempromosikan ke sekolah sekolah hanya di sosial media saja, pada tahun 2021-2022 jumlah siswa siswi menurun kembali menjadi 211 dan saat itu masih ada pandemi, pada tahun 2022-2023 jumlah siswa siswi ada peningkatan menjadi 232 karena asrama khusus siswa siswi dibuka kembali dan ada transportasi untuk siswa siswi yang jauh jaraknya dari sekolah.

Peneliti mencoba menggali informasi lebih dalam mengenai keputusan siswa baru memilih sekolah ini Penelitian penting untuk dilakukan supaya

mampu memberikan informasi kepada pembaca terkait dengan Strategi manajemen pemasaran yang nantinya berpengaruh pada keputusan siswa baru untuk memilih sekolah ini, untuk itu peneliti mengangkat judul penelitian “Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi manajemen pemasaran di SMP Argopuro Panti?
2. Bagaimana faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran di SMP Argopuro Panti?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian.⁵ Adapun secara singkat tujuan penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan strategi manajemen pemasaran di SMP Argopuro Panti.
2. Untuk mendeskripsikan faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran di SMP Argopuro Panti

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵ Tim penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 37.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya pihak-pihak yang bersangkutan dengan permasalahan yang diangkat serta dapat memperkaya khasanah dan wawasan keilmuan mengenai bahasan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat dan jumlah siswa pada khususnya, serta dapat dijadikan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti khususnya dalam mengembangkan kemampuan di bidang tulis menulis ilmiah dan membantu pengalaman serta wawasan peneliti terkait dengan strategi manajemen pemasaran pendidikan pada tingkat Sekolah Menengah Pertama.

b. Bagi lembaga yang diteliti

Sebagai sumbangan pemikiran kepada kepala sekolah, guru dan peserta didik dari ilmu dan pengalaman yang telah penulis terima selama menempuh pendidikan di UIN KH Achmad Siddiq Jember, juga sebagai pertimbangan atau tolak ukur acuan bagi kepala sekolah maupun guru dalam proses pemasaran sekolah untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa.

c. Bagi UIN Kiai Hj Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literature terkait judul bagi lembaga UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan mahasiswa yang ingin mengembangkan kajian penelitiannya terkait dengan strategi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat dan jumlah siswa, juga memberikan motivasi kepada generasi penerus pembuatan proposal atau karya ilmiah lainnya.

E. Definisi istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah yang penting dan menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitiannya agar tidak terjadi kesalahpahaman makna istilah sebagaimana yang disebut oleh peneliti, diantaranya:

1. Strategi manajemen pemasaran

Strategi manajemen pemasaran yang dibahas dalam penelitian ini adalah mempromosikan sekolah atau lembaga dengan beberapa strategi yang dilakukan oleh lembaga tersebut untuk mencapai tujuannya yaitu meningkatkan minat dan jumlah siswa baru.

2. Minat siswa

Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat siswa melalui dorongan dari dalam diri individu, motif sosial, faktor emosional, atau pertimbangan dari orang tua

3. Jumlah siswa

jumlah siswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah banyaknya siswa yang akan mendaftarkan diri ke lembaga sekolah tersebut.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Peneliti Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya), dengan melakukan langkah ini, akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.⁶ Adapun hasil penelitian terdahulu yang hampir sama dengan penelitian yang akan diangkat oleh peneliti diantaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fitriana Ahmad dengan judul “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Purwokerto Tahun 2016”. Fokus penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana manajemen pemasaran di MI Darul Hikmah Purwokerto yaitu menggunakan empat fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.⁷
2. Penelitian ini dilakukan oleh Zakiyah Eka Pratiwi dengan judul “Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MI Muhammadiyah Karanganyar Tahun 2017”. Fokus penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang tepat untuk mendapatkan peserta didik sebanyak-banyaknya. Adapun

⁶ penyusun, 46.

⁷ Fitriana Ahmad, “MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MI DARUL HIKMAH BANTARSOKA” (skripsi, IAIN Purwokerto, 2016), <https://repository.uinsaizu.ac.id/920/>.

hasil dari penelitian ini adalah pelaksanaan strategi pemasaran yang baik untuk menarik minat peserta didik baru dilakukan dengan cara promosi. Promosi yang dilakukan ada dua macam yaitu ketika PPDB dan ketika diluar PPDB. Promosi yang dilakukan ketika PPDB yaitu dengan pemasangan sepanduk, banner, rontek, pamflet dan pembagian brosur. Selain itu juga melakukan presentasi ke TK-TK dan masyarakat. Kemudian untuk poromosi yang dilakukan diluar PPDB yaitu dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti lomba-lomba dan expo pendidikan untuk TK-TK, mengadakan kagiatan jalan sehat setiap bulan sekali, pawai keliling wilayah dengan memberikan informasi tentang kegiatan sekolah, mempererat hubungan dengan masyarakat yaitu dengan pembagian kalender, pembagian jadwal imsakiyah, mengadakan pengajian, pembagian zakat fitrah dan daging kurban pada masyarakat di sekitar sekolah.⁸

3. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad halim Kusuma dengan judul “Strategi Pemasaran penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Klaten Tahun 2016”. Fokus penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran penerimaan peserta

⁸ Eka Pratiwi Zakiyah and A. Yayan, “PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DALAMMENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU DI MI MUHAMMADIYAHBOLON COLOMADU KARANGANYAR TAHUN PELAJARAN2016/2017,” 2017, <https://www.semanticscholar.org/paper/PELAKSANAAN-STRATEGI-PEMASARAN-SEKOLAH-DALAMMENARIK-Zakiyah-Yayan/9663616dc88dad123beab8aec8498487eeea519>.

didik. Adapun hasil dari penelitian ini adalah ada beberapa strategi yang harus dilakukan dalam pemasaran penerimaan peserta didik.⁹

4. Ke empat, Penelitian ini dilakukan oleh Fifin Nurhaliza, Syarifah, Inra Syaputra, jurnal ini memfokuskan terhadap strategi yang jitu demi mempertahankan eksistensinya. Strategi dirancang untuk memastikan tujuan organisasi dapat dicapai dengan tepat. Adapun hasil dari penelitian ini adalah, perencanaan strategi yang dilakukan oleh Madrasah Tsanawiyah Ubudiyah sudah cukup bagus. Hal ini terlihat dari kepala sekolah melakukan tugas kepada ketua penerimaan peserta didik baru melakukan perencanaan yang mengadakan rapat dengan para guru, setelah itu membuat laporan hasil dari rapat tersebut. Dalam rapat tersebut menghasilkan pembentukan panitia PPDB, penentuan perangkat pemasarannya meliputi beberapa hal yaitu rencana waktu dan tempat dalam rangka mempromosikan, target yang dituju, tim pelaksanaan dan media yang digunakan kegiatan pemasaran, dan strategi pemasaran.¹⁰
5. Kelima, penelitian ini dilakukan oleh M. Munir dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik”. Fokus penelitian jurnal ini adalah bagaimana konsep pemasaran jasa pendidikan yang harus diberikan kepada layanan sekolah melalui manajemen pemasaran pendidikan. Adapun hasil dari penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang baik harus menerapkan 7 elemen,

⁹ Muhamad Halim Kusuma, “Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten” (s2, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016), <https://doi.org/10/06.%20BAB%20IV.pdf>.

¹⁰ Fifin Nurhaliza, Syarifah, and Indra Syahputra, “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Ubudiyah Pangkalan Berandan;,” *Journal Idarah At-Ta’lim* 1, no. 1 (September 1, 2022): 42–52.

yaitu: produk, harga, lokasi, promosi, orang atau guru dan staf, dan bentuk fisik dari lembaga pendidikan tersebut.¹¹

Tabel 2. 1 Kajian Terdahulu

No	Nama penelitian, Tahun Penelitian, Judul.	Persamaan	Perbedaan
1.	Fitriana Ahmad, 2016. Manajemen pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik di MI Darul Hikmah Purwokerto	Meneliti tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik	Penelitian ini mengarah pada bentuk bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan
2.	Zakiah Eka Pratiwi, 2017. Pelaksanaan strategi pemasaran sekolah dalam menarik minat peserta didik baru di MI Muhammadiyah Karanganyar.	Penelitian ini mengarah pada bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran sekolah yang baik untuk mendapat peserta didik yang unggul dari sekolah lain	Penelitian ini Strategi pemasaran yang dilakukan ada dua strategi yaitu saat ppdb dan sesudah ppdb sedangkan strategi pemasaran peneliti hanya saat pelaksanaan ppdb saja
3.	Muhammad Halim Kusuma, 2016. Strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru di SMK 2 Muhammadiyah Klaten.	Penelitian ini strategi manajemen pemasarannya menggunakan media dan brosur yang di sebar	Penelitian ini hanya menjelaskan strategi pemasaran untuk Penerimaan peserta didik, sedangkan peneliti menjelaskan tentang strategi manajemen Pemasaran untuk menarik minat dan meningkatkan jumlah peserta didik
4.	Fifin Nurhaliza, Syarifah, Inra Syaputra, 2022. Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Ubudiyah Pangkalan Berandan	Penelitian ini mengarah pada bagaimana strategi pemasaran menjadi efektif.	Penelitian ini lebih fokus kepada kualitas pendidik untuk mendapatkan peserta didik yang lebih banyak.
5.	M. Munir, 2016. Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam	Sama sama Membahas tentang manajemen pemasaran	Penelitian ini lebih difokuskan pada layanan jasa pendidikan untuk

¹¹ M Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik" 1 (2017): 2.

No	Nama penelitian, Tahun Penelitian, Judul.	Persamaan	Perbedaan
	Meningkatkan Jumlah Peserta Didik.		meningkatkan jumlah peserta didik

Berdasarkan beberapa uraian penelitian terdahulu di atas, akan dipaparkan terkait kelemahan dari tiap penelitian yang telah dikaji sebelumnya, sehingga dapat diketahui perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Kelemahan dari penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, yakni permasalahan yang diangkat kurang lebih berfokus pada strategi pemasaran yang digunakan yakni lebih menggunakan strategi keunggulan produk yang ada didalam sekolahnya saja untuk menarik minat masyarakat. Sedangkan pada realitanya untuk memaksimalkan pengenalan sekolahnya agar lebih diminati dan mampu berdaya saing dengan lembaga lain, itu perlu adanya strategi pemasaran sekolah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran, yang mana menjadi salah satu alat bagi pemasar untuk membantu mengembangkan sekolahnya agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Maka dari itu, peneliti disini mengembangkan penelitian dengan mengangkat permasalahan terkait strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan minat dan jumlah siswa, yang mana menggunakan strategi bauran pemasaran dengan menggunakan teori dari Jerome McCarthy yang disebut dengan strategi bauran pemasaran 4P (Place, Promotion, Price, Product).

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.¹²

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan penggabungan dari dua macam istilah yaitu manajemen dan pemasaran.¹³ Manajemen pemasaran merupakan suatu analisis yang terdapat pada perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang sudah dirancang untuk mewujudkan, menciptakan, serta membangun dan mempertahankan pertukaran yang mana pertukaran tersebut menguntungkan dengan target pembeli yang demikian demi mencapai keberlangsungan sasaran organisasi.¹⁴

Sedangkan menurut Dharmmesta dan Handoko keduanya menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang biasanya dilakukan oleh perusahaan yang dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan perusahaannya, untuk lebih berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Proses pemasaran biasanya dilakukan jauh sebelum proses produksi dilakukan dan tidak semata-mata berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran juga dituntut dapat memberikan kepuasan kepada

¹² penyusun, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 46.

¹³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 3rd ed. (Bandung: Alfabeta, 2018), 137.

¹⁴ philips Kotler and Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Principls Of Marketing* (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 13.

konsumen jika tetap menginginkan usahanya berjalan terus atau bisa konsumen yang mempunyai dan memberikan pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan.

Untuk keberhasilan pada kegiatan manajemen pemasaran diperlukannya sebuah pemasukan. Jika diartikan manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai proses yang merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasi dan mengawasi segala macam kegiatan (program-program pemasaran) secara efektif dan efisien yang berguna untuk memperoleh dan mendapatkan tingkat pertukaran yang menguntungkan dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi yang sudah ditetapkan.

Jika dilembaga pendidikan manajemen pemasaran bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada para peserta didik atau masyarakat dikarenakan dengan memberikan pelayanan yang baik seorang pengguna jasa pendidikan sekolah akan merasa puas dalam memilih sekolah yang berkualitas. Yang nantinya juga membantu sekolah tersebut untuk memberi tahu masyarakat bahwa sekolah tersebut memiliki kualitas serta pelayanan yang efektif.

2. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi menurut kamus Bahasa Indonesia berarti cara.¹⁵ Arti pemimpin adalah “seseorang yang bertanggung jawab terhadap segala kegiatan pendidikan dan pengajaran di sebuah lembaga pendidikan”.¹⁶ Sedangkan pemasaran pendidikan berarti proses yang diasosiasikan dengan

¹⁵ YS Marjo, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* (Surabaya: Beringi Jaya Surabaya, 1997), 214.

¹⁶ Yusak Buharudin, *Administrasi Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 1998), 97.

mempromosikan barang atau jasa pendidikan.¹⁷ Strategi pemasaran pendidikan yang dimaksud adalah suatu cara yang dirancang oleh pemimpin dalam melakukan pemasaran pendidikan untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa lebih banyak terhadap lembaga pendidikan. Banyak pendapat ahli menjelaskan tentang pengertian strategi, berikut ini akan dikemukakan menurut pendapat Ilham Prisgunanto yang mengemukakan bahwa strategi adalah perencanaan berupa taktik operasional yang matang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan.¹⁸

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi, tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional. Efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan yang efektif.¹⁹

Menurut Bittel, strategi adalah suatu rencana yang fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan.²⁰ Sedangkan dalam KBBI, diartikan sebagai suatu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²¹ Strategi dipandang sebagai sebuah program yang meliputi tujuan yang ingin dicapai, disertai dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha merespon lingkungannya.

¹⁷ Besty-Ann, Toffler, and Jane Imber, *Kamus Istilah Pemasaran* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), 658.

¹⁸ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital* (Jakarta: CV prisani Cendikia, 2014), 138.

¹⁹ Abdillah Mundir, "STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MADRASAH," *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2015): 27.

²⁰ Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, 201.

²¹ Tim Redaksi KBBI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

Secara historis kata strategi dipakai untuk istilah dunia militer. Strategi sendiri berasal dari negara Yunani “stratagos” yang berarti jenderal atau komandan militer. Maksudnya adalah strategi berarti seni para jenderal, yaitu cara menempatkan pasukan atau menyusun kekuatan tentara di medan perang agar musuh dapat dikalahkan. Dalam pemasaran juga menggunakan strategi, agar pemasaran juga bisa tercapai sesuai dengan keinginan. Namun istilah ini tidak hanya digunakan dalam istilah militer saja, bisnis juga memiliki istilah strategi. Dalam konteks bisnis, strategi adalah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi pemasaran dengan tantangan lingkungan dan yang direncanakan untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Para ahli mengemukakan pengertian secara berbeda-beda dalam penyajian dan penekannya, namun semuanya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lain. Berikut definisi bahwa pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Sedangkan Stanton dalam dan Irwan, mendefinisikan pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa bernilai dengan pihak lain. Dalam kaitannya dengan pemasaran, strategi didefinisikan sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.²²

Dengan demikian, strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang diformulasikan secara sistematis mengenai kegiatan pemasaran untuk dijadikan sebagai pedoman dalam kaitannya dengan implementasi variabel-variabel pemasaran.

3. Pengertian Strategi Manajemen Pemasaran

Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai suatu penyusunan, cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi disebut juga dengan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.²³

Strategi dapat diartikan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada

²² Nyoman Sudiarta, "Strategi Pemasaran Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Parawisata Gaya Hidup Konsumen Dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan," 16, 2 (2011): 60.

²³ Iaksmi Dewi and Masithoh, *Strategi Pembelajaran* (Jakarta: Depag RI, 2009), 37.

dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Strategi dapat juga berbentuk pola kpatau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk unik berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan.²⁴

Melihat Pengertian strategi diatas, di dalam sebuah lembaga pendidikan hal pertama yang dilakukan dalam menarik minat konsumen adalah bagaimana pemasaran yang akan dilakukan. Suatu pemasaran akan terlaksana dengan semestinya dan sesuai dengan program apabila terdapat manajemen di dalamnya, maka dari itu Pengertian manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan (program) guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Manajemen menurut istilah adalah suatu aktivitas yang melibatkan proses pengarahan, pengawasan dan pengerahan segenap kemampuan untuk melakukan suatu aktifitas dalam suatu organisasi. Sedangkan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang digunakan oleh individu dan

²⁴ Joko Tri Prasetya and Abu Ahmadi, *Strategi Belajar Mengajar* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), 47.

kelompok mendapatkan sesuatu yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dari pihak lain.²⁵

Jadi, dapat disimpulkan strategi manajemen pemasaran merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang bertujuan untuk membangun hubungan baik antara produsen dan konsumen melalui barang yang di jual. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian. Didalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

4. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

1. Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.

²⁵ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen dan Perusahaab YNKP, 2005), 2.

2. Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.
3. Merumuskan Tujuan Perusahaan Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Secara umum, setidaknya ada beberapa tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.²⁶

5. Konsep Strategi Pemasaran

Banyak ahli marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategi. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses

²⁶ Marissa Grace Haque Fauzi, *Strategi Pemasaran Konsep Teori Dan Implementasi* (Tangerang Selatan: Pascal Book, 2021), 11.

marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing. Pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Berikut ini adalah 5 Konsep Strategi Pemasaran:

1. Segmentasi Pasar Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satu-satuan pasar yang bersifat homogen.

2. Market Positioning Tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar. Itulah alasannya mengapa perusahaan harus punya pola spesifik untuk mendapatkan posisi kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen yang paling menguntungkan

3. Market Entry Strategy. Ini adalah strategi perusahaan untuk bisa masuk pada segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakukan adalah:

- a) Membeli Perusahaan Lain
- b) Internal Development
- c) Kerjasama Dengan Perusahaan Lain

4. Marketing Mix Strategy. Marketing Mix adalah kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Beberapa variabel tersebut diantaranya;

- a) Product

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar, baik konsumen perorangan/rumah tanga, ataupun konsumen bisnis untuk dimanfaatkan, dikonsumsi sehingga mencapai tingkat kepuasan

konsumen.²⁷ Dalam bukunya Didin yang mengutip teori Ratih menyebutkan bahwa produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki. Sesungguhnya, pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan. Apa yang ditawarkan menunjukkan sejumlah manfaat yang dapat pelanggan dapatkan dari proses pembelian suatu barang atau jasa tersebut.²⁸

b) Price

Susilowati mengutip pendapatnya Tjiptoma bahwa secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.²⁹ Harga merupakan sejumlah uang atau nilai tukar yang harus dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diberikan oleh produsen ke konsumen.³⁰

Lembaga pendidikan masuk dalam kategori non profit organization yang tidak mencari keuntungan dari pihak konsumen layaknya di perusahaan, tetapi lebih kepada tujuan memberikan layanan jasa agar mampu memberikan kepuasan kepada konsumen untuk hubungan jangka panjang dan peningkatan mutu. Harga dalam konteks

²⁷ Rita Nur Malina, *Pemasaran Konsep Dan Aplikasi* (Bandung: IPB Press, 2015).

²⁸ Didin Fatihudin Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, n.d.

²⁹ Susilowati, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Pakuan Dalam Memilih Rumah Kos*, vol. Vol VI, No 2 (Jurnal Komunikasi, 2015).

³⁰ Zulfah Atiqotur Rohmah, *Pengaruh Produk Dan Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Sekoah Di SMK Muhammadiyah 3 Waleri Kenda* (Skripsi Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2019).

jasa pendidikan merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh peserta didik untuk mendapatkan jasa pendidikan serta pelayanan yang ada di dalam pendidikan. Price merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, apabila produk mutu baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas terjangkau pelanggan pendidikan.³¹ Dapat disimpulkan bahwa harga dalam kontes pendidikan dapat berupa pembayaran pendaftaran, SPP, biaya buku dan sejenisnya.

c) Place

Untuk industri manufaktur, istilah place (tempat) berarti saluran distribusi atau saluran perdagangan. Namun untuk sektor jasa, termasuk lembaga pendidikan istilah place berarti tempat dimana tempat pelayanan atau lokasi jasa pendidikan berada.³² Place bukan hanya berarti tempat dimana lembaga itu berada, kemudahan akses, penampilan, dan kondisi lembaga secara keseluruhan juga menjadi bagian dari place.

d) Promotion

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Kacung Wahyudi, bahwa promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk di lembaga pendidikan dan berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan keyakinan konsumen terhadap manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi

³¹ Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik."

³² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi askara, 2016).

dapat dilakukan dengan cara iklan, melalui media TV, radio, surat kabar, bulletin, majalah, baliho, brosur dan lain lain.³³

e) People

People merupakan sumber daya manusia yang terlibat dalam proses menyediakan jasa pendidikan. Menurut Undang- undang Nomor 20 Tahun 2003, sumber daya pendidikan adalah segala sesuatu yang digunakan dalam penyelenggaraan pendidikan yang meliputi tenaga pendidikan, masyarakat, dana, serta sarana dan prasarana.³⁴

Dalam hal sumber daya manusia, dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu siswa, guru dan karyawan sekolah, wali murid.

f) Physical Evidence

Physical evidence merupakan suatu hal yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalamnya adalah bangunan fisik, peralatan, logo, label dan sebagainya.³⁵ Pendidikan harus menyiapkan fasilitas sesuai dengan standar nasional pendidikan hal ini dilakukan agar proses pembelajaran bisa dilaksanakan dengan sebaik mungkin. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2022 bahwa Standar Nasional Pendidikan berdasarkan Pancasila, Undang- undang Dasar

³³ Kacung wahyudi, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, 71.

³⁴ *Undang-Undang Dasar Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*, n.d.

³⁵ Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, 188.

Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan Bineka Tunggal Ika.³⁶

g) Timing Strategy.

Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran juga sangat penting untuk diperhatikan. Perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik di bidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.³⁷

6. Pengertian Minat

Menurut Slameto dalam buku Syaiful Bahri Djamarah, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.³⁸ Secara sederhana, minat (interest) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.³⁹

Sedangkan menurut Djali bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.⁴⁰ Peserta didik adalah individu yang sedang tumbuh dan berkembang baik secara fisik, psikologis, sosial, dan religius dalam mengarungi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

7. Macam- Macam minat

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, hal ini tergantung dari sudut pandang dan cara pengklasifikasinya, misalnya

³⁶ Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 Tentang Standar Nasional Pendidikan.

³⁷ Haque Fauzi, *Strategi Pemasaran Konsep Teori Dan Implementasi*, 11.

³⁸ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 191.

³⁹ Muhibbinsyah, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: pt remaja rosdakarya, 2010), 133.

⁴⁰ Djali, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Bumi askara, 2008), 121.

berdasarkan “timbulnya minat, berdasarkan arah minat, dan berdasarkan cara mendapatkan atau mengungkapkan minat itu sendiri.”⁴¹ Sedangkan berdasarkan timbulnya minat Witherington, mengelompokkan menjadi 2 macam yaitu:⁴²

d. Minat Primitif atau Biologis

Yaitu minat yang timbul dari kebutuhan dan jaringan yang berkisar pada soal-soal makanan, Comfort (kebahagiaan hidup) atau kebebasan beraktivitas. Minat primitif bisa dikatakan sebagai minat pokok yaitu kebutuhan pokok manusia untuk mempertahankan hidup. Begitu juga dengan minat primitif masyarakat untuk memilih sekolah hanya didasarkan pada kebutuhan pokok saja yaitu kebutuhan untuk belajar saja tidak didasarkan pada minat yang lain yang dapat memotivasi keinginan lebih jauh.

e. Minat Kultural atau Sosial

Yaitu minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya yang merupakan hasil dari pendidikan. Minat ini dikatakan sebagai minat pelengkap seperti prestise/rasa harga diri atau kedudukan sosialnya. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin banyak pula kebutuhannya, tidak hanya makan, melainkan juga kebutuhan prestise dan kedudukan sosial di masyarakat. Orang-orang yang mempunyai tingkat pendidikan yang tinggi, maka minat dan kebutuhan juga banyak, semisal demi harga dirinya maka ia ingin

⁴¹ Abdul Rahman Shaleh and Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Persepektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 256.

⁴² H.C Witherington, *Psikologi Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 125.

mempunyai barang-barang mewah, mobil, rumah, prabot rumah yang serba berkelas. Begitu juga dengan minat menyekolahkan anak, orang tua juga mempunyai minat agar anaknya kelak jika dimasukkan dalam suatu sekolah tersebut dapat merahi prestasi yang baik. Dasar bagi orang tua untuk memilih sekolah sesungguhnya merupakan tantangan bagi manajemen sekolah dan semua stakeholder yang terkait dengan sekolah agar dapat memperluas dan meningkatkan pemasaran sekolah.⁴³

8. Fungsi minat

Minat berkaitan erat dengan motivasi. Motivasi dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang menjadi pendorong tingkah laku yang menuntut atau mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Begitu juga dengan minat, minat akan ada pada seseorang apabila sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian fungsi minat tidak berbeda dengan fungsi motivasi sebagaimana dikemukakan oleh Syaful Bahri Djamarah sebagai berikut:

- 1) Sebagai pendorong/sebagai penggerak atau motor yang melepaskan energi. Pada mulanya orang tua tidak ada hasrat untuk menyekolahkan anak, tetapi karena ada yang dicari (untuk meneruskan cita-citanya) maka muncullah minatnya untuk menyekolahkan.
- 2) Sebagai penggerak perbuatan yakni menentukan perbuatan- perbuatan apa yang harus dikerjakan yang serasi guna mencapai tujuan.

⁴³ Irwan Fathurrochman, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musiwaras," 1, 6 (2021): 9.

3) Sebagai pengarah perbuatan.⁴⁴ Dalam rangka mencapai tujuan, orang tua yang mempunyai motivasi dapat menyeleksi mana perbuatan yang harus dilakukan dan mana yang harus diabaikan.

4) Dapat melahirkan perhatian yang merata, perhatian serta merta terjadi secara spontan, bersifat wajar, mudah bertahan dan tumbuh tanpa pemakaian daya kemauan dalam diri seseorang, semakin besar minat seseorang semakin derajat spontanitas perhatiannya.

5) Dapat memudahkan tercapainya konsentrasi, konsentrasi merupakan pemutusan pemikiran terhadap sesuatu pelajaran, jadi tanpa minat maka konsentrasi terhadap pelajaran juga sulit dikembangkan dan dipertahankan.⁴⁵

9. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Cukup banyak faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian) dan yang berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Menurut Crow dan Crow ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat:

- a. Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu” dan lain-lain.

⁴⁴ Djamarah Bahri Syaiful, *Psikologi Belajar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 114.

⁴⁵ The Liang Gie, *Cara Belajar Efisien* (Yogyakarta: Pusat Belajar Ilmu Berguna, 1998), 28–

- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan timbul karena ingin mendapat penghargaan dari masyarakat, karena biasanya yang memiliki ilmu pengetahuan cukup luas (orang pandai) mendapat kedudukan yang tinggi dan terpandang dalam masyarakat.
- c. Pertimbangan Orang Tua dalam Memilih Sekolah.

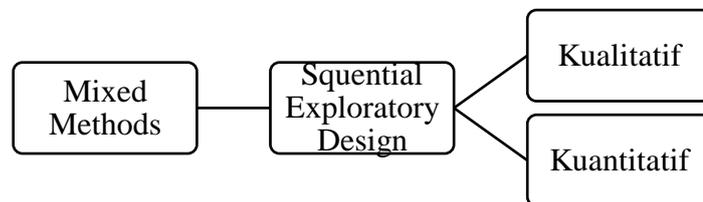


BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kombinasi model/desain sequential exploratory (urutan penemuan). Metode kombinasi model atau desain sequential exploratory ini merupakan metode penelitian kombinasi, yaitu dengan menggabungkan dua metode (kualitatif dan kuantitatif) secara bertahap. Pada tahap pertama, menggunakan metode kualitatif yang langkah-langkahnya adalah menentukan setting penelitian yang didalamnya terdapat masalah, potensi atau hanya ingin mengetahui disetting itu ada apa. Pada tahap kedua, menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan langkah-langkah menentukan populasi dan sampel sebagai tempat untuk menguji hipotesis, mengembangkan dan menguji instrumen untuk pengumpulan data, analisis data dan selanjutnya membuat laporan yang diakhiri dengan kesimpulan dan saran.⁴⁶



Gambar 3. 1 Metode Penelitian

Fungsi dari metode kualitatif adalah untuk menemukan hipotesis pada kasus tertentu atau sampel terbatas, sedangkan metode kuantitatif berfungsi untuk menguji hipotesis pada populasi yang lebih luas. Jadi dengan menggunakan

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015).

metode ini akan menemukan hipotesis sekaligus untuk membuktikan validitas eksternal hipotesis tersebut.⁴⁷

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Lokasi penelitian ini diambil di SMP Argopuro Panti Jember. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena banyaknya peminat serta antusias masyarakat untuk memakai jasa pendidikan yang ditawarkan oleh SMP Argopuro Panti itu sendiri yang bertujuan membentuk serta menciptakan output yang memiliki ilmu agama dan ilmu pengetahuan. Sekolah swasta ini juga merupakan sekolah swasta yang memiliki strategi terbaik yang mampu bersaing dengan sekolah negeri yang menjadi pesaingnya dengan menggunakan strategi yang dapat diterima masyarakat.

C. Subjek Penelitian

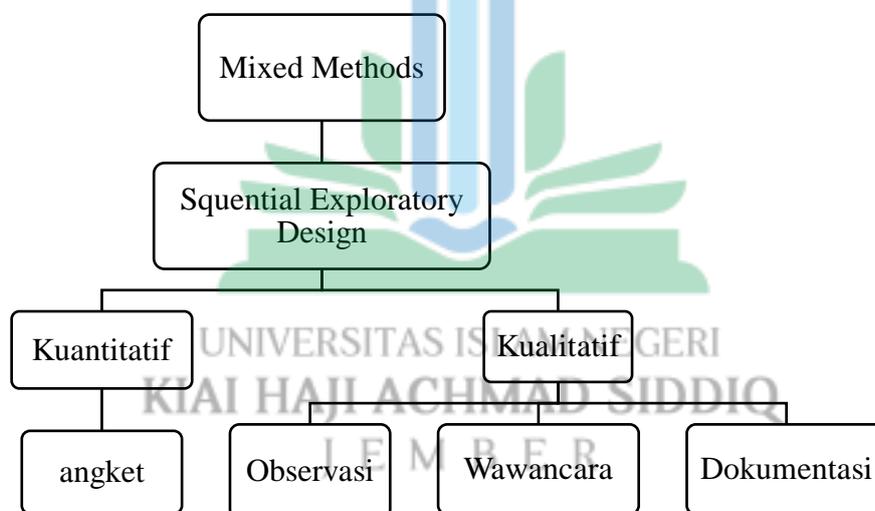
Pada tahap ini, peneliti akan menentukan beberapa informan sebagai subjek penelitian yaitu orang-orang yang memberikan informasi tentang masalah penelitian. Penelitian subjek ini menggunakan teknik purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Purposive menunjukkan informan didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri tertentu atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Berdasarkan uraian di atas, maka yang akan dijadikan subjek penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2015), 474–75.

1. Kepala Sekolah SMP Argopuro Panti.
2. Kepala Humas SMP Argopuro Panti.
3. Guru SMP Argopuro Panti.
4. Siswa- Siswi SMP Argopuro Panti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data harus menyesuaikan data dengan pendekatan penelitian yang akan dilakukan. Adapun beberapa teknik yang akan dilakukan dalam penelitian mixed methods ini adalah sebagai berikut.



Gambar 3. 2 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuantitatif

Angket

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan angket tertutup yakni dalam angket sudah tersedia jawaban yang nantinya bisa dipilih oleh responden. Angket yang disediakan oleh peneliti akan dibagikan kepada responden agar dijawab oleh responden

sesuai dengan fakta yang terjadi di lapangan. Angket dalam penelitian ini nantinya digunakan untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa.

Dalam penelitian ini menggunakan angket dengan persepsi siswa melalui skala likert. Skala likert adalah alat yang dipakai untuk pengukuran sikap, pendapat dan persepsi dari individu atau suatu kelompok mengenai suatu fenomena. Item yang memakai skala likert memiliki perubahan dari sangat positif sampai negatif, yang bisa berbentuk kata-kata seperti: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah angket persepsi siswa tentang Strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan jumlah dan minat siswa baru. Angket ini dianalisis dengan cara memberikan skor pada setiap pernyataan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Skor Item Skala Likert

Jawaban	Skala Penilaian Pernyataan	
	Positif (+)	Negatif (-)
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Kurang Setuju (KS)	2	3
Tidak Setuju (TS)	1	4

Dalam tabel tersebut dicantumkan skala penilaian pernyataan dari sangat setuju sampai dengan tidak setuju. Apabila siswa sangat

setuju dengan pernyataan yang diberikan maka nilai positifnya 4 dan negatifnya 1 yang artinya pernyataan yang diberikan sangat relevan dengan angket yang diberikan. Apabila siswa setuju dengan pernyataan yang diberikan maka nilai positifnya 3 dan negatifnya 2 yang artinya pernyataan yang diberikan relevan dengan angket yang diberikan. Apabila siswa kurang setuju dengan pernyataan yang diberikan maka nilai positifnya 2 dan negatifnya 3 yang artinya pernyataan yang diberikan kurang relevan dengan angket yang diberikan. Apabila siswa tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan maka nilai positifnya 1 dan negatifnya 4 yang artinya pernyataan yang diberikan tidak relevan dengan angket yang diberikan.

2. Kualitatif

a. Observasi (*Observation*)

Observasi (*observation*) merupakan proses yang kompleks yang tersusun dari aspek psikologis dan biologis. Pengumpulan data yang dari hasil observasi adalah melalui kegiatan langsung yang dibantu dengan instrument. Observasi dilakukan dengan cara peneliti mendatangi lokasi penelitian secara langsung dengan melihat mata kepala sendiri, kemudian mencatat dan menganalisis apa yang dilihat, didengar dan dipikirkan.

Teknik pengumpulan data observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam,

dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁴⁸ Metode observasi ini digunakan untuk memperoleh deskripsi mengenai strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru.

Pada penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru di SMP Argopuro Panti. Untuk mengetahui secara mendalam maka peneliti perlu mengamati segala yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Adapun peristiwa yang peneliti amati adalah pada strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan minat dan jumlah siswa baru yang meliputi strategi- strategi, dan promosi yang dilakukan lembaga.

b. Wawancara

Wawancara yaitu interaksi antar dua orang yang berupa pertukaran informasi dan ide melalui Tanya jawab pada suatu topic tertentu.⁴⁹ Dalam penelitian ini tanya jawab dilakukan oleh pewawancara sebagai orang yang memberikan pertanyaan dan yang diwawancarai sebagai orang yang memberikan jawaban.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur yang mana informan dalam wawancara penelitian ini adalah kepala sekolah, kepala humas SMP Argopuro Panti, siswa

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 203.

⁴⁹ 114.

dengan tema strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru.

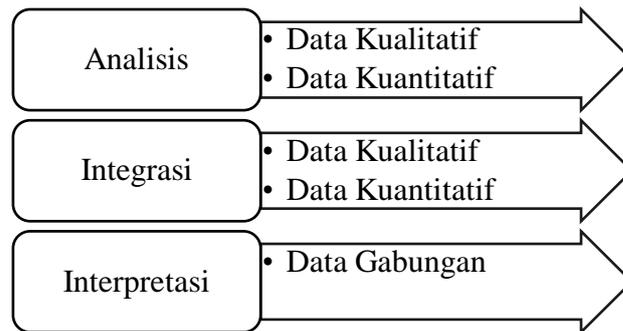
c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang berupa tulisan, gambar atau karya monumental. Hasil penelitian dari hasil observasi dan wawancara akan lebih kuat jika disertai dengan bukti gambar atau dokumentasi. Namun dokumentasi disini bukan hanya terbatas pada foto atau gambar namun juga berupa surat dan dokumen penting lainnya.

Dalam penelitian ini data yang akan dikumpulkan oleh peneliti adalah data yang berkaitan dengan Strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru di SMP Argopuro Panti.

E. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini, peneliti menganalisis, membuat kesimpulan serta menjelaskan dari data yang telah diperoleh selama penelitian. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara bertahap yakni kualitatif-kuantitatif, analisis data kualitatif yang berupa pengumpulan data-data dan analisis data kuantitatif yang menjadi penegas atau pendukung dari analisis kualitatif.



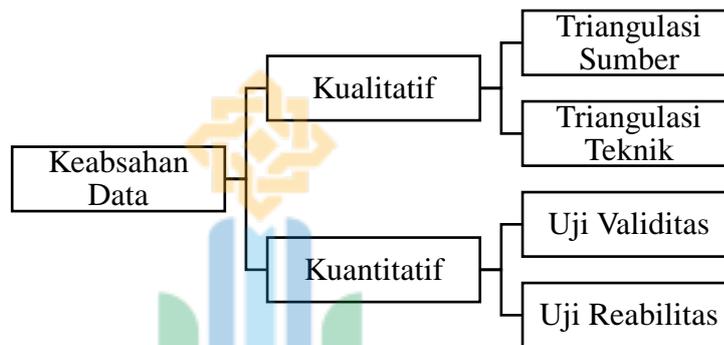
Gambar 3. 3 Bagan Alur Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan analisis data deskriptif yang dengan mengumpulkan data berdasarkan variabel dan responden dan menyajikan data dari variabel kemudian melakukan perhitungan data untuk menguji hipotesis.

Analisis data Kualitatif wawancara melalui rekaman (jika wawancara dilakukan langsung) / tertulis (jika wawancara dilakukan secara tidak langsung). Analisis data Kualitatif observasi diisi catatan observasi sesuai dengan indikator/obyek/kegiatan/program yang diamati (jika diamati langsung) /berdasarkan video atau website (jika diamati tidak langsung). Analisis data Kualitatif dokumentasi diisi link dokumen /lampiran yang sudah jelas yang berdasarkan pada hasil pendalaman wawancara/ pengamatan yang sesuai dengan obyek/kegiatan/program yang diamati. Analisis data kuantitatif berupa survey dengan melihat dari persepsi siswa mengenai strategi manajemen pemasaran yang akan diteliti. Integrasi data kualitatif berupa komponen dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Integrasi data kuantitatif berupa komponen dari hasil persepsi siswa dengan melihat penilaian siswa dari angket. Interpretasi hasil dari kesimpulan untuk menerjemahkan dan menafsirkan hasil dari integrasi data kualitatif dan integrasi data kuantitatif.

F. Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif faktor keabsahan data juga sangat diperhatikan karena suatu hasil penelitian tidak ada artinya jika tidak mendapat pengakuan atau terpercaya. Keabsahan data dilakukan melalui dua langkah, yakni Kualitatif dan Kuantitatif.

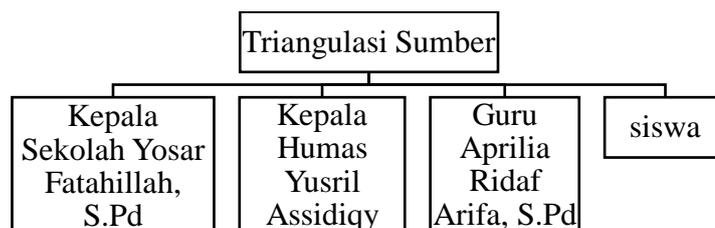


Gambar 3. 4 Keabsahan Data

1. Keabsahan Data Kualitatif

a. Triangulasi Sumber

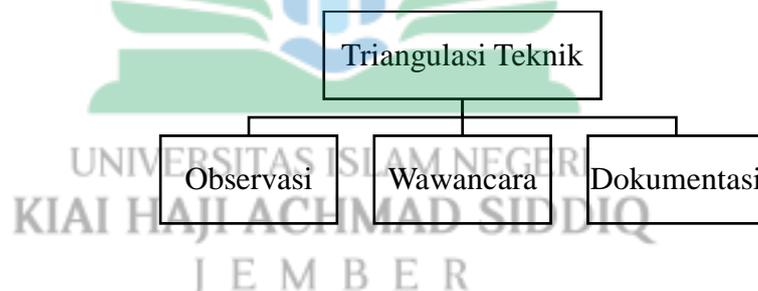
Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini penulis memilih empat informan yang akan dijadikan sebagai narasumber yakni kepala sekolah, kepala humas, guru, dan siswa.



Gambar 3. 5 Triangulasi Sumber

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda. Dalam penelitian ini penulis menggunakan tiga teknik yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi.



Gambar 3. 6 Triangulasi Teknik

2. Keabsahan Data Kuantitatif

Uji keabsahan data kuantitatif menggunakan uji validitas dan uji reabilitas, yang digunakan untuk menguji daftar pertanyaan untuk melihat pertanyaan dalam kusioner yang diisi reponden sudah layak atau belum yang digunakan untuk mengambil data.

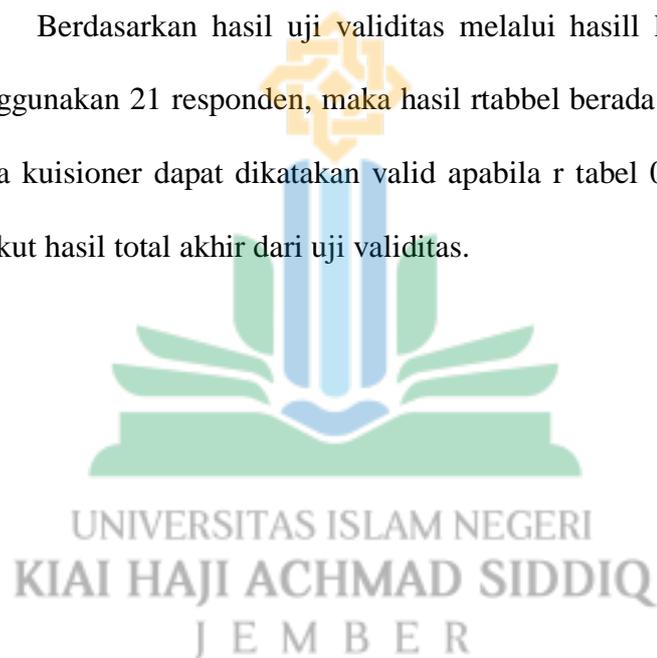
a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dipakai untuk menguji kuesioner yang telah dibuat peneliti untuk mengetahui valid atau tidak. Kuesioner

dikatakan valid apabila pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang diukur kuesioner.⁵⁰

Data yang didapatkan pada hasil uji coba angket nantinya akan di uji validitasnya menggunakan SPSS, kemudian hasilnya akan dilihat perbandingannya dengan r_{tabel} dengan taraf signifikannya 5%. Jika hasilnya $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka instrumennya tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas melalui hasil kuisisioner dengan menggunakan 21 responden, maka hasil r_{tabel} berada di angka 0.4333, maka kuisisioner dapat dikatakan valid apabila $r_{\text{tabel}} 0.4333 > r_{\text{hitung}}$. Berikut hasil total akhir dari uji validitas.



⁵⁰ Musrifah, *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah* (Jurnal Simetrik 11 No, 1, 2021).

Tabel 3. 2 Tabel Hasil Uji Validitas

r hitung	r tabel	Kesimpulan
0.877	0.4333	Valid
0.877	0.4333	Valid
0.881	0.4333	Valid
0.887	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid
0.877	0.4333	Valid
0.879	0.4333	Valid
0.880	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.886	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.887	0.4333	Valid
0.877	0.4333	Valid
0.884	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.879	0.4333	Valid
0.879	0.4333	Valid
0.872	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.882	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.872	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas menunjukkan bahwa sebanyak 32 item kuisisioner dinyatakan valid.

b. Uji reabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat yang diukur dalam penelitian untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan tetap sama meskipun sudah diukur dua kali bahkan lebih dengan menggunakan alat ukur yang sama.⁵¹

Dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha yaitu instrument reliabel apabila Cronbach's Alpha lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi 5% dengan nilai reliabilitas alpha nya (α) > 0,60.⁵²



⁵¹ Dimas Arief Rahman, Ni Made Ariani, and Ni Nyoman Sri Arianti, *Persepsi Pengunjung Terhadap Kualitas Event Malang Flower Carnival (MFC) Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Malang* (Jurnal Kepariwisata dan Hospitalis 1 no 2, 2017), 216.

⁵² Akhmad Rozali, *Validitas Dan Reliabilitas Menggunakan SPSS*, n.d., https://youtu.be/Ox8lyzdlg5U?si=osC44QII4_K5Uzd0.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.882	0.895	32

Tabel 3. 3 Table Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	106.7619	93.690	0.507		0.877
X2	106.1905	94.762	0.826		0.877
X3	106.8095	96.262	0.283		0.881
X4	106.6667	96.633	0.134		0.887
X5	106.7143	97.714	0.176		0.883
X6	106.7143	92.514	0.466		0.878
X7	106.8095	91.762	0.487		0.877
X8	106.6667	94.733	0.395		0.879
X9	106.5238	96.062	0.339		0.880
X10	106.8095	91.462	0.562		0.876
X11	106.5714	96.857	0.136		0.886
X12	106.5238	92.162	0.441		0.878
X13	106.6190	92.448	0.595		0.876
X14	106.9048	97.990	0.077		0.887
X15	106.9524	91.848	0.525		0.877
X16	106.7619	95.090	0.232		0.884
X17	106.6190	92.448	0.595		0.876
X18	106.7619	93.790	0.429		0.879
X19	106.9524	95.348	0.441		0.879
X20	106.2857	91.214	0.840		0.872
X21	106.4762	90.162	0.535		0.876
X22	106.4286	97.357	0.176		0.883
X23	106.8095	95.762	0.279		0.882
X24	106.8095	91.562	0.555		0.876
X25	106.5714	97.057	0.192		0.883
X26	106.7143	90.014	0.544		0.876
X27	106.4762	90.162	0.535		0.876
X28	106.7619	94.090	0.470		0.878
X29	106.4286	97.357	0.176		0.883
X30	106.2857	91.214	0.840		0.872
X31	106.8095	91.562	0.555		0.876
X32	106.7619	94.090	0.470		0.878

Tabel 3. 4 Reabilitas Instumen

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, maka sebanyak 32 item dalam kuisioner dinyatakan reliable karena memiliki nilai reliabilitas (α) > 0,60.

G. Tahapan penelitian

Untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan, perlu adanya tahapan sistematis dalam menyusun langkah terencana. Dengan demikian, tahapan penelitian yang dilakukan peneliti dibagi menjadi tiga tahapan diantaranya sebagai berikut:

1. Tahap Pra lapangan

Tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti sebelum terjun ke lapangan. Kegiatan yang dilakukan ialah meliputi:

- f. Mengidentifikasi masalah
- g. Menyusun rumusan masalah
- h. Mencari studi letirature yang relevan (buku, jurnal, berita, skripsi, tesis, laporan penelitian lainnya)
- i. Observasi dan wawancara awal
- j. Membuat tujuan penelitian dan manfaat penelitian
- k. Membuat judul penelitian
- l. Mengajukan judul penelitian kepada Dosen Penasihat Akademik Fakultas
- m. Memilih informan
- n. Membuat matrik penelitian dan konsultasi kepada dosen pembimbing
- o. Membuat proposal
- p. Konsultasi kepada dosen pembimbing mengenai proposal
- q. Mengurus surat izin penelitian

- r. Mempersiapkan penelitian
2. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini peneliti melakukan penelitian dilapangan. Adapun kegiatan peneliti meliputi:

- a. Memasuki atau turun lapangan
 - b. Melakukan interaksi dengan informan dengan baik
 - c. Memulai mencari data dengan observasi terlebih dahulu
 - d. Mencari data melalui wawancara
 - e. Mencari data melalui dokumentasi
 - f. Mengevaluasi data
3. Tahap pelaporan

Tahapan ini adalah tahap terakhir dalam penelitian. Tahap ini dilakukan setelah semua data terkumpul dan dilaksanakan sesuai dengan analisis data yang ditentukan sebelumnya. Adapun tahap ini meliputi:

- a) Menganalisis data
- b) Menyajikan data dalam bentuk laporan
- c) Menyempurnakan laporan dengan merevisi data

BAB IV

PENYAJIAN DATA

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah singkat berdirinya SMP Argopuro Panti



Gambar 4. 1 SMP Argopuro Panti

SMP Argopuro panti merupakan sekolah swasta terdepan yang berada di kecamatan panti dibawah naungan yayasan ikhtiar kejayaan tani (YIKT).

SMP Argopuro panti berdiri pada tahun 1968 diatas lahan seluas 2.750m² yang didirikan oleh Bapak Soekasir Gus Cholik (H. Syaehul Kholik).

2. Profil SMP Argopuro Panti



Gambar 4. 2 SMP Argopuro Panti

Nama Sekolah : SMP Argopuro Panti
Alamat : Jln Lapangan No 39 Panti Jember
No. Telepon : (0331) 713625
Nama Yayasan : Yayasan Ikhtiar Kejayaan Tani
Alamat Yayasan : Jln Lapangan No 39 Panti
NSS : 204052516046
Jenjang Akreditasi : Terakreditasi B
Nama Kepala Sekolah : Yosar Fatahillah, S.Pd
No telp/ Hp : 085100865221
Kategori Sekolah : SBI/RSBI/SSN/Rintisan SSN/ SPM
Tahun Beroperasi : 1963
Kepemilikan Tanah : Yayasan
Luas Tanah/ Status : 270 M2/ Hak Milik Yayasan
Luas Bangunan : 702 M2

3. Visi dan Misi

a. Visi SMP Argopuro Panti Jember

Mewujudkan keunggulan aspek keilmuan, keterampilan, moralitas dan amal sholeh.

b. Misi SMP Argopuro Panti Jember

- 1) Mengembangkan kurikulum sesuai dengan kondisi sekolah
- 2) Mengembangkan fasilitas pendidikan sesuai kebutuhan kelancaran proses pendidikan dan pembelajaran.
- 3) Meningkatkan profesionalisme dan kompetensi pendidik dan tenaga kependidikan.

- 4) Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif sehingga setiap siswa berkembang secara optimal, sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- 5) Mendorong dan membantu setiap siswa untuk mengenali potensi dirinya, sehingga dapat berkembang secara optimal.
- 6) Mendorong lulusan yang berkualitas, berprestasi, berakhlak tinggi, dan bertaqwa pada Tuhan Yang Maha Esa.
- 7) Mengembangkan standar penilaian hasil pembelajaran dan pendidikan yang komprehensif.
- 8) Meningkatkan peran serta warga sekolah, orang tua siswa dan pemerintah dalam pengembangan pengelolaan sekolah.
- 9) Tercapainya akuntabilitas dan transparansi program-program kegiatan sekolah dan pengelolaan keuangan.
- 10) Menumbuhkan penghayatan dan pengamalan pancasila, ajaran agama yang dianut dan budaya bangsa sehingga terbangun siswa yang kompeten dan berakhlak mulia.

4. Struktur Organisasi Sekolah



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi SMP Argopuro Panti

5. Data Guru/ Pendidik

Data Dewan Guru SMP Argopuro Panti

No	Nama
1	Ainul Yakin, S.Pd
2	Siti Naela, S.Pd
3	Wardatul Lailiyah, S.Pd
4	Fatimah Olivia, S.Pd
5	Moh ali Mashuri, S.H
6	Agus Nur Fathan, S.Pd
7	Yuliana, S.Pd
8	Mareta Aminatus S, S.Pd
9	Eva Laila Nurhasim, S.Pd
10	Moh. Firmansyah N.H
11	Bima Chandra Maulidi
12	Mukti Ali Ridho, s.Pd
13	Novika Paramangan, S.Pd
14	M. Khoiril Umam, S.Pd
15	Faqihuddin, S.Pdi
16	M. Ilham Latif, S.AP
17	Aprilia Ridaf Arifa, S.Pd
18	Yusril Assidiqy

Tabel 4. 1 Daftar Guru

6. Data Siswa 5 Tahun terakhir

Tahun	Jumlah Siswa
2018-2019	338
2019-2020	305
2020-2021	262
2021-2022	211
2022-2023	232

Tabel 4. 2 Daftar Siswa

7. Sarana dan Prasarana

No	Jenis	Jumlah
1	Kelas	9
2	Perpustakaan	1
3	Lab. IPA	1
4	Lab. Bahasa	1
5	Lab. Komputer	1
6	Masjid	1
7	Lapangan Bola	1
8	Lapangan Volly	1
9	Kamar mandi	4

Tabel 4. 3 Sarana dan Prasarana

B. Penyajian Data dan Analisis

Pada bagian ini, peneliti akan menyajikan hasil dari data yang sudah di peroleh selama melakukan penelitian dari hasil observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Data tersebut kemudian disesuaikan dengan fokus masalah yang akan di analisis dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif.

1. Strategi Manajemen Pemasaran

SMP Argopuro Panti merupakan sekolah menengah pertama islam yang terletak di desa panti dimana sekolah ini tiap tahunnya jumlah peserta didik baru yang terdaftar cukup banyak meskipun sekolah ini bukan berstatus sekolah negeri. Masing masing sekolah atau lembaga memiliki strategi

tersendiri untuk meningkatkan mutunya untuk masyarakat mempercayai dan bergabung untuk menggunakan jasanya.

Kepala sekolah SMP Argopuro Panti dalam meningkatkan mutunya sebagaimana sekolah ini merupakan sekolah yang memiliki jumlah pendaftar peserta didik baru yang lumayan banyak setiap tahunnya. Sekolah ini melibatkan seluruh komponen yang dimiliki untuk bekerja sama semaksimal mungkin memiliki relasi antar yayasan, guru setempat yang dinilai cukup mampu untuk bekerja sama. Seperti penjelasan Bapak Yosar fatahillah, S.Pd selaku kepala sekolah SMP Argopuro Panti:

“Sebenarnya sekolah ini untuk pemasarannya sudah berusaha semaksimal mungkin sudah berbagai cara kita ini lakukan untuk mempromosikan sekolah ini, saya sebagai kepala sekolah dan guru guru juga sudah sering mengadakan acara atau pertemuan kepada masyarakat dengan secara tidak langsung untuk mempromosikan sekolah ini dan juga mengajak wali murid untuk menyekolahkan anaknya disini dan promosi itu diterima baik oleh masyarakat khususnya masyarakat desa panti sendiri.”

SMP Argopuro Panti menunjukkan dengan meyakinkan masyarakat dengan berbagai strategi baik dibidang manajemen kurikulum, kesiswaan, manajemen sarana dan prasarana, manajemen keuangan, manajemen hubungan masyarakat, dan manajemen khusus.” Hal demikian juga diperkuat oleh bapak Yusril Assidiqi selaku kepala humas sekolah:

“Sebenarnya mbak pemasaran pendidikan SMP Argopuro sudah sangat cukup baik untuk menarik minat masyarakat, disini kami selalu menginformasikan kegiatan yang akan dilakukan disekolah yang melibatkan orang tua wali, tidak hanya itu saya rasa dengan begitu akan menjadikan sekolah ini memiliki point tersendiri mbak untuk kedepannya. Saya sendiri malah mengapresiasi setiap kegiatan yang dilakukan sekolah ini selalu mengadakan interaksi yang baik kepada masyarakat sekitar, dan itu menjadi salah satu faktor penarik kepercayaan masyarakat.”

Selain hal tersebut banyak pertimbangan selain pemasaran yang dilakukan oleh sekolah kepada masyarakat yang menjadikan SMP Argopuro memiliki daya tarik tersendiri dibanding sekolah lain yang menjadi pesaingnya, oleh karena itu hal hal ini lah yang menjadikan wali peserta didik mempercayakan sekolah ini mendidik anak anaknya, diantaranya sebagai berikut:

a. Harga (Price)

Harga menjadi salah satu hal yang harus” dipikirkan oleh SMP Argopuro yang “berstatus swasta dalam menjalankan strategi pemasaran atau promosi sekolahnya. Harga dalam konteks sekolah swasta merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan. Hal ini juga diperkuat oleh Ibu Aprilia Ridaf Arifa. S,Pd selaku guru biologi:

“Harga untuk menyekolahkan anak disini cukup terjangkau untuk SMP yang berstatus Swasta. Menurut saya harga pendidikan yang diberikan akan cocok dengan pelayanannya. Disini untuk pendaftaran murid baru itu gratis mbak tidak ada biaya, untuk spp juga tidak ada, mungkin hanya membayar ujian per semester menjelang ujian, dan juga uang infak tiap hari jumat seikhlasnya.”

Perumusan untuk uang ujian persemester, uang seragam, Buku Lks dan juga infak setiap hari jumat disesuaikan dengan musyawarah dengan orang tua siswa, jadi sekolah melakukan pertemuan secara besar dengan para orang tua yang sudah diterima menjadi murid baru di SMP Argopuro Panti. Sekolah dan pihak orang tua menentukan kesepakatan harga yang akan dikeluarkan. Hasil dari musyawarah tersebut disesuaikan dengan program sekolah yang akan diberikan, disesuaikan dengan

kemampuan wali murid, dan disesuaikan dengan sarana prasarana yang disediakan oleh sekolah. Mutu suatu pelayanan dan program kegiatan yang diberikan oleh sekolah menjadi tolak ukur dalam menentukan sebuah harga. Seperti yang disampaikan oleh kepala sekolah SMP Argopuro Panti Bapak Yosar Fatahillah, S.Pd:

“Sumber dana kami berasal dari swadaya orangtua siswa yang kami gunakan untuk mengelola program kegiatan pembelajaran, dan dari yayasan yang digunakan untuk mengelola fasilitas, sarana dan prasarana sekolah, dan dana dari pemerintah juga untuk mendukung program kegiatan para siswa”.

b. Lokasi (Place)

SMP Argopuro Panti terletak di Jalan lapangan No. 29 Panti desa panti kecamatan panti kabupaten Jember. Alat Transportasi yang bisa digunakan bisa menggunakan kendaraan roda 4 mobil atau sebagainya, dan kendaraan roda 2, sekolah menyediakan fasilitas kendaraan antar jemput bus milik sekolah untuk siswa siswi yang rumahnya jauh jaraknya dari sekolah dan siswa siswi yang tidak memiliki kendaraan untuk ke sekolah. Hal ini juga diperkuat oleh Bapak Yosar Fatahillah, S.Pd:

“Sekolah ini juga menyediakan bus mbak untuk mengantar jemput para siswa siswi yang rumahnya jauh dari sekolah karna disekolah sini kebanyakan siswa siswi nya jarak rumahnya jauh jadi biar enak dan tidak usah jalan kaki untuk ke sekolah, karna disini ada sebagian siswa siswi yang rumahnya jauh dari sekolah juga tidak punya transportasi”.

Fasilitas sarana pendukung di lingkungan sekolah, yaitu lapangan bola, lapangan volly, masjid, lahan parkir, kantin, Lab, perpustakaan, kamar mandi.

Menurut Ibu Aprilia Ridaf Arifa, S,Pd beliau menyampaikan bahwa:

“Lingkungan sekolah kondusif karena ruang kelas terletak di dalam sekolah, jauh dari keributan jalan raya besar dan keamanan yang selalu terjaga”.

c. Promosi (Promotion)

Kegiatan Promosi yang dilaksanakan SMP Argopuro Panti dikelola oleh Manajemen Humas atau Kesiswaan yang dipandu secara terpusat oleh ketua yayasan, serta dukungan dari para tenaga pendidik dan karyawan sekolah. Berikut ini adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh SMP Argopuro Panti yang di dapat dari hasil wawancara oleh Bapak Yusril Assidiqi:

- 1) Spanduk yang digunakan untuk mempromosikan sekolah ke masyarakat. Setelah menyebarkan brosur biasanya 2 bulan sebelum penerimaan siswa baru. Penyebaran brosur dilakukan di sekitar lingkungan sekolah dan di jalan raya. Isi informasi yang tertera pada spanduk meliputi: lokasi sekolah, program keahlian, ekstrakurikuler, foto kegiatan siswa, dan siswa berprestasi. Sekolah juga memperbarui spanduk setiap tahun, hal ini bertujuan untuk menarik minat siswa baru dan masyarakat.
- 2) Media elektronik, SMP Argopuro menggunakan media elektronik Whatsapp yang di share oleh guru guru di status whatsappnya agar dilihat oleh teman temannya dan juga para alumni, dan juga menggunakan promosi dari instagram yayasan SMP Argopuro panti.
- 3) Promosi oleh guru yang mendatangi sekolah dasar di desa panti dan juga Mi di desa panti, kegiatan ini dilakukan oleh beberapa guru dengan melakukan presentasi tentang SMP Argopuro yang

berkaitan dengan sarana dan prasarana, keunggulan SMP Argopuro, dan siswa siswi yang berprestasi, tujuannya yaitu untuk mengajak para siswa siswi kelas 6 Sd atau Mi agar memilih SMP Argopuro untuk dijadikan sekolah lanjutannya.

d. Produk (product)

Menurut Bapak Yosar Fatahillah, S.Pd:

“Produk yang ditawarkan SMP Argopuro Panti sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan jasa pendidikan, karena untuk menentukan sebuah produk, sekolah melakukan kegiatan evaluasi dan rapat tahunan terhadap program sekolah yang sedang dijalankan. Hal tersebut dilakukan secara berkala guna meningkatkan mutu sebuah sekolah, reputasi baik sekolah, dan prospek masa depan sekolah”.
Seperti yang dikatakan oleh Bapak Yusril Assidiqi dalam wawancara:

“Produk yang ditawarkan disini banyak sebenarnya disini sebelum pelajaran dimulai semua siswa siswi diwajibkan membaca asmaul husna bersama sama, dan ada kegiatan latihan sepak bola seminggu 2x itu bertujuan untuk melatih para siswa yang mempunyai kemampuan dalam sepak bola karna sekolah ini sering mengikuti turnamen, beberapa dari siswa kami ada yang pernah menjuarai soeratin dan lomba lainnya”.

Produk yang ditawarkan oleh SMP Argopuro Panti “sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan jasa pendidikan, karena untuk menentukan sebuah produk, sekolah melakukan kegiatan evaluasi dan rapat tahunan terhadap program sekolah yang sedang dijalankan. Hal tersebut dilakukan secara berkala guna meningkatkan mutu sebuah sekolah, reputasi baik sekolah, prospek masa depan sekolah dan lulusan siswa”. “Untuk menghasilkan program sekolah dan proses pelayanan jasa yang ditawarkan agar sesuai dengan harapan dari keinginan dan

kebutuhan calon siswa baru, berikut program sekolah yang ditawarkan kepada masyarakat” :

- a) Akhirussanah Berdasarkan wawancara dengan Bapak menjelaskan bahwa dalam Akhirunssanah SMP Argopuro Panti mengundang anak yatim piatu yang ada di sekitar Kecamatan Panti. Santunan yang bekerja sama dengan yayasan sekolah. Kegiatan ini berisikan tentang hal berbagai kepada masyarakat yang kurang mampu. Siswa akan dibagi menjadi beberapa kelompok yang akan bertugas untuk membagikan zakatnya.
- b) Peringatan Hari Besar Islam dan Nasional “Kegiatan peringatan hari besar dilakukan yaitu Lomba” Peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia (HUT RI), “Peringatan Hari Ibu Kartini”, Pawai Muharaam, “Pemotongan Hewan Kurban” 61 “membagikan hasil kurban ke masyarakat yang membutuhkan untuk peringatan hari raya Idul Adha”. Kegiatan seperti ini berguna untuk mengenalkan ke siswa-siswi “terkait hari besar keagamaan dan hari besar nasional di Indonesia. Sekolah juga secara tidak langsung bisa melakukan kegiatan pemasaran dari beberapa kegiatan tersebut”
- c) Pembacaa Asmaul Husna, Program ini bertujuan untuk menumbuhkan kebiasaan siswa-siswi untuk melaksanakan ibadah, salah satunya program pembacaan asmaul husna dan ayat suci Al-Quran yang setiap pagi dilakukan sebelum dimulainya jam belajar mengajar.

d) Ekstrakurikuler yang ditawarkan di SMP Argopuro Panti sangat banyak salah satunya Volley, dan sepak bola siswa siswi dijadwalkan peatihan rutin setiap 2 kali seminggu.

2. Minat Siswa

a. Dorongan dari dalam individu

Dorongan dari dalam diri individu” merupakan poin penting dalam menumbuhkan minat siswa untuk mau mengambil keputusan dalam dirinya. Misalnya siswa berkeinginan untuk masuk SMP Argopuro karna jarak rumahnya dkekat dengan sekolah, maka secara tidak sadar siswa tersebut memiliki dorongan dari dalam dirinya untuk bersekolah di SMP Argopuro Panti. Seperti pada hasil wawancara oleh Fardi Alfiansyah kelas 9a:

“Saya sekolah disini karena keinginan saya sendiri mbak apalagi rumah saya dekat dengan sekolah, dan juga sekolah ini ada eskul sepak bola dan futsalnya jadi saya senang dan ingin menambah latihan sepak bola saya di sekolah ini karena hobi saya juga bermain sepak bola”.

b. Motif sosial

Motif sosial merupakan dorongan yang muncul untuk memenuhi kebutuhan individu dalam hubungannya dengan lingkungan sosial. Motif sosial muncul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi bagi setiap individu. Kebutuhan dapat dipandang sebagai sebagai kekurangan adanya sesuatu dan hal ini menuntut pemenuhannya dengan segera agar dapat mendapatkan keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai suatu kekuatan atau dorongan alasan yang menyebabkan

seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ardiansyah murid kelas 9b mengatakan bahwa:

“Sekolah disini karena diajak teman waktu itu saya kan saya mau sekolah di SMA negeri awalnya tapi karna kejauhan rumah saya jadi gak jadi sekolah di SMA negeri dan juga karna disini katanya gurunya enak, terus pejaran agamanya bagus jadi memutuskan untuk sekolah disini”.

c. Pertimbangan orang tua

Hampir semua orang tua ingin mendidik anaknya di lingkungan sebaik mungkin dan keputusan mereka untuk berinvestasi pada anak tergantung pada sejumlah faktor sosial, ekonomi dan budaya (Maangi, 2014: 119-128). Orang tua memiliki kewajiban untuk memilihkan sekolah yang terbaik bagi anak. Sebagaimana yang tercantum dalam Undang –Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 7 yang berbunyi: (1) berhak berperan serta dalam memilih satuan pendidikan dan memperoleh informasi tentang perkembangan pendidikan anaknya, (2) orang tua dari anak usia belajar berkewajiban memberikan pendidikan dasar kepada anaknya. Menurut Prihanto (2013: 66) orang tua adalah ayah dan ibu yang menjadi pendidik pertama dan utama bagi anak–anaknya. Pada jaman sekarang orang tua lebih percaya dengan Sekolah Dasar berbasis islam selain peminatnya banyak juga memiliki alasan lain diantaranya: pelajaran agama yang lebih intensif, pelatihan tingkah laku dan budi pekerti menurut tuntunan agama, kegiatan tambahan yang positif, kegiatan ekstrakurikuler yang wajib, fasilitas dan sarana prasarana yang lengkap maka dari itu orang tua sekarang lebih cenderung memilih Sekolah

berbasis agama. Berdasarkan hasil wawancara Mareta eka syafitri kelas

8A mengatakan bahwa:

“Saya memilih sekolah ini karena dukungan dari orang tua saya mbak disuruh sama orang tua saya karena disini sekolah berbasis agama katanya disini juga kebetulan ada saudara saya yang ngajar jadi katanya orang tua saya biar bisa dipantau juga, jadi saya mau mau saja kebetulan kan juga ada bus antar jemput disini jadi saya enak berangkat sekolahnya ikut bus tidak usah diantar”.

3. Jumlah siswa

a. Naik

Jumlah siswa tiap tahunnya terkadang ada kenaikan ataupun penurunan menurut Bapak Yusril Assidiqi selaku kepala humas mengatakan:

“Jika saat pendaftaran siswa baru murid yang daftar banyak melebihi ekspektasi sekolah kita ya bersyukur berarti pemasaran yang sekolah yang selama ini dilakukan berhasil”.

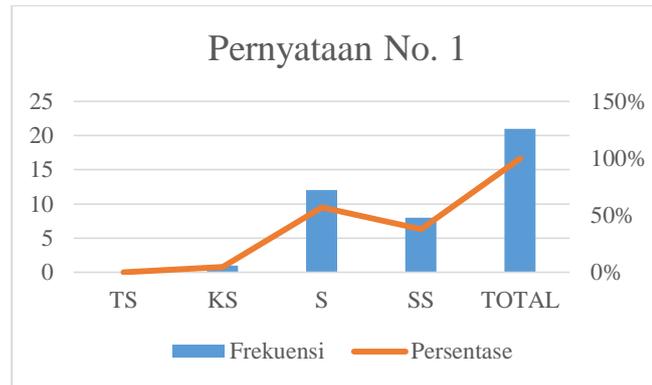
b. Turun

Dalam wawancara Bapak Yusril Assidiqi juga mengatakan:

“Jika ada penurunan atau jumlah siswa yang mendaftar pada saat pendaftaran siswa baru hal yang dilakukan oleh kami atau sekolah ini yaitu menerima siswa pindahan mbak jadi jika ada siswa pindahan nantinya yang mendaftar kami terima dan kami juga melakukan observasi terkait pemasarannya lagi jadi kayak lebih meningkatkan begitu”.

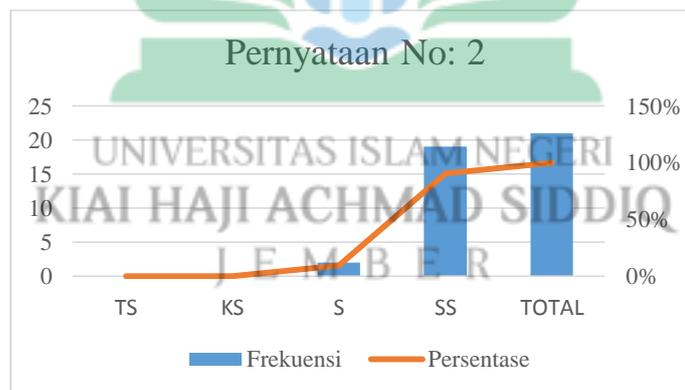
4. Persepsi siswa tentang strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa

Berdasarkan data siswa yang berjumlah sebanyak 232 , maka peneliti mengambil sampel 10 % dari keseluruhan jumlah populasi, yakni dengan total sampel yang diambil berjumlah 21 siswa, dengan hasil presentase angket sebagai berikut:



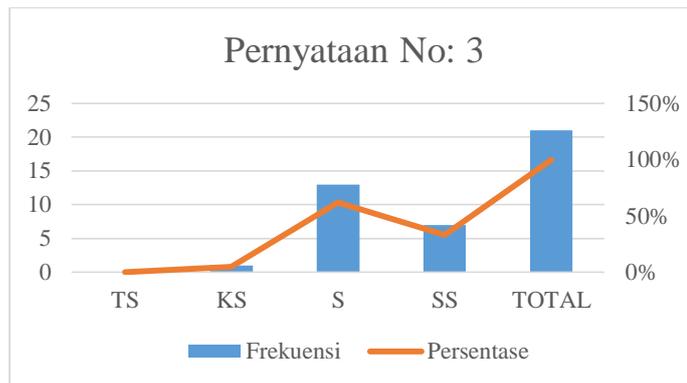
Gambar 4. 4 Diagram Pernyataan No.1

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 40 % sangat setuju, 50 % setuju, 10 % kurang setuju dan 0 % tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa 60% siswa mayoritas sangat setuju dan setuju dengan biaya pendaftaran di SMP Argopuro.



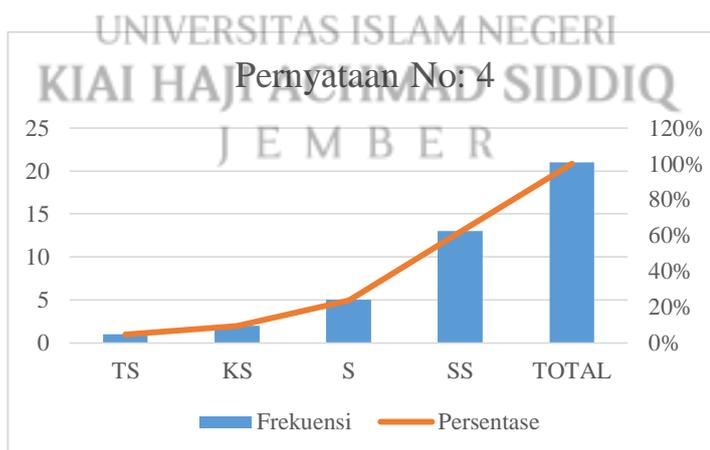
Gambar 4. 5 Diagram Pernyataan No.2

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 90 % sangat setuju, 10 % setuju, 0 % kurang setuju dan 0 % tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju dengan biaya infak yang harus dibayar setiap hari jumat sangat murah.



Gambar 4. 6 Diagram Pernyataan No. 3

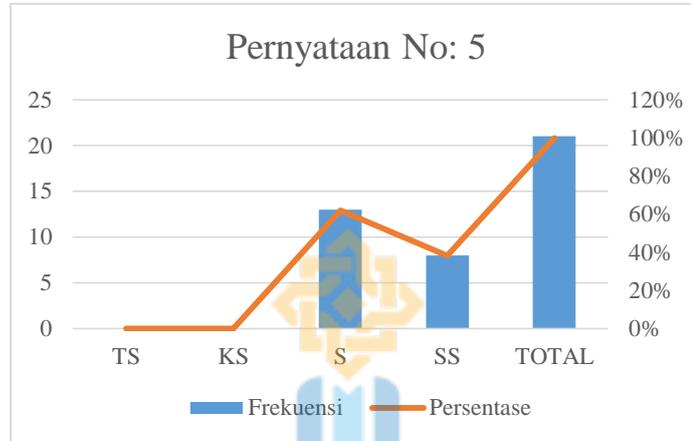
Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 34 % sangat setuju, 62 % setuju, 4 % kurang setuju dan 0 % tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa lebih banyak yang menganggap setuju dan sangat setuju bahwa biaya LKS di SMP Argopuro sangat murah namun ada 4 % siswa yang kurang setuju bahwa biaya LKS di SMP Argopuro sangat Murah.



Gambar 4. 7 Diagram Pernyataan No. 4

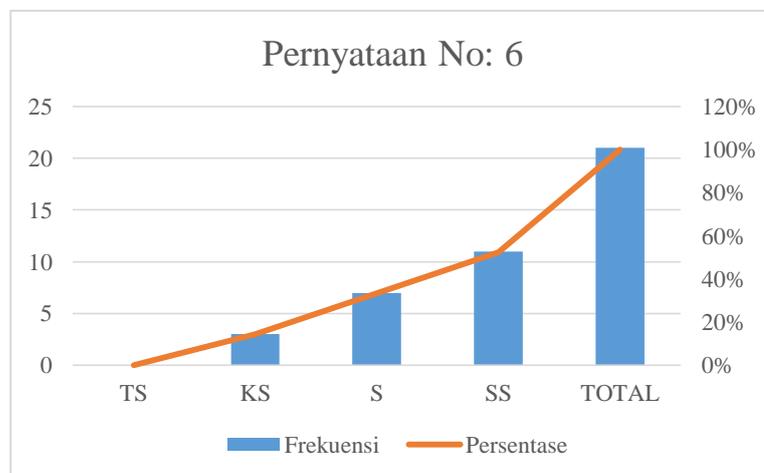
Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 62% sangat setuju, 24 % setuju, 10 % kurang setuju dan 5 % tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa yang

sangat setuju dan setuju ada 86% bahwa harga seragam sekolah di SMP Argopuro Panti sangat murah, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju dan tidak setuju ada 15%.



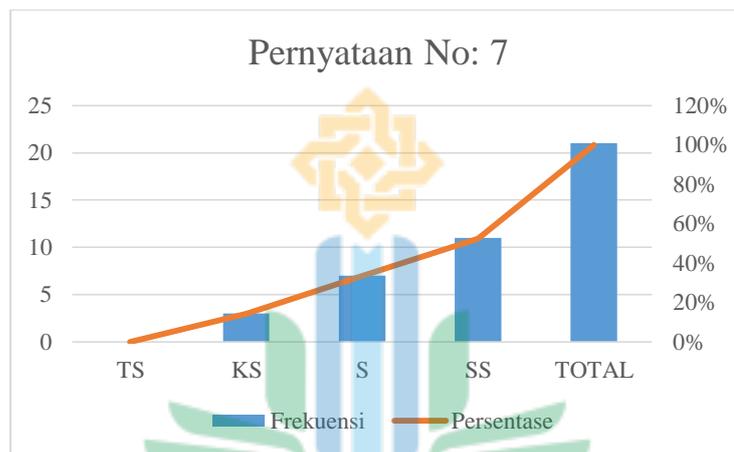
Gambar 4. 8 Diagram Pernyataan No. 5

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 38% sangat setuju, 62% setuju, 0% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju SMP Argopur memiliki lokasi yang mudah dijangkau transportasi umum dan pribadi.



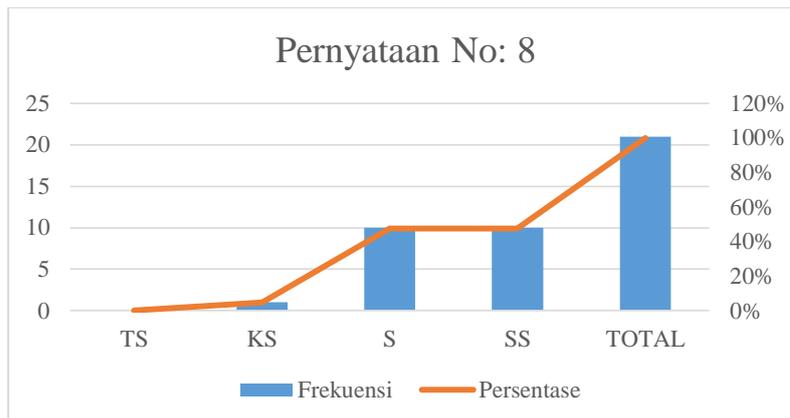
Gambar 4. 9 Diagram Pernyataan No. 6

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 38% sangat setuju, 62% setuju, 0% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju SMP Argopur memiliki lokasi yang mudah dijangkau transportasi umum dan pribadi.



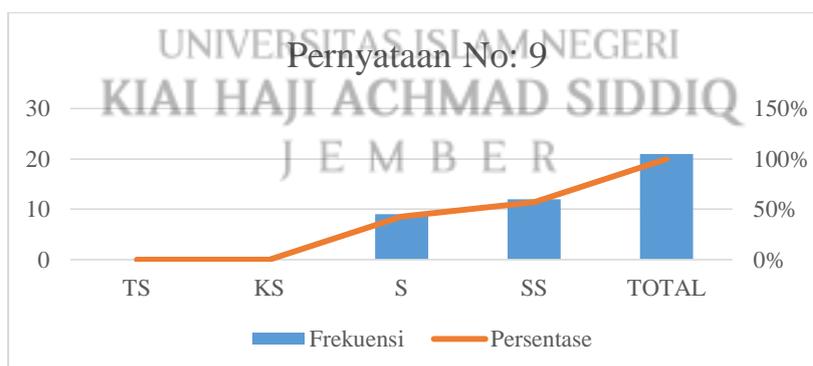
Gambar 4. 10 Diagram Pernyataan No. 7

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 48% sangat setuju, 33% setuju, 19% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 81% dengan pernyataan SMP Argopuro Panti memiliki lokasi yang sangat strategis, sedangkan siswa yang kurang setuju ada 19%.



Gambar 4. 11 Diagram Pernyataan No. 8

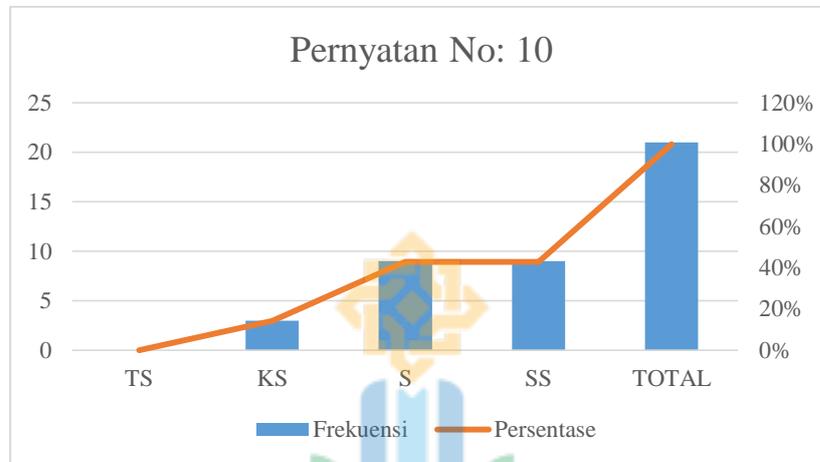
Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 47% sangat setuju, 48% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 81% dengan pernyataan tingkat kemacetan menuju SMP Argopuro Panti sering terjadi, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju ada 5%.



Gambar 4. 12 Diagram Pernyataan No. 9

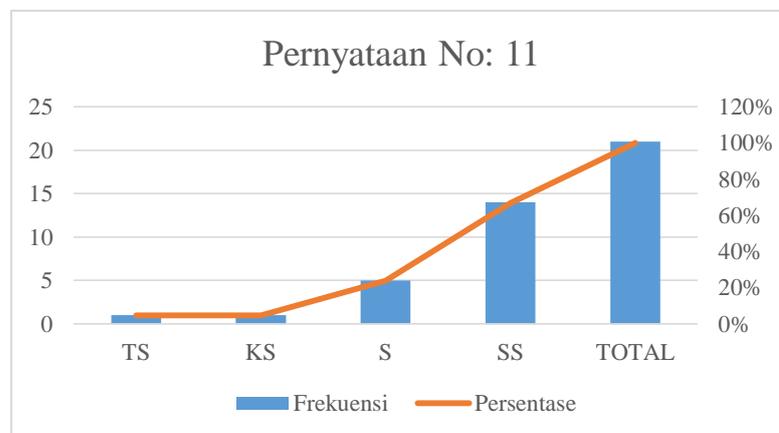
Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 57% sangat setuju, 43% setuju, 0% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 100% dengan pernyataan tingkat kemacetan menuju SMP Argopuro Panti sering terjadi.

pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki kantin yang cukup luas, nyaman dan bersih.



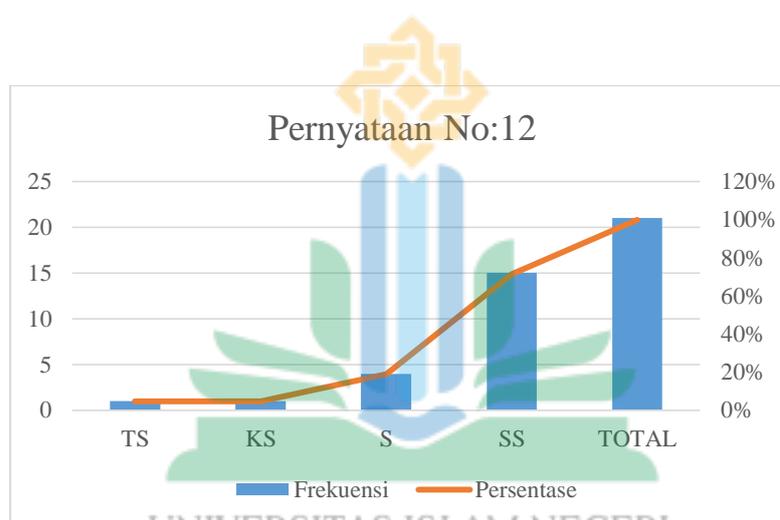
Gambar 4. 13 Diagram Pernyataan No. 10

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 43% sangat setuju, 43% setuju, 14% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 86% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki masjid yang luas dan bersih digunakan, dan da 14% siswa kurang setuju.



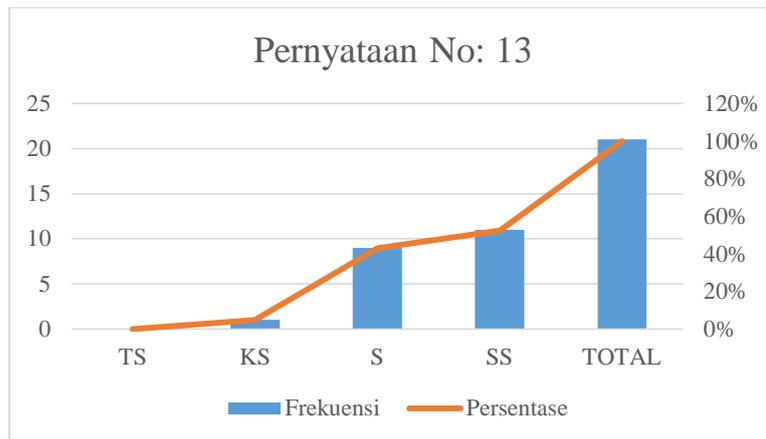
Gambar 4. 14 Diagram Pernyataan No. 11

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 57% sangat setuju, 43% setuju, 0% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 100% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki kantin yang cukup luas, nyaman dan bersih.



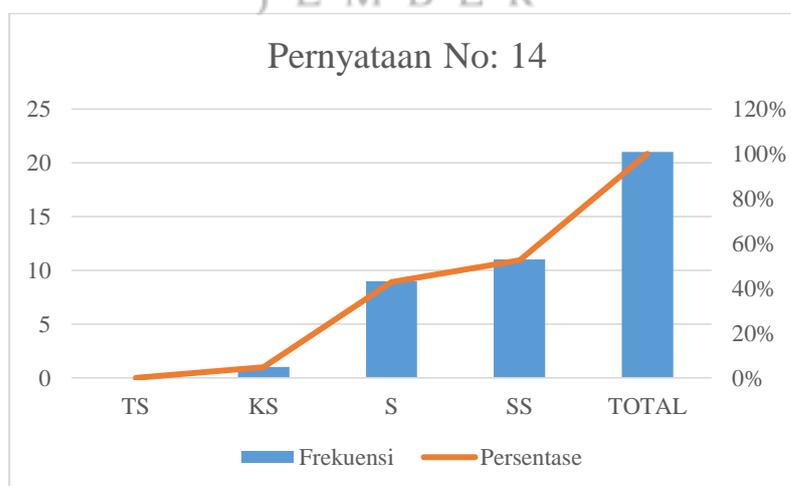
Gambar 4. 15 Diagram Pernyataan No. 12

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 71% sangat setuju, 19% setuju, 5% kurang setuju dan 5% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 90% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki ruang kelas yang bersih, luas dan nyaman digunakan untuk kegiatan belajar mengajar, persepsi siswa yang kurang setuju dan tidak setuju yaitu 10%.



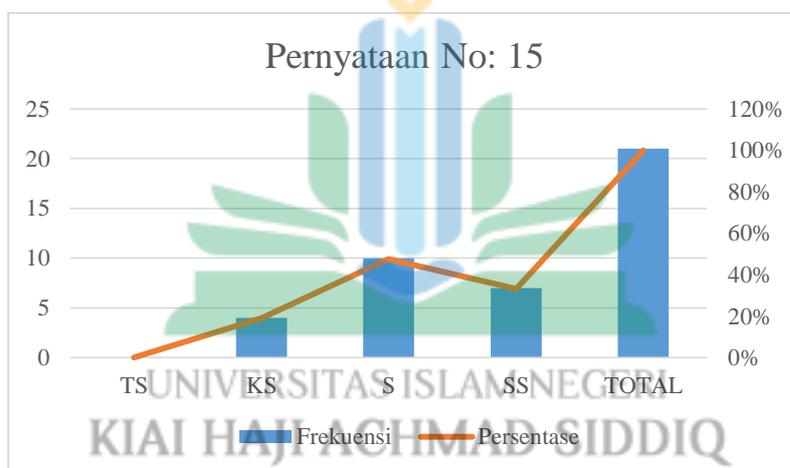
Gambar 4. 16 Diagram Pernyataan No. 13

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 52% sangat setuju, 43% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki sarana dan prasarana yang baik untuk membantu kegiatan belajar mengajar, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju yaitu 5%.



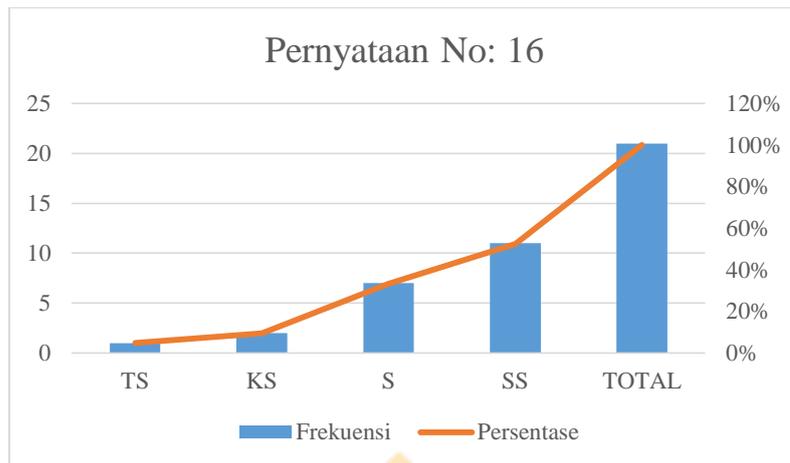
Gambar 4. 17 Diagram Pernyataan No. 14

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 33% sangat setuju, 57% setuju, 5% kurang setuju dan 5% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 90% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki lapangan yang luas dan nyaman untuk kegiatan olahraga dan eskul siswa, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju dan tidak setuju yaitu 10%.



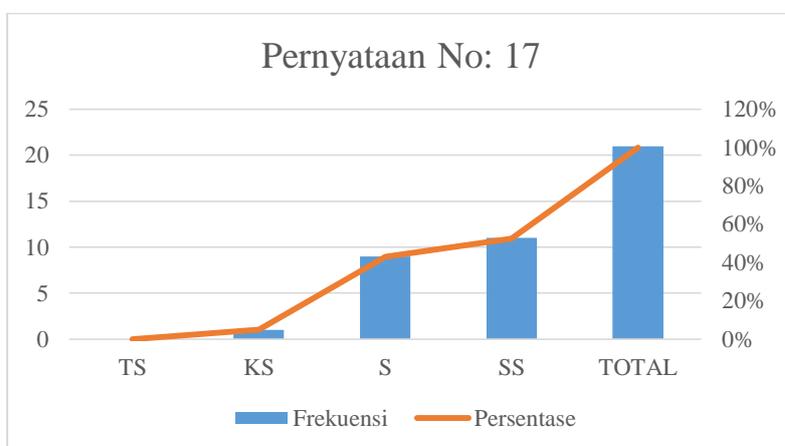
Gambar 4. 18 Diagram Pernyataan No. 15

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 33% sangat setuju, 48% setuju, 19% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 81% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki parkir khusus siswa yang luas, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju yaitu 19%.



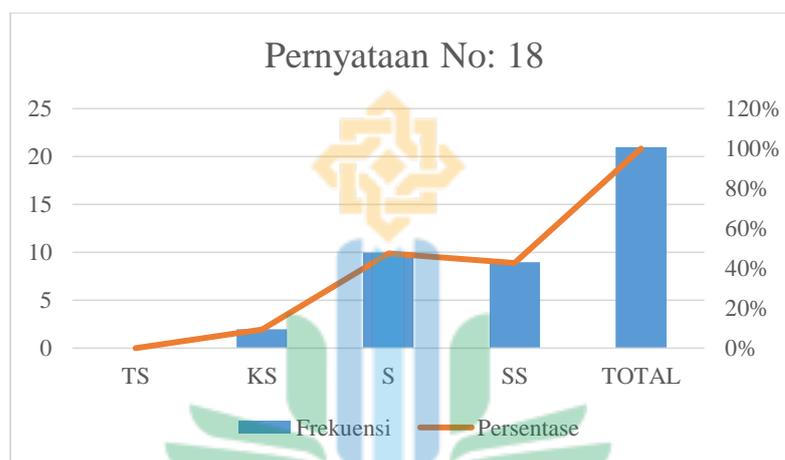
Gambar 4.19 Diagram Pernyataan No. 16

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 52% sangat setuju, 33% setuju, 10% kurang setuju dan 5% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 85% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memiliki perpustakaan yang nyaman digunakan, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju dan tidak setuju yaitu 15%.



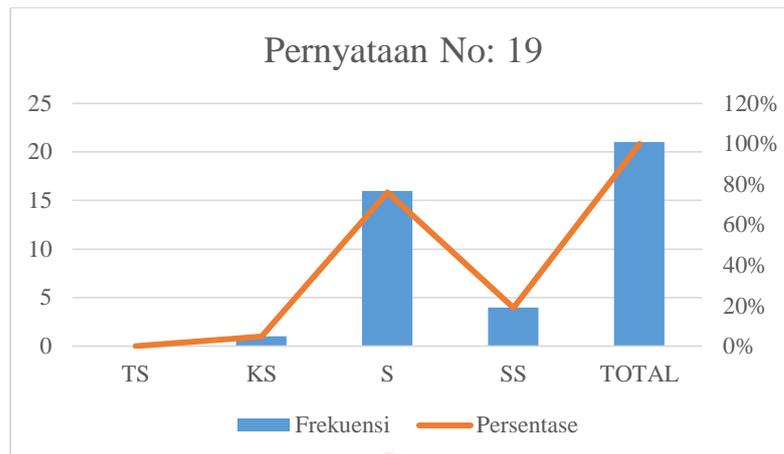
Gambar 4.20 Diagram Pernyataan No. 17

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 52% sangat setuju, 43% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro melakukan promosi ke sekolah SD dan MI saat masa ppbd, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.



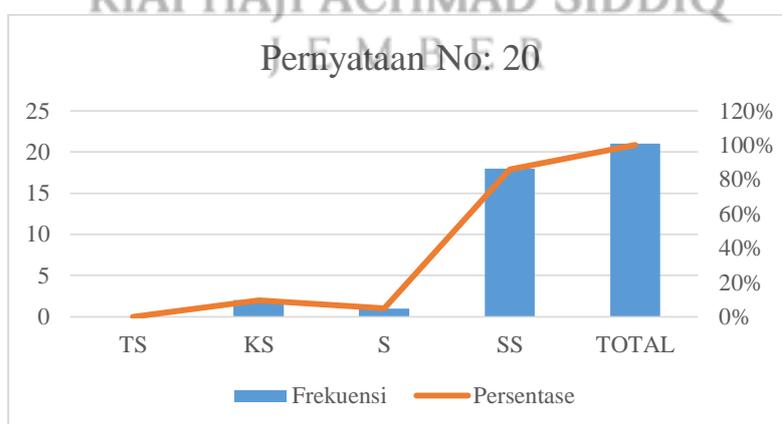
Gambar 4. 21 Diagram Pernyataan No. 18

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 43% sangat setuju, 48% setuju, 9% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 91% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro membagikan browser ppbd yang berisi tentang lokasi, ekstrakurikuler sarana prasarana, program unggul, foto kegiatan siswa, dan foto siswa berprestasi, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 9%.



Gambar 4. 22 Diagram Pernyataan No. 19

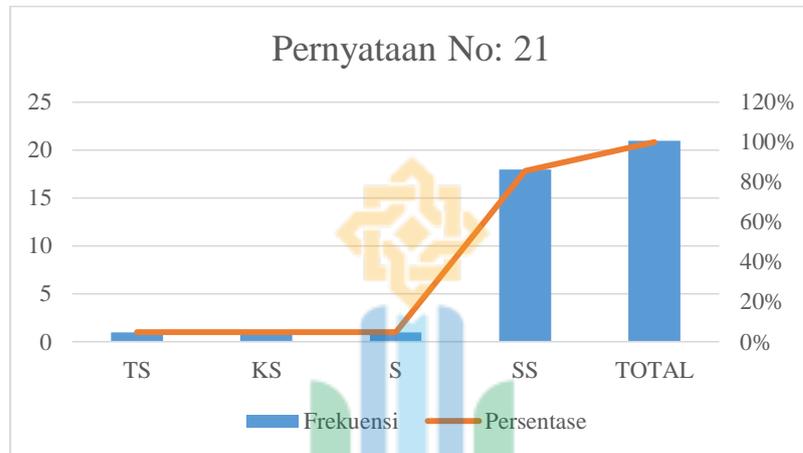
Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 19% sangat setuju, 76% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memasang spanduk penerimaan siswa baru dipinggir jalan, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%



Gambar 4. 23 Diagram Pernyataan No. 20

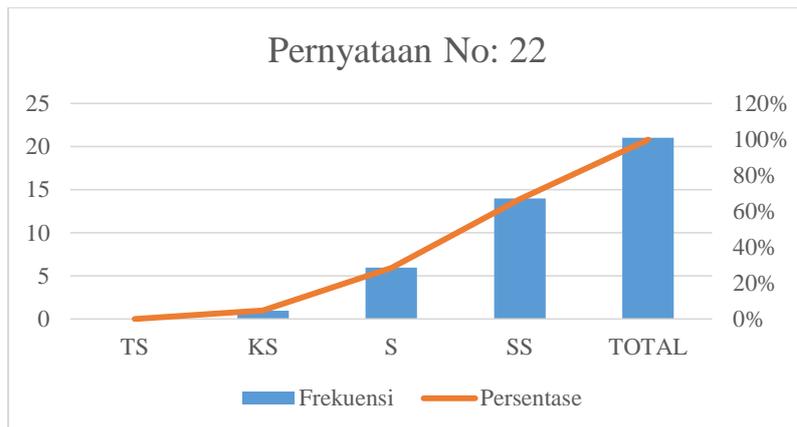
Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 85% sangat setuju, 5% setuju, 10% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat

disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 80% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro mempromosikan ppdb melalui media social sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 10%.



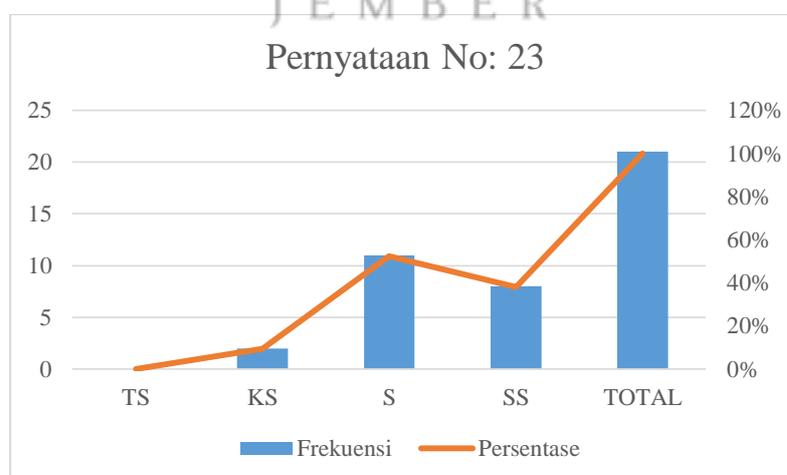
Gambar 4. 24 Diagram Pernyataan No. 21

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 85% sangat setuju, 5% setuju, 5% kurang setuju dan 5% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 75% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro membacakan asmaul husna sebelum pembelajaran dimulai, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju dan tidak setuju 15%.



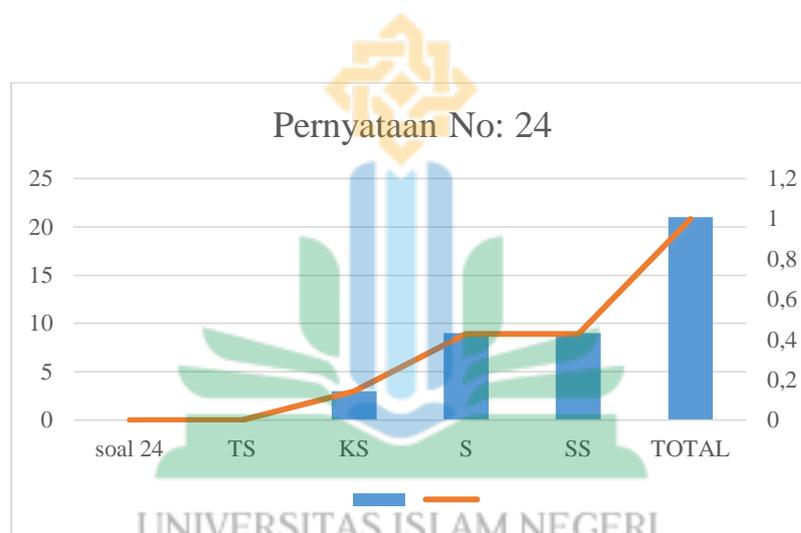
Gambar 4. 25 Diagram Pernyataan No. 22

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 67% sangat setuju, 29% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro ada sebagian siswa yang berprestasi dibidang akademik dan non akademik, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.



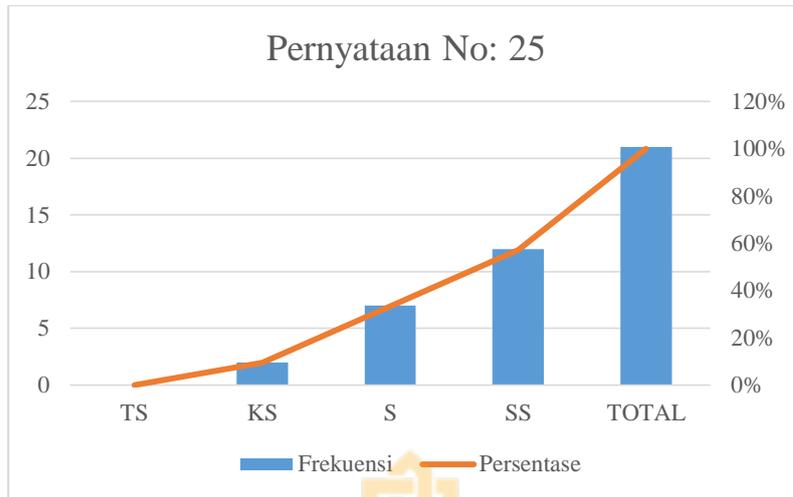
Gambar 4. 26 Diagram Pernyataan No. 23

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 38% sangat setuju, 52% setuju, 10% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 80% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro mengadakan kegiatan santunan anak yatim untuk siswa/ siswi yatim, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.



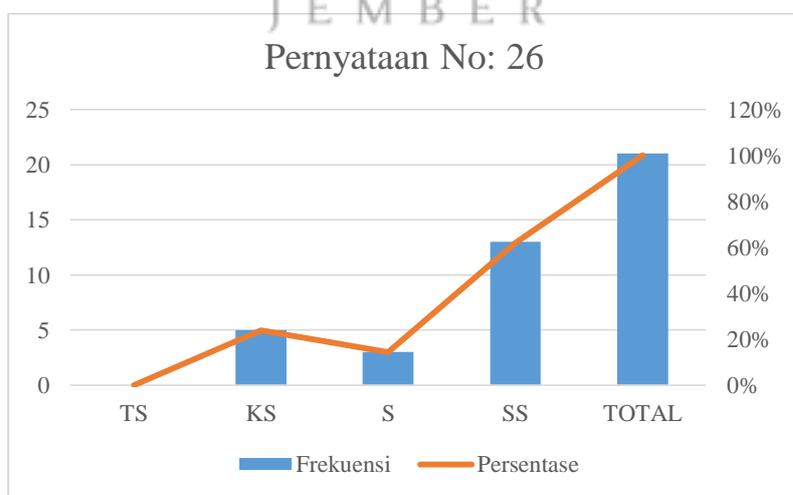
Gambar 4. 27 Diagram Pernyataan No. 24

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 43% sangat setuju, 43% setuju, 14% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 83% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro mengadakan kegiatan pondok ramadhan, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 14%.



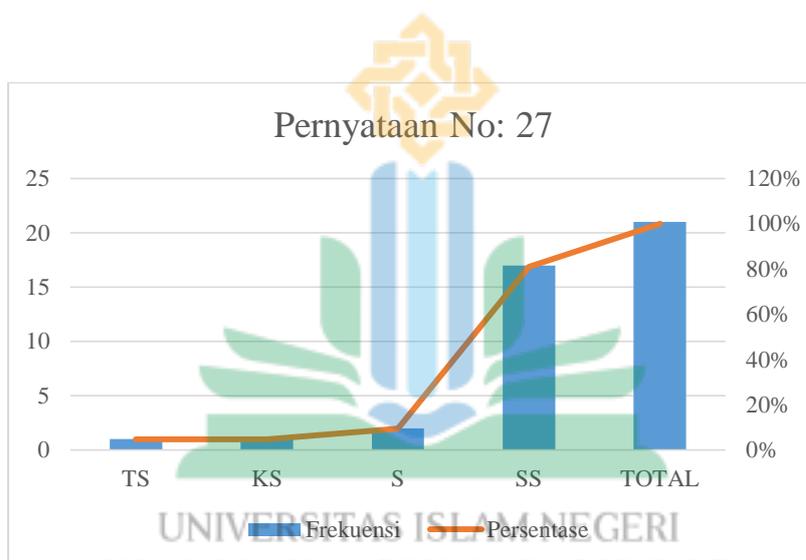
Gambar 4. 28 Diagram Pernyataan No. 25

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 57% sangat setuju, 33% setuju, 10% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 80% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro mengadakan kegiatan maulid nabi, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 10%.



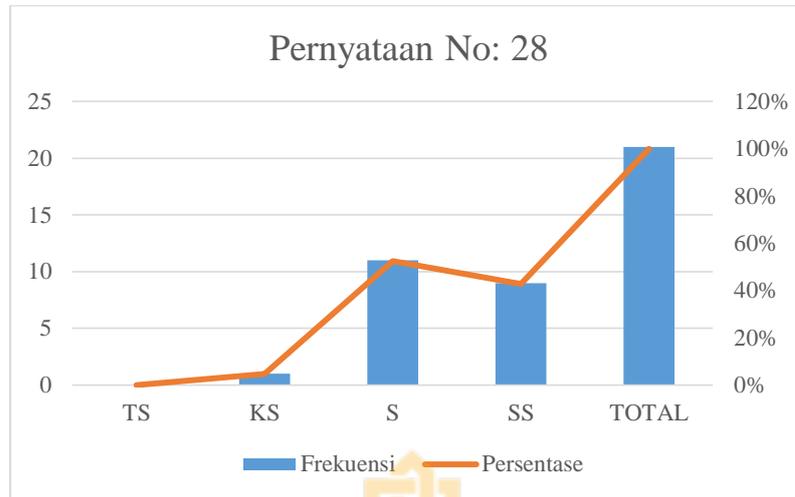
Gambar 4. 29 Diagram Pernyataan No. 26

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 62% sangat setuju, 14% setuju, 24% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 76% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memberikan sarana kendaraan untuk antar jemput siswa/ siswi yang jarak rumahnya jauh dari sekolah, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 24%.



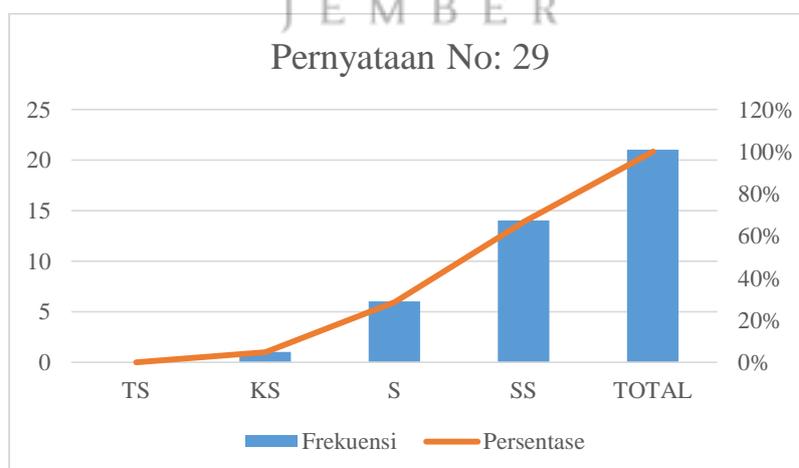
Gambar 4. 30 Diagram Pernyataan No. 27

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 81% sangat setuju, 9% setuju, 5% kurang setuju dan 5% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro mempunyai ekstrakurikuler sepak bola, volley dll, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju dan tidak setuju 10%.



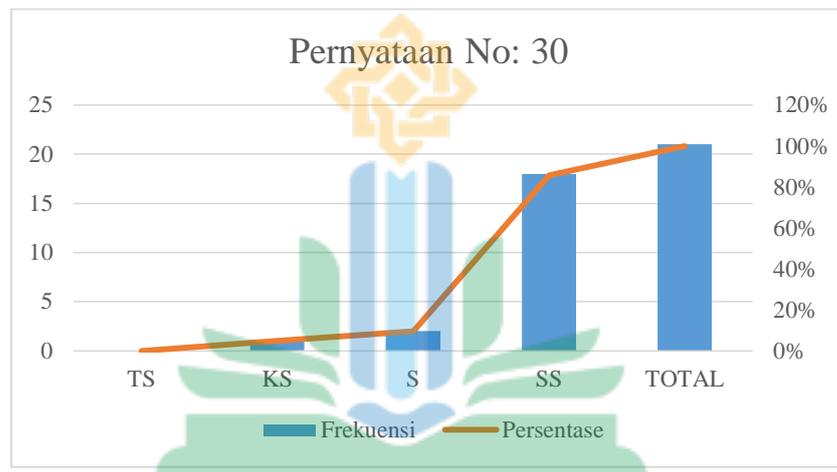
Gambar 4. 31 Diagram Pernyataan No. 28

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 43% sangat setuju, 52% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memilih SMP Argopuro karna minat dari diri sendiri, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.



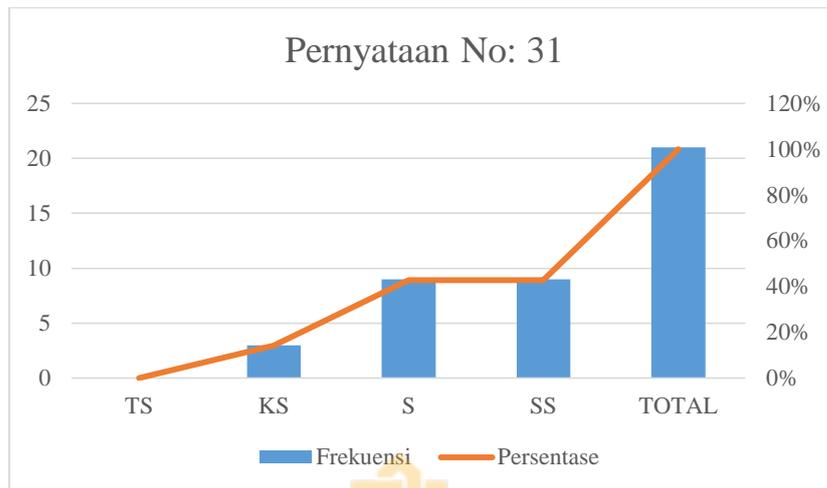
Gambar 4. 32 Diagram Pernyataan No. 29

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 67% sangat setuju, 28% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memilih bersekolah di SMP Argopuro karena diajak teman, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.



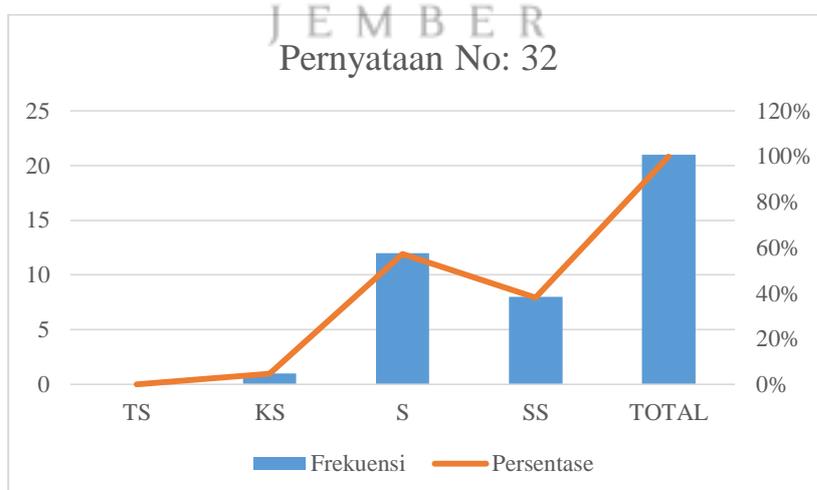
Gambar 4.33 Diagram Pernyataan No. 30

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 86% sangat setuju, 9% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro memilih bersekolah di SMP Argopuro karena disuruh orang tua, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.



Gambar 4. 34 Diagram Pernyataan No. 31

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 43% sangat setuju, 43% setuju, 14% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 86% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro jumlah siswa setiap tahunnya semakin banyak, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 14%.



Gambar 4. 35 Diagram Pernyataan No. 32

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa siswa 38% sangat setuju, 57% setuju, 5% kurang setuju dan 0% tidak setuju, dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi siswa sangat setuju dan setuju ada 95% dengan pernyataan bahwa SMP Argopuro jumlah siswanya semakin menurun, sedangkan persepsi siswa yang kurang setuju 5%.

C. Pembahasan Temuan

1. Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti.

Berdasarkan pada hasil temuan yang telah dipaparkan sebelumnya, dan teori yang berkaitan dengan hasil temuan, maka peneliti akan memaparkan pembahasan temuan sebagai berikut:

a. Harga (Price)

Berdasarkan hasil temuan yang ditemukan bahwa dalam lembaga SMP Argopuro harga yang ditawarkan untuk peserta didik sangat terjangkau, untuk pendaftaran siswa baru gratis, dan tidak ada SPP tiap bulannya, hanya ada pembayaran seragam saat awal masuk sekolah untuk siswa baru, pembayaran infak seikhlasnya tiap hari jumat, pembayaran buku lks dan pembayaran uang ujian sekolah setiap ujian persemester. Untuk dana yang didapat lembaga untuk kebutuhan jasa pendidikan dan sarana prasarana yang menunjang proses belajar mengajar yaitu dari yayasan dan dana sekolah atau bos.

Sedangkan menurut kajian teori Price (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu

produk. Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, investasi bangunan, laboratorium dan lain-lain.⁵³

Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa peneliti menemukan persamaan yang ada dikajian teori dengan hasil temuan yang ada dilapangan yakni sama sama membayar jasa pendidikan meskipun lembaga tidak menetapkan uang spp hanya menetapkan uang pembayaran ujian semester yang dikeluarkan oleh siswa untuk mendapatkan jasa pendidikan dan untuk menunjang proses pembelajaran siswa.

b. Lokasi (Place)

Berdasarkan hasil temuan bahwa lembaga SMP Argopuro terletak di jalan lapangan no 29 desa panti kecamatan panti kabupaten jember, letak SMP Argopuro sangat strategis berada dipinggir jalan dan bisa di lalui oleh kendaraan roda 4, roda 2, bahkan bus juga bisa, untuk kemacetan tidak sering terjadi karena jalan di depan SMP Argopuro bukan merupakan jalan raya besar.

Sedangkan menurut kajian teori Lokasi (Place) berarti berhubungan dengan dimana perusahaan jasa harus bermarkas dan melakukan aktivitas kegiatannya. Dalam konteks jasa pendidikan madrasah place adalah lokasi sekolah berada. Lokasi sekolah sedikit

⁵³ Buchari Alma and Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta, 2009).

banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri.⁵⁴

Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa peneliti menemukan persamaan yaitu sama-sama memiliki lokasi yang strategis untuk sekolah dan menjadikan daya tarik untuk orang tua atau siswa baru yang mau mendaftarkan ke sekolah tersebut.

c. Promosi (Promotion)

Berdasarkan hasil temuan SMP Argopuro melakukan promosi sekolah atau lembaga menggunakan beberapa promosi yaitu dengan bersilaturahmi dalam satu acara bersama warga sekitar sekaligus mempromosikan SMP Argopuro Panti, dan menggunakan promosi banner yang di pasang dipinggir jalan, juga menggunakan promosi sosial media instagram yayasan, instagram sekolah, dan status WA para guru dan alumni.

Sedangkan menurut kajian teori Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan penjualan produk dipasaran yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen akan manfaat produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara advertising melalui media TV, radio, surat kabar, buletin, dan lain-lain.

Promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran pendidikan,

⁵⁴ Hargo Utomo, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gunadarma, 1993).

bazar pendidikan dan investasi, melakukan kontak langsung dengan siswa dan juga melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat.⁵⁵

Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada persamaan yaitu sama sama mempromosikan sekolah dengan berbagai macam alat promosi yaitu dengan banner, sosial media dan lain sebagainya.

d. Produk (Product)

Berdasarkan hasil temuan SMP Argopuro memiliki berbagai macam program yaitu pelaksanaan hari besar islam seperti maulid nabi, isra' mi'raj, pondok ramadhan, dan pelaksanaan upacara 17 agustus, upacara hari guru, pramuka, di SMP Argopuro juga mengadakan pembacaan asmaul husna sebelum pembelajaran dimulai, dan ada berbagai macam ekstrakurikuler salah satunya yang paling unggul yaitu sepak bola beberapa siswa SMP Argopuro juga pernah menjadi juara soeratin dan pemain terbaik di liga soeratin Jember.

Sedangkan menurut kajian teori Produk dengan kata lain adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang di inginkan. Sedangkan

⁵⁵ Kotler and Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Principls Of Marketing*.

kompetensi lulusan adalah yang kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan ketrampilan.⁵⁶

Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa sama sama menawarkan produk yang unggul dan bagus untuk para calon siswa baru agar menarik minat mereka untuk bersekolah di sekolah tersebut

2. Minat Siswa

a. Dorongan dari dalam diri individu

Berdasarkan hasil temuan beberapa siswa SMP Argopuro memilih bersekolah di SMP Argopuro karena keinginan sendiri menurut mereka salah satu faktornya yaitu dekat dari rumah dan juga sekolah yang bagus untuk program ekstrakurikuler.

Sedangkan menurut kajian teori dorongan dari dalam diri individu adalah motivasi yang dapat memberikan dorongan atau rangsangan kepada karyawan sehingga mereka bersedia bekerja dengan ikhlas dan tidak terbebani.⁵⁷

Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan yaitu sama sama termotivasi dari diri sendiri untuk menentukan pilihan sekolahnya bukan dari orang lain atau lingkungan.

b. Motif sosial

Berdasarkan hasil temuan beberapa siswa SMP Argopuro memilih sekolah di SMP Argopuro yaitu karena motif sosial, menurut

⁵⁶ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi askara, 2016).

⁵⁷ Djamarah, *Psikologi Belajar*.

mereka karena ajakan teman yang menjadikan mereka memilih sekolah SMP Argopuro.

Sedangkan menurut kajian teori motif yang menunjukkan bahwa tujuan yang ingin dicapai mempunyai interaksi dengan orang lain.⁵⁸

Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan yaitu sama sama menjadikan orang lain untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai

c. Pertimbangan orang tua

Berdasarkan hasil temuan beberapa siswa SMP Argopuro memilih sekolah SMP Argopuro karena disuruh atau didukung oleh orang tua menurut mereka karena jarak sekolah yang dekat dari rumah dan adanya fasilitas bus antar jemput sekolah.

Sedangkan menurut kajian teori pertimbangan orang tua adalah kesadaran akan tanggung jawab mendidik dan membina anak secara terus menerus dengan memberikan bantuan oleh orang tua terhadap anak untuk memenuhi kebutuhan dasar anak dalam wujud pemberian perhatian, perasaan aman dan nyaman, serta rasa kasih sayang.⁵⁹ Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan yaitu sama sama peran orang tua membantu untuk pendidikan anaknya dengan mendukung memilih sekolah yang bagus dan baik.

⁵⁸ M. Nur Ghufroon and Rini Risnawati, *Teori- Teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012).

⁵⁹ Witherington, *Psikologi Pendidikan*.

3. Jumlah siswa

a. Naik

Berdasarkan hasil temuan menurut kepala sekolah SMP Argopuro saat pendaftaran siswa baru terkadang mengalami kenaikan jumlah siswanya dan menurut beliau itu merupakan keberhasilan dari pemasaran yang dilakukan oleh pihak sekolah.

Sedangkan menurut kajian teori naik adalah jumlah siswa mengalami kenaikan jumlah pendaftarannya. Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan yaitu sama sama mengalami kenaikan untuk pendaftaran siswa baru.

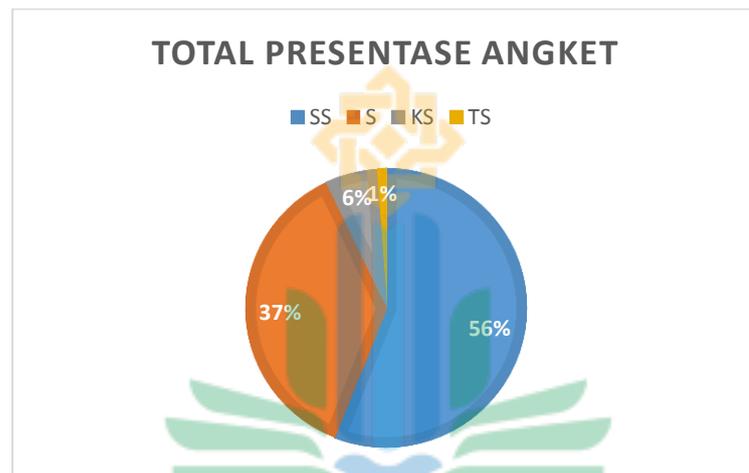
b. Turun

Berdasarkan hasil temuan menurut kepala sekolah SMP Argopuro saat pendaftaran siswa baru terkadang mengalami penurunan jumlah siswanya dan menurut beliau itu merupakan kegagalan dari pemasaran yang dilakukan oleh pihak sekolah, maka dari itu kepala sekolah melakukan evaluasi bersama para guru guru membahas tentang penurunan jumlah siswa tersebut agar tahun depan pemasaran yang dilakukan berhasil.

Sedangkan menurut kajian teori turun adalah jumlah siswa mengalami penurunan jumlah pendaftarannya. Berdasarkan hasil kajian teori dan temuan yaitu sama sama mengalami penurunan untuk pendaftaran siswa baru.

4. Persepsi siswa tentang strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru di SMP Argopuro Panti Jember.

Berdasarkan hasil presentase angket yang telah disebarakan kepada 21 siswa, serta perolehan presentase angket dari 32 pertanyaan, diperoleh hasil dari total presentase angket sebagai berikut:



Dari diagram tersebut dapat diketahui bahwa total presentase angket siswa yang sangat setuju sebanyak 56%, total presentase angket siswa yang setuju sebanyak 37%, total presentase angket siswa yang kurang setuju sebanyak 6%, dan total presentase angket siswa yang tidak setuju sebanyak %.

Dari diagram total hasil angket tersebut dapat disimpulkan bahwa sebanyak 56 % siswa setuju bahwa SMP Argopuro Panti mampu mengatur strategi manajemen pemasaran untk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru, sebanyak 37 % siswa sangat setuju bahwa SMP Argopuro Panti mampu mengatur strategi manajemen pemasaran untk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru, sebanyak 6 % siswa kurang setuju bahwa SMP Argopuro Panti mampu mengatur strategi manajemen pemasaran untuk

meningkatkan minat dan jumlah siswa baru, sebanyak 1 % siswa tidak setuju bahwa SMP Argopuro Panti mampu mengatur strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa baru.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh peneliti terhadap data-data yang diperoleh selama lapangan terkait strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan minat dan jumlah siswa di SMP Argopuro Panti, peneliti mengambil dua pokok bahasan atau dua pokok topik yaitu mengenai adanya strategi manajemen pemasaran di Smp Argopuro Panti, faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran di Smp Argopuro Panti Setelah melalui proses penelitian maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan SMP Argopuro Panti untuk meningkatkan peminat layanan jasa pendidikan dilakukan dengan melibatkan seluruh komponen yang dimiliki dengan melakukan kegiatan pemasaran yang berbeda dari sekolah yang menjadi pesaing. Dengan adanya komponen tersebut dapat menjadikan SMP Argopuro dipilih masyarakat yang memiliki peranan penting dalam pemasaran yang dilakukan. Tidak hanya demikian dalam proses pembelajaran sekolah memberikan pengalaman bagi peserta didik untuk tetap memahami pembelajaran secara intelektual dan juga keagamaan dengan memberikan fasilitas terbaik yang dimiliki, selain itu strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan sekolah menggunakan dua cara atau strategi yakni pemasaran yang dilakukan oleh madrasah secara langsung, dengan memanfaatkan kelebihan IT (Information Technology) serta menggunakan

media cetak dengan mengirim brosur dan membuat spanduk PPDB. Sedangkan pemasaran yang dilakukan secara tidak langsung yakni dengan melakukan berbagai kegiatan sosial yang berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar sekolah. Dengan demikian dalam pemasaran yang dilakukan mampu memiliki dua kekuatan yang mampu menjadikan madrasah ini dipilih masyarakat untuk memakai jasa pendidikan yang ditawarkan.

Strategi pemasaran SMP Argopuro memiliki 4 komponen yang dimiliki. Dari Produk yang dapat diterima oleh masyarakat untuk mengembangkan nilai keagamaan, Harga yang ditetapkan relative murah dan dapat dijangkau oleh semua kalangan, Lokasi yang mudah diakses dan letaknya yang strategis, Promosi yang digunakan sesuai perkembangan zaman dan mudah diakses oleh semua pengguna jasa pendidikan.

2. Adapun faktor pendukung serta faktor penghambat sekolah dalam memasarkan lembaganya adalah sebagai berikut: (a) faktor pendukung: sekolah mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap dan cukup mendukung proses pembelajaran peserta didik. Sekolah ini mampu memberikan berbagai program untuk menarik minat peserta didik dengan melakukan interaksi langsung kepada masyarakat, adanya strategi pemasaran secara tidak langsung yang menjadikan kepercayaan bagi pengguna jasa dengan bentuk nyata, adanya pelayanan yang baik yang diberikan kepada warga sekolah, adanya nilai-nilai agamis sebagai penekanan pada nilai karakter peserta didik. (b) faktor penghambat, faktor penghambat yang dimiliki oleh SMP Argopuro Panti diantaranya adalah

masih adanya masyarakat yang belum percaya dengan sekolah swasta dan memilih lembaga pendidikan yang berbasis sekolah Negeri serta masih kurangnya minat peserta didik untuk sekolah di SMP yang berbasis islam swasta tersebut.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan berdasarkan hasil temuan dilapangan terkait strategi manajemen pemasaran di SMP Argopuro Panti maka peneliti memberikan beberapa masukan serta saran yang mungkin dapat memberikan masukan. Saran tersebut peneliti rangkum sebagai berikut:

1. Untuk Humas sekolah sebagai perwakilan dari pengurus yayasan yang diberikan beberapa tugas dan pemantau madrasah untuk memberikan dan mengadakan peluasan lahan untuk memenuhi kebutuhan para siswa mengembangkan bakatnya. Terutama untuk peluasan lapangan volly. Dengan adanya lapangan atau peluasan lahan yang dilakukan menjadikan fasilitas yang dimiliki oleh madrasah semakin baik untuk memenuhi kebutuhan dari para peserta didik untuk mengembangkan bakat serta minat bagi siswa yang membutuhkan fasilitas tersebut.
2. Untuk kepala sekolah beserta jajaran pendidik untuk terus meningkatkan area atau lokasi pemasaran pendidikan bukan hanya di lingkungan desa panti tetapi juga terhadap sekolah-sekolah yang berada diluar desa panti. Karena selama ini pemasaran yang dilakukan hanya lingkup desa panti dan selalu mengedepankan siswa dari MI yang menjadi sasaran pemasaran sekolah, maka dari itu sekolah harus mampu mengembangkan daerah

pemasaran yang dituju. Saran yang selanjutnya dapat diberikan yaitu dengan memberikan uang jaryah atau infaq yang dapat diberikan oleh masing-masing peserta didik dapat dimaksimalkan seluruhnya untuk kebutuhan balajar mengajar yang semestinya. Dengan demikian pemasaran pendidikan dapat dilakukan dan diaplikasikan oleh seluruh elemen lembaga pendidikan



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. 3rd ed. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Alma, Buchari, and Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Anang Firmansyah, Didin Fatihudin. *Pemasaran Jasa*, n.d.
- Atiqotur Rohmah, Zulfah. *Pengaruh Produk Dan Jasa Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Memillih Sekoah Di SMK Muhammadiyah 3 Waleri Kenda*. Skripsi Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2019.
- Besty-Ann, Toffler, and Jane Imber. *Kamus Istilah Pemasaran*. Jakarta: PT Elex Media Kompotindo, 2002.
- Buharudin, Yusak. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 1998.
- Dewi, Iaksmi, and Masithoh. *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Depag RI, 2009.
- Dimas Arief Rahman, Ni Made Ariani, and Ni Nyoman Sri Arianti. *Persepsi Pengunjung Teehadap Kualitas Event Malang Flower Carnival (MFC) Sebagai Atraksi Wisata Di Kota Malang*. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalis* 1 no 2, 2017.
- Djali. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi askara, 2008.
- Djamarah, Syaiful Bahri. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Engkoswara, and Komariah. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Fathurrochman, Irwan. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihun Musiwaras," 1, 6 (2021): 9.
- Fitriana Ahmad. "MANAJEMEN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK DI MI DARUL HIKMAH BANTARSOKA." Skripsi, IAIN Purwokerto, 2016. <https://repository.uinsaizu.ac.id/920/>.
- Ghufron, M. Nur, and Rini Risnawati. *Teori- Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Gie, The Liang. *Cara Belajar Efisien*. Yogyakarta: Pusat Belajar Ilmu Berguna, 1998.
- Haque Fauzi, Marissa Grace. *Strategi Pemasaran Konsep Teori Dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Book, 2021.
- KBBI, Tim Redaksi. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Kolter, philips, and Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Principls Of Marketing*. Jakarta: Prenhalindo, 1997.
- Kusuma, Muhamad Halim. "Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten." *S2*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016. <https://doi.org/10.06.%20BAB%20IV.pdf>.
- Machfoedz, Mahmud. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Unit Pnerbit dan Percetakan Akademi Manajemen dan Perusahaab YNKP, 2005.
- Marjo, YS. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Surabaya: Beringi Jaya Surabaya, 1997.
- Muhibbinsyah. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: pt remaja rosdakarya, 2010.
- Mulyana, Aina. "Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, Petunjuk Teknis Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Pada, TK, SD, SMP, SMA, SMK, Tahun Pelajaran 2021-2022." *JELAJAH INFORMASI* (blog). Accessed February 21, 2023. <https://www.ainamulyana.com/2017/05/juknis-penerimaan-peserta-didik-baru.html>.
- Mundir, Abdillah. "STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MADRASAH." *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2015).
- Munir, M. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik" 1 (2017): 2.

- Musrifah. *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah*. Jurnal Simetrik 11 No, 1, 2021.
- Naisaburi, abi Muslim bin al-Hajjaj al-Qusyairi an-. *Shahih Muslim*. Hadist no. 6586. kairo: Maktabah ats-Tsaqaf ad-Dinaya, 2009.
- Nur Malina, Rita. *Pemasaran Konsep Dan Aplikasi*. Bandung: IPB Press, 2015.
- Nurhaliza, Fifin, Syarifah, and Indra Syahputra. "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Ubudiyah Pangkalan Berandan:" *Journal Idarah At-Ta'lim* 1, no. 1 (September 1, 2022): 42–52.
- penyusun, Tim. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2018.
- Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 Tentang Standar Nasional Pendidikan*, n.d.
- Prasetya, Joko Tri, and Abu Ahmadi. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung: Pustaka Setia, 2003.
- Prisgunanto, Ilham. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV prisani Cendikia, 2014.
- Rozali, Akhmad. *Validitas Dan Reliabilitas Menggunakan SPSS*, n.d. https://youtu.be/Ox8lyzdlg5U?si=osC44QII4_K5Uzd0.
- Shaleh, Abdul Rahman, and Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Persepektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Sudiarta, Nyoman. "Strategi Pemasaran Mengintegrasikan Konsep Pemasaran Parawisata Gaya Hidup Konsumen Dan Manajemen Destinasi Pariwisata Menuju Kualitas Pengalaman Berkelanjutan," 16, 2 (2011): 60.
- Sugiyono. *Metode Peneitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- "Surah Yusuf 47-49 | Qur'an Kemenag." Accessed February 21, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/surah/4>.
- Susilowati. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Universitas Pakuan Dalam Memilih Rumah Kos*. Vol. Vol VI, No 2. Jurnal Komunikasi, 2015.
- Syaiful, Djamarah Bahri. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Undang-Undang Dasar Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*, n.d.
- Utomo, Hargo. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gunadarma, 1993.
- wahyudi, Kacung. *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, n.d.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi askara, 2016.
- Witherington, H.C. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Zakiah, Eka Pratiwi, and A. Yayan. "PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DALAMMENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU DI MI MUHAMMADIYAHBOLON COLOMADU KARANGANYAR TAHUN PELAJARAN2016/2017," 2017. <https://www.semanticscholar.org/paper/PELAKSANAAN-STRATEGI-PEMASARAN-SEKOLAH-DALAMMENARIK-Zakiah-Yayan/9663616dc88dad123beab8aecd8498487eeee519>.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyatus sholehah

Nim : T20183158

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyan dan Ilmu Keguruan (FTIK)

Universitas : Universitas Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN JUMLAH SISWA BARU DI SMP ARGOPURO PANTI”** ini adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian yang dirujuk sumbernya.

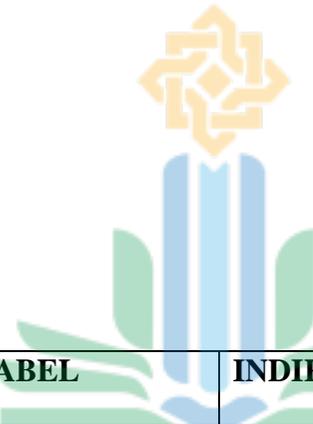
Jember, 12 Maret 2024

Saya yang menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular postage stamp. The stamp is yellow and green, featuring a portrait of a man and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and '00E48A0X806683594'.

Fitriyatus Sholehah
NIM. T20183158

LAMPIRAN 1



MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS MASALAH
Strategi Manajemen Pemasaran untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di Smp Argopuro Panti	<p>1. Strategi Manajemen Pemasaran</p> <p>2. Minat Siswa</p> <p>3. Jumlah Siswa</p>	<p>1. Harga (Price)</p> <p>2. Lokasi (Place)</p> <p>3. Promosi (promotion)</p> <p>4. produk (product)</p> <p>1. Dorongan dari dalam diri individu</p> <p>2. Motif sosial</p> <p>4. Pertimbangan orang tua</p> <p>a. Naik</p> <p>b. Turun</p>	<p>- Data Primer Informan wawancara:</p> <p>1. Kepala sekolah</p> <p>2. Kepala Humas</p> <p>3. guru</p> <p>4. Siswa- Siswi</p> <p>-Data Sekunder</p> <p>1. Dokumentasi</p> <p>a. Video</p> <p>b. Audio</p> <p>c. Dokumen</p> <p>d. Foto</p>	<p>Pendekatan Penelitian: <i>Mix Methods</i> (metode campuran) Kualitatif dan Kuantitatif</p> <p>Jenis Penelitian: Deskriptif</p> <p>Lokasi Penelitian: SMP ARGOPURO PANTI JEMBER</p> <p>Teknik Pengumpulan Data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observasi - Wawancara - Dokumentasi - Angket <p>Analisis Data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kondensasi Data - Penyajian Data 	<p>1. Bagaimana Strategi Manajemen Pemasaran di Smp Argopuro Panti?</p> <p>2. bagaimana Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung Strategi Pemasaran di Smp Argopuro Panti?</p>



- Verifikasi atau Penarikan Kesimpulan
- Keabsahan Data:**
- Triangulasi Sumber
- Triangulasi Teknik
- Tahap Penelitian:**
- Tahap Pra Lapangan
- Tahap Pelaksanaan
- Tahap Penyelesaian

LAMPIRAN 2

KISI-KISI ANGKET PENELITIAN KUANTITATIF

PEDOMAN WAWANCARA

Judul	Variabel	Indikator	Informasi yang diharapkan/ dituju	Pertanyaan	Keterangan
Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti	Strategi Manajemen Pemasaran	Harga (Price)	Tentang pengeluaran biaya yang dibayar oleh siswa/ siswi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah pembayaran uang pendaftaran sekolah di SMP Argopuro gratis? 2. Menurut anda apakah biaya LKS yang dikeluarkan oleh siswa/siswi sangat murah? 3. Menurut anda apakah biaya seragam yang dikeluarkan oleh siswa/siswi sangat murah? 4. Apakah selama ini ada komplek dari wali murid tentang biaya yang dikeluarkan oleh siswa/siswi ? 	
		Lokasi (Place)	Tentang lokasi di SMP Argopuro, kelas, kamar mandi, masjid, apangan, parkir	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah lokasi SMP Argopuro cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat? 2. Apakah perjalanan menuju SMP Argopuro selalu macet? 3. Apakah SMP Argopuro memiliki ruang kelas yang nyaman digunakan untuk kegiatan belajar mengajar? 4. Apakah ada lapangan untuk kegiatan olahraga dan eskul? 	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

				<ol style="list-style-type: none">5. Apakah ada lahan parkir yang luas untuk kendaraan siswa/siswi?6. Apakah SMP Argopuro memiliki masjid atau mushola yang luas?	
	Promosi (Promotion)	Tentang promosi penerimaan siswa baru yang dilakukan		<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana upaya yang dilakukan SMP Argopuro untuk memperkenalkan sekolah ini kepada masyarakat?2. Bagaimana prosedur penerimaan siswa baru di SMP Argopuro3. Platform atau media apa saja yang digunakan untuk kegiatan promosi dari SMP Argopuro?4. Kapan SMP Argopuro melakukan kegiatan promosi?	
	Produk (Product)	Kualitas pendidikan, penyusunan kurikulum, program unggulan, kegiatan eskul, prestasi akademik dan non akademik.		<ol style="list-style-type: none">1. Apa pendapat anda tentang kualitas pendidikan SMP Argopuro ?2. Bagaimana penyusunan kurikulum di SMP Argopuro ?3. Apakah SMP Argopuro memiliki program unggulan ?4. Jenis kegiatan atau ekstrakurikuler apa saja yang dilaksanakan di SMP Argopuro ?5. Apa saja prestasi akademik dan non akademik yang pernah	



UNIVERSITAS ISLAM Legeri
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

			diraih oeh siswa/ siswi SMP Argopuro?	
Minat Siswa	Dorongan dari dalam diri individu	Minat dari diri sendiri	1. Apakah kamu bersekolah di SMP Argopuro karna minat dari diri sendiri? Kalau iya apa alasannya?	
	Motif Sosial	Mengikuti teman atau diajak teman	1. Apakah kamu bersekolah di SMP Argopuro karna mengikuti teman atau diajak teman? Kalau iya apa alasannya?	
	Pertimbangan orang tua	Keinginan dari orang tua	1. Apakah kamu bersekolah di SMP Argopuro Karena disuruh orang tua? Kalau iya apa alasannya?	
Jumlah Siswa	Naik		1. Apakah SMP Argopuro mengalami kenaikan siswa baru tiap tahunnya?	
	Turun		1. Apakah SMP Argopuro mengalami penurunan siswa baru tiap tahunnya? Kalau iya apa penyebabnya?	

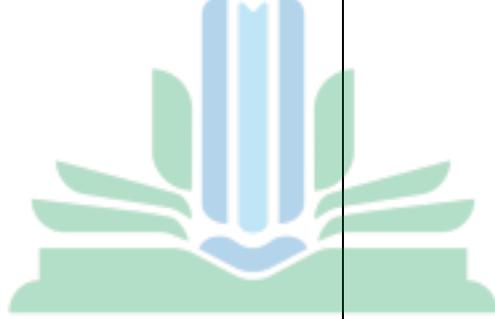
Ket.

1. Wawancara harus direkam (jika wawancara langsung)/ tertulis (jika wawancara tidak langsung)
2. Pengembangan indikator dan pertanyaan bisa bertambah saat di lapangan jika ada informasi tambahan yang perlu digali lebih dalam

LAMPIRAN 3

PEDOMAN OBSERVASI

Judul	Variabel	Indikator	Obyek/ Kegiatan/ program yang diamati	Catatan observasi
Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti	Strategi manajemen pemasaran	Harga (Price)	Harga yang ditetapkan oleh lembaga dan harga yang dikeluarkan oleh siswa	SMP Argopuro menggratiskan uang pendaftaran siswa baru dan spp, di SMP Argopuro diadakan infak setiap hari jumat seikhlasnya, ada pembayaran seragam dan ada pembayaran buku LKS dan untuk yatim hanya membayar 50%
		Lokasi (Price)	Lokasi SMP Argopuro, kelas kelas, kantin, kamar mandi, lapangan, lahan parkir, masjid	Lokasi SMP Argopuro sangat strategis karena sangat mudah dijangkau oleh masyarakat umum, SMP argopuro memiliki sekolah yang cukup luas dengan kelas yang nyaman dan bersih untuk digunakan, Kntin Yng bersih dan luas, kamar mandi yang nyaman digunakan, lapangan yang luas, lahan parkir yang luas dan dijaga oleh satpam, dan juga masjid yng cukup luas juga.



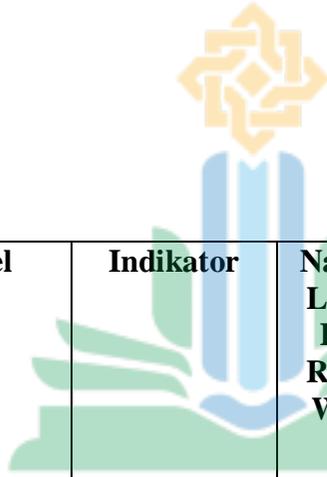
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

		Promosi (promotion)	Promosi yang dilakukan oleh sekolah	Promosi yang dilakukan oleh sekolah yaitu pemasangan banner dipinggir jalan, promosinya juga dilakukan di media sosial instagram yayasan, whatsapp guru-guru, dan promosi juga dilakukan ke sekolah MI dan SD
		Product (product)	Produk yang ditawarkan oleh lembaga	Kegiatan keagamaan, kesenian, kegiatan eskul.
	Minat Siswa	Dorongan dari dalam diri individu		
		Motif sosial		
		Pertimbangan orang tua		
	Jumlah siswa	Naik		
		Turun		

Ket.

1. Catatan diisi berdasarkan pengamatan sesuai indikator dan Obyek/ Kegiatan/ Program yang diamati (jika diamati langsung)/ berdasarkan video atau website (jika diamati tidak langsung)
2. Pengembangan indikator dan Obyek/ Kegiatan/ Program yang diamati bisa bertambah saat di lapangan jika ada informasi tambahan yang perlu diamati lebih dalam

LAMPIRAN 4



PEDOMAN DOKUMENTASI

Judul	Variabel	Indikator	Nama Dokumen, (Buku, Laporan, Surat, Daftar Hadir, Daftar Harga, Rekaman audio, Video, Website, Sosial Media, Link, Url, dll)	Status Dokumen		Link Dokumen/ Di lampiran eberapa dan halamannya	Bentuk Dokumen (Print out/ PDF/ Scan/ Foto/ Ms word, Exce etc.)
				Ada	Tidak Ada		
Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti	Strategi manajemen pemasaran	Harga (Price)	Daftar harga buku Lks, Daftar harga seragam sekolah		Tidak ada		
		Lokasi (place)	Foto sekolah, dan ruangan ruangan SMP Argopuro Panti	Ada			
		Promosi (Promotion)	Foto banner atau spanduk promosi penerimaan siswa baru, foto promosi di medsos	Ada			
		Produk (Product)	Foto siswa/siswi yang meraih juara akademi dan non akademik, foto kegiatan kegiatan seperti acara maulid nabi, santunan anak yatim dll	Ada			
	Minat siswa	Dorongan dari dalam individu					
		Motif sosial					
		Pertimbangan orang tua					

	Jumlah Siswa	Naik	Foto Jumlah siswa 5	Ada			
		Turun	Tahun Terakhir				

Ket.

1. Status dokumen sudah jelas
2. Link Dokumen/ Di lampiran berapa dan halamannya (sesuai dokumen real, misal; link google drive, link website, link video youtube, social media/ scan dokumen
3. Bentuk Dokumentasi sudah jelas
4. Dokumen berdasarkan hasil pendalaman wawancara/ pengamatan sesuai indikator dan Obyek/ Kegiatan/ Program yang diamati (jika diamati langsung)/ berdasarkan video atau website (jika diamati tidak langsung)
5. Pengembangan indikator dan dokumentasi yang dilampirkan bisa bertambah saat di lapangan jika ada informasi tambahan yang perlu dokumentasi lebih dalam

LAMPIRAN 5

KISI-KISI ANGKET PENELITIAN KUANTITATIF

Judul	Variabel	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS
Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti	Strategi Manajemen Pemasaran	Harga (Price)	Biaya pendaftaran masuk SMP Argopuro gratis				
			Biaya infak yang harus dibayar siswa setiap hari jumat sangat murah				
			Biaya LKS di SMP Argopuro sangat murah				
			Biaya seragam di SMP Argopuro sangat murah				
		Lokasi (Place)	SMP Argopuro memiliki lokasi yang mudah dijangkau transportasi umum dan pribadi				
			Lokasi SMP Argopuro banyak dilewati oleh masyarakat umum				
			Lokasi SMP Argopuro sangat strategis				
			Tingkat kemacetan menuju sekolah sering terjadi				
			SMP Argopuro memiliki kantin yang cukup luas bersih dan nyaman				
			SMP Argopuro memiliki masjid/ mushola yang luas, bersih dan nyaman digunakan untuk melakukan ibadah dan acara keagamaan				
			SMP Argopuro memiliki kamar mandi yang nyaman dan bersih digunakan				
			SMP Argopuro memiliki ruang kelas yang bersih, luas dan nyaman digunakan untuk kegiatan belajar mengajar				
			Sarana dan prasarana yang ada di SMP Argopuro sangat baik sehingga sangat membantu ketika kegiatan belajar mengajar				



			SMP Argopuro memiliki lapangan yang luas dan nyaman untuk kegiatan olahraga dan eskul siswa				
			SMP Argopuro memiliki parkir khusus siswa yang luas dan aman				
			SMP Argopuro memiliki perpustakaan yang nyaman digunakan				
	Promosi (Promotion)		SMP Argopuro melakukan promosi sekolah ke SD dan MI saat penerimaan siswa baru				
			SMP Argopuro membagikan brousur penerimaan siswa baru yang berisi tentang lokasi sekolah, eskul, saran dan prasarana, program unggul, foto kegiatan siswa, dan foto siswa yang berprestasi				
			SMP Argopuro memasang spanduk penerimaan siswa baru dipinggir jalan				
			SMP Argopuro mempromosikan penerimaan siswa baru melalui media elektronik seperti instagram sekolah, instagram yayasan, dan sosial media guru guru				
			SMP Argopuro membacakan asmaul husna sebelum kegiatan pembelajaran dimulai				
		Produk (Product)		Siswa SMP Argopuro ada sebagian siswa yang berprestasi dibidang akademik maupun non akademik			
			SMP Argopuro mengadakan kegiatan santunan anak yatim untuk siswa/siswi yatim				
			SMP Argopuro mengadakan kegiatan pondok ramadhan saat bulan ramadhan				
			SMP Argopuro mengadakan kegiatan maulid nabi saat bulan kelahiran Nabi Muhammad SAW				
			SMP Argopuro memberikan sarana kendaraan untuk antar jemput siswa/siswi yang jarak rumahnya jauh dari sekolah				
			SMP Argopuro mempunyai ekstrakurikuler sepak bola, Volly dll				



	Minat siswa	Dorongan dari dalam diri individu	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karna minat dari diri sendiri				
		Motif Sosial	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karena diajak teman atau mengikuti teman				
		Pertimbangan orang tua	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karena disuruh orang tua				
	Jumlah Siswa	Naik	Jumlah siswa baru SMP Argopuro tiap tahunnya semakin banyak				
		Turun	Jumlah siswa baru SMP Argopuro tiap tahunnya semakin sedikit				

UNIVERSITAS ISLAM JEMBER
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN 6

ANGKET PENELITIAN

Skala Likert (SS= Sangat Setuju, S= Setuju, KS= Kurang Setuju, TS= Tidak Setuju)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS
1	Biaya pendaftaran masuk SMP Argopuro gratis				
2	Biaya infak yang harus dibayar siswa setiap hari jumat sangat murah				
3	Biaya LKS di SMP Argopuro sangat murah				
4	Biaya seragam di SMP Argopuro sangat murah				
5	SMP Argopuro memiliki lokasi yang mudah dijangkau transportasi umum dan pribadi				
6	Lokasi SMP Argopuro banyak dilewati oleh masyarakat umum				
7	Lokasi SMP Argopuro sangat strategis				
8	Tingkat kemacetan menuju sekolah sering terjadi				
9	SMP Argopuro memiliki kantin yang cukup luas, bersih dan nyaman				
10	SMP Argopuro memiliki masjid/ mushola yang luas, bersih dan nyaman untuk melakukan kegiatan ibadah dan acara keagamaan				
11	SMP Argopuro memiliki kamar mandi yang nyaman dan bersih digunakan				
12	SMP Argopuro memiliki ruang kelas yang bersih, luas dan nyaman untuk kegiatan belajar mengajar				
13	Sarana dan prasarana yang ada di SMP Argopuro sangat baik sehingga sangat membantu ketika kegiatan belajar mengajar				
14	SMP Argopuro memiliki lapangan yang luas dan nyaman untuk kegiatan olahraga dan eskul siswa				
15	SMP Argopuro memiliki parkir khusus siswa yang luas dan aman				
15	SMP Argopuro memiliki perpustakaan yang nyaman digunakan untuk membaca buku				
17	SMP Argopuro melakukan promosi sekolah ke SD dan MI saat penerimaan siswa baru				
18	SMP Argopuro membagikan brousur penerimaan siswa baru yang berisi tentang lokasi sekolah, eskul, saran				



	dan prasarana, program unggul, foto kegiatan siswa, dan foto siswa yang berprestasi				
19	SMP Argopuro memasang spanduk penerimaan siswa baru dipinggir jalan				
20	SMP Argopuro mempromosikan penerimaan siswa baru melalui media elektronik seperti instagram sekolah, instagram yayasan, dan sosial media guru guru				
21	SMP Argopuro membacakan Asmaul Husna sebelum kegiatan pembelajaran dimulai				
22	Siswa SMP Argopuro ada sebagian siswa yang berprestasi dibidang akademik maupun non akademik				
23	SMP Argopuro mengadakan kegiatan santunan anak yatim untuk siswa/siswi yatim				
24	SMP Argopuro mengadakan kegiatan pondok ramadhan saat bulan ramadhan				
25	SMP Argopuro mengadakan kegiatan maulid nabi saat bulan kelahiran Nabi Muhammad SAW				
26	SMP Argopuro memberikan sarana kendaraan untuk antar jemput siswa/siswi yang jarak rumahnya jauh dari sekolah				
27	SMP Argopuro mempunyai ekstrakurikuler sepak bola, volly dll				
28	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karna minat dari diri sendiri				
29	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karena diajak teman atau mengikuti teman				
30	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karena disuruh orang tua				
31	Jumlah siswa baru SMP Argopuro tiap tahunnya semakin banyak				
32	Jumlah siswa baru SMP Argopuro tiap tahunnya semakin sedikit				

LAMPIRAN 7

HASIL ANGKET

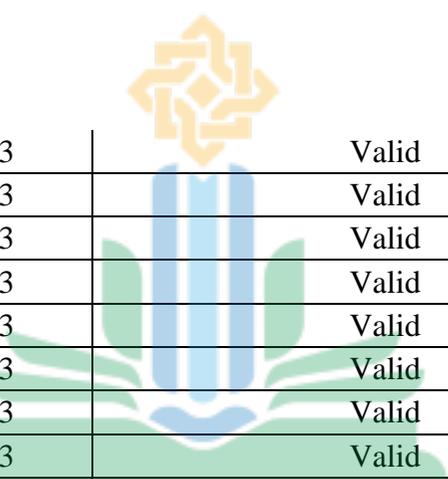


Responden	Variabel																																Total X	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32		
1	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	92	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128	
3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	111	
4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	78	
5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	2	4	2	4	3	4	3	2	3	105	
6	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	1	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	110	
7	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	111	
8	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	112
9	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	113
10	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	3	4	4	3	3	114	
11	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	112	
12	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	112	
13	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	115	
14	3	4	3	4	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	109	
15	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	117
16	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	116	
17	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	118	
18	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	113	
19	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	113	
20	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	111	
21	3	4	3	1	4	4	2	3	4	2	4	1	4	3	2	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	102	

LAMPIRAN 8

HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN

r hitung	r tabel	Kesimpulan
0.877	0.4333	Valid
0.877	0.4333	Valid
0.881	0.4333	Valid
0.887	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid
0.877	0.4333	Valid
0.879	0.4333	Valid
0.880	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.886	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.887	0.4333	Valid
0.877	0.4333	Valid
0.884	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.879	0.4333	Valid
0.879	0.4333	Valid
0.872	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.882	0.4333	Valid



0.876	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid
0.883	0.4333	Valid
0.872	0.4333	Valid
0.876	0.4333	Valid
0.878	0.4333	Valid

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN 9

HASIL UJI REABILITAS



Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.882	0.895	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	106.7619	93.690	0.507		0.877
X2	106.1905	94.762	0.826		0.877
X3	106.8095	96.262	0.283		0.881
X4	106.6667	96.633	0.134		0.887
X5	106.7143	97.714	0.176		0.883
X6	106.7143	92.514	0.466		0.878
X7	106.8095	91.762	0.487		0.877
X8	106.6667	94.733	0.395		0.879
X9	106.5238	96.062	0.339		0.880

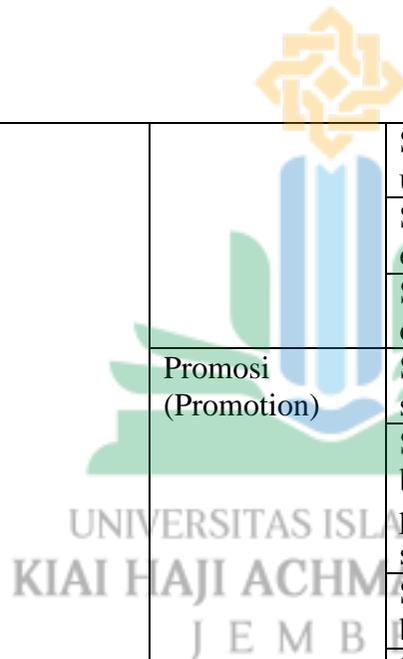


X10	106.8095	91.462	0.562	0.876
X11	106.5714	96.857	0.136	0.886
X12	106.5238	92.162	0.441	0.878
X13	106.6190	92.448	0.595	0.876
X14	106.9048	97.990	0.077	0.887
X15	106.9524	91.848	0.525	0.877
X16	106.7619	95.090	0.232	0.884
X17	106.6190	92.448	0.595	0.876
X18	106.7619	93.790	0.429	0.879
X19	106.9524	95.348	0.441	0.879
X20	106.2857	91.214	0.840	0.872
X21	106.4762	90.162	0.535	0.876
X22	106.4286	97.357	0.176	0.883
X23	106.8095	95.762	0.279	0.882
X24	106.8095	91.562	0.555	0.876
X25	106.5714	97.057	0.192	0.883
X26	106.7143	90.014	0.544	0.876
X27	106.4762	90.162	0.535	0.876
X28	106.7619	94.090	0.470	0.878
X29	106.4286	97.357	0.176	0.883
X30	106.2857	91.214	0.840	0.872
X31	106.8095	91.562	0.555	0.876
X32	106.7619	94.090	0.470	0.878

LAMPIRAN 10

HASIL PRESENTASE ANKET SISWA

Judul	Variabel	Indikator	Pertanyaan	SS	S	KS	TS
Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti	Strategi Manajemen Pemasaran	Harga (Price)	Biaya pendaftaran masuk SMP Argopuro gratis	38%	57%	5%	0
			Biaya infak yang harus dibayar siswa setiap hari jumat sangat murah	90%	10%	0	0
			Biaya LKS di SMP Argopuro sangat murah	33%	62%	5%	0
			Biaya seragam di SMP Argopuro sangat murah	62%	24%	10%	4%
	Lokasi (Place)		SMP Argopuro memiliki lokasi yang mudah dijangkau transportasi umum dan pribadi	38%	62%	0	0
			Lokasi SMP Argopuro banyak dilewati oleh masyarakat umum	53%	33%	14%	0
			Lokasi SMP Argopuro sangat strategis	48%	33%	19%	0
			Tingkat kemacetan menuju sekolah sering terjadi	48%	48%	4%	0
			SMP Argopuro memiliki kantin yang cukup luas bersih dan nyaman	57%	43%	0	0
			SMP Argopuro memiliki masjid/ mushola yang luas, bersih dan nyaman digunakan untuk melakukan ibadah dan acara keagamaan	43%	43%	14%	0
			SMP Argopuro memiliki kamar mandi yang nyaman dan bersih digunakan	67%	23%	5%	5%
			SMP Argopuro memiliki ruang kelas yang bersih, luas dan nyaman digunakan untuk kegiatan belajar mengajar	71%	19%	5%	5%
			Sarana dan prasarana yang ada di SMP Argopuro sangat baik sehingga sangat membantu ketika kegiatan belajar mengajar	52%	43%	5%	0



		SMP Argopuro memiliki lapangan yang luas dan nyaman untuk kegiatan olahraga dan eskul siswa	33%	57%	5%	5%
		SMP Argopuro memiliki parkir khusus siswa yang luas dan aman	33%	48%	19%	0
		SMP Argopuro memiliki perpustakaan yang nyaman digunakan	5%	10%	33%	52%
	Promosi (Promotion)	SMP Argopuro melakukan promosi sekolah ke SD dan MI saat penerimaan siswa baru	52%	43%	5%	0
		SMP Argopuro membagikan brousur penerimaan siswa baru yang berisi tentang lokasi sekolah, eskul, saran dan prasarana, program unggul, foto kegiatan siswa, dan foto siswa yang berprestasi	43%	47%	10%	0
		SMP Argopuro memasang spanduk penerimaan siswa baru dipinggir jalan	19%	76%	5%	0
		SMP Argopuro mempromosikan penerimaan siswa baru melalui media elektronik seperti instagram sekolah, instagram yayasan, dan sosial media guru guru	85%	5%	10%	0
	Produk (Product)	SMP Argopuro membacakan asmaul husna sebelum kegiatan pembelajaran dimulai	85%	5%	5%	5%
		Siswa SMP Argopuro ada sebagian siswa yang berprestasi dibidang akademik maupun non akademik	68%	28%	5%	0
		SMP Argopuro mengadakan kegiatan santunan anak yatim untuk siswa/siswi yatim	38%	11%	10%	0
		SMP Argopuro mengadakan kegiatan pondok ramadhan saat bulan ramadhan	43%	43%	14%	0
		SMP Argopuro mengadakan kegiatan maulid nabi saat bulan kelahiran Nabi Muhammad SAW	57%	33%	10%	0
		SMP Argopuro memberikan sarana kendaraan untuk antar jemput siswa/siswi yang jarak rumahnya jauh dari sekolah	62%	14%	24%	0
		SMP Argopuro mempunyai ekstrakurikuler sepak bola, Volly dll	81%	10%	5%	5%



	Minat siswa	Dorongan dari dalam diri individu	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karna minat dari diri sendiri	43%	52%	5%	0
		Motif Sosial	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karena diajak teman atau mengikuti teman	67%	29%	5%	0
		Pertimbangan orang tua	Memilih bersekolah di SMP Argopuro karena disuruh orang tua	86%	9%	5%	0
	Jumlah Siswa	Naik	Jumlah siswa baru SMP Argopuro tiap tahunnya semakin banyak	43%	43%	14%	0
		Turun	Jumlah siswa baru SMP Argopuro tiap tahunnya semakin sedikit	38%	57%	5%	0

UNIVERSITAS ISLAMEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN 11

DOKUMENTASI

Dokumentasi	Keterangan
	SMP Argopuro 1 Pant
	Ruang Perpustakaan SMP Argopuro 1 Pant
	Ruang Kelas SMP Argopuro 1 Pant
	Lahan Parkir Siswa SMP Argopuro 1 Pant
	Kantin SMP Argopuro 1 Pant
	Kamar Mandi Siswa SMP Argopuro 1 Pant

	<p>Masjid SMP Argopuro Panti</p>
	<p>Bus antar jemput siswa</p>
	<p>Wawancara Bersama salah satu siswa SMP Argopuro Panti</p>
	<p>Wawancara Bersama salah satu siswa SMP Argopuro Panti</p>

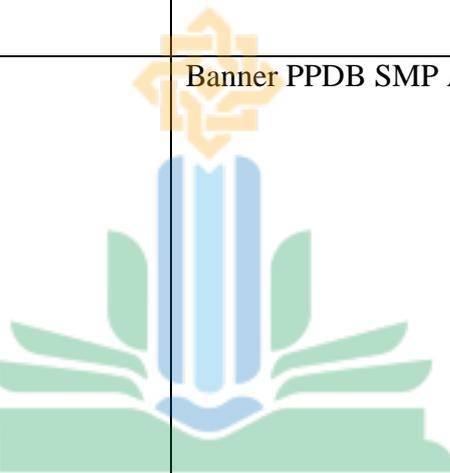
	<p>Wawancara Bersama kepala sekolah SMP Argopuro Panti Bapak Yosar Fatahillah, S.Pd</p>
	<p>Wawancara bersama salah satu guru SMP Argopuro Panti Ibu Aprilia Ridaf Arifa, S.Pd</p>
	<p>Wawancara bersama salah satu guru kesiswaan atau Humas SMP Argopuro Panti Bapak Yusril Assidiqy</p>
	<p>Pengisian Kuisisioner</p>



Salah satu siswa SMP Argopuro meraih Juara
1 sepak bola soeratin



Banner PPDB SMP Argopuro Panti



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

LAMPIRAN 12

SURAT KETERANGAN LULUS CEK TURNITIN

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember Kode Pos 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: info@uin-khas.ac.id
Website: www.uin-khas.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS CEK TURNITIN

Bersama ini disampaikan bahwa karya ilmiah yang disusun oleh

Nama : Fitriyatus Sholehah
NIM : T20183158
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Karya Ilmiah : Strategi Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro Panti
telah lulus cek similarity dengan menggunakan aplikasi turnitin UIN KHAS Jember dengan skor akhir sebesar (18,8)

1. BAB I : 20%
2. BAB II : 30%
3. BAB III : 27%
4. BAB IV : 16%
5. BAB V : 1%

Demikian surat ini disampaikan dan agar digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 21 Februari 2024
Penanggung Jawab Turnitin
FTIK UIN KHAS Jember


(ULFA DINA NOVIENDA S.Sos.I.,M.Pd)

NB: 1. Melampirkan Hasil Cek Turnitin per Bab.
2. Skor Akhir adalah total nilai masing-masing BAB Kemudian di bagi 5.

LAMPIRAN 13

JURNAL PENELITIAN

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN DI SMP ARGOPURO PANTI

No	Hari/ Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	10 Oktober 2023	Observasi sekaligus wawancara awal kepada Ibu Aprilia Ridaf Arifa	
2	26 Oktober 2023	Menyerahkan surat izin penelitian skripsi ke SMP Argopuro Panti	
3	26 Oktober 2023	Menyebarkan angket penelitian kuantitatif kepada siswa-siswi kelas 8A terkait persepsi siswa terkait strategi manajemen pemasaran di SMP Argopuro	
4	10 November 2023	Wawancara kepada bapak Yosar Fatahillah, S.Pd. selaku kepala sekolah di SMP Argopuro Panti	
5	10 November 2023	Wawancara kepada Bapak Yusril Assidiqy, selaku kepala humas di SMP Argopuro Panti	
6	10 November 2023	Wawancara kepada Ibu Aprilia Ridaf Arifa, S.Pd selaku guru di SMP Argopuro Panti	
7	10 November 2023	Wawancara kepada Fardy Alfiansyah selaku murid di SMP Argopuro	
8	10 November 2023	Wawancara kepada Ardiansyah selaku murid di SMP Argopuro Panti	
9	10 November 2023	Wawancara kepada Mareta Eka Safitri selaku murid di SMP Argopuro Panti	

Jember, 15 Desember 2023

Mengetahui

Kepala Sekolah SMP Argopuro Panti

UNIVERSITAS ISLAM GERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E



Fatahillah, S.Pd.

LAMPIRAN 13

SURAT IZIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBİYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jl. Mataram No. 01 Mangli. Telp. (0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos: 68136
Website: [www.http://fik.uinkhas-jember.ac.id](http://fik.uinkhas-jember.ac.id) Email: tarbiyah.iainjember@gmail.com

Nomor : B-4728/In.20/3.a/PP.009/11/2023

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala SMP Argopuro panti
Jln lapangan no 29 panti

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

NIM : T20183158
Nama : FITRIYATUS SHOLEHAH
Semester : Semester tujuh
Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Strategi manajemen pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah siswa di SMP Argopuro Panti" selama 2 (dua) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu Yosar Fatahillah, S.Pd

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 21 November 2023

Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,



MASHUDI

LAMPIRAN 14

SURAT SELESAI PENELITIAN



**YAYASAN HITJAR KEJAYAAN TANI (YIKT)
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA
SMP ARGOPURO I**

Jl. Lapangan No. 39 Panti – Jember, 68153 Telp. (0331) 713625

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 275/ U.I/ SMP. ARG I/ XII/ 2023

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YOSAR FATAHILLAH, S. Pd
NIP : Non PNS
Jabatan : Kepala Sekolah
Unit Kerja : SMP Argopuro I

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Fitriyatus Sholehah
NIM : T20183158
Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai H Achmad Siddiq Jember
Fakultas : FTIK
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Nama diatas benar – benar telah melakukan penelitian di SMP ARGOPURO I PANTI Pada tanggal 10 Oktober sampai dengan 10 November 2023 dalam rangka memenuhi tugas akhir kuliah (Skripsi) dengan judul **Strategi Manajemen Pemasaran untuk Meningkatkan Minat dan Jumlah Siswa Baru di SMP Argopuro I Panti.**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 15 Desember 2023

Kepala Sekolah



LAMPIRAN 15

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI



**KARTU KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI PROGRAM S1
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UIN KHAS JEMBER**

Nama : Fitriyatus Sholchah
NIM : T20163158
Fakultas : FTIK
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Pemasaran untuk meningkatkan minat dan jumlah Siswa di SMP Argopuro Pantel

Pembimbing : Dani Hermawan, S.pd
Tanggal Persetujuan:
 s/d.....

NO.	KONSULTASI PADA TANGGAL	MASALAH YANG DIBICARAKAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	8 Januari 2023	Konsul Matriks	
2.	9 Januari 2023	Konsul Matriks	
3.	20 Januari 2023	Konsul proposal Bab 1	
4.	3 Maret 2023	Konsul proposal Bab 1 dan 2	
5.	6 Maret 2023	Konsul proposal Bab 1, 2 dan 3	
6.	31 Oktober 2023	Angket uji coba	
7.	3 November 2023	Seminar proposal	
8.	6 November 2023	Revisi proposal Bab 2	
9.	13 Desember 2023	Pedoman Penelitian	
10.	20 Desember 2023	Revisi Pedoman Penelitian	
11.	08 Januari 2024	Bab IV dan V	
12.	22 Februari 2024	Acc Skripsi	
13.			
14.			

Jember, 22 Februari 2024
 Kepala Prodi

Dr. Ahmad Rogani, S.pd.I, M.pd.I.
 NIP.

LAMPIRAN 15

BIODATA PENULIS

NAMA : Fitriyatus Sholehah

NIM : T20183158

Tempat/Tanggal lahir : Pamekasan/ 18 November 2000

Alamat : Jalan Pb Sudirman, Dusun Krajan, Desa Panti,
Kecamatan Panti

Email : fsholehah824@gmail.com

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Riwayat Pendidikan :

1. SD : SDN Sotabar 2 (2006-2012)
2. SMP : SMPN 1 Waru (2012-2015)
3. SMA : SMAN 2 Pamekasan (2015-2018)
4. S1 : UIN KHAS Jember (2018-sekarang)

