

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PROMOSI
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02
(FULL DAY SCHOOL) JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

Firman Asirullah
NIM. 202101030009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
MEI 2024**

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PROMOSI
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02
(FULL DAY SCHOOL) JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
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:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER
Firman Asirullah
NIM. 202101030009

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
MEI 2024**

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PROMOSI
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02
(FULL DAY SCHOOL) JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
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:

Firman Asirullah
NIM. 202101030009

Disetujui,
Dosen Pembimbing

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



Siti Aminah, M.Pd
NIP. 198405212015032003

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PROMOSI
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI SEKOLAH DASAR AL BAITUL AMIEN 02
(FULL DAY SCHOOL) JEMBER**

SKRIPSI

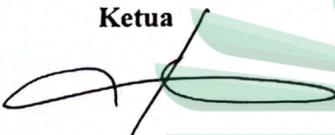
telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.
Jurusan Pendidikan Islam dan Bahasa
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Hari : Jumat

Tanggal : 14 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua


Dr. Indah Wahyuni, M.Pd
NIP. 198003062011012009

Sekretaris


Mohammad Yahya, S.Ag, M.Pd.I
NIP. 197801032003121002

Anggota :

1. Dr. Gunawan, S.Pd.I., M.Pd.I.
2. Siti Aminah, M.Pd.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAL HAJI ACHMAD SODIQ
JEMBER

Menyetujui,

Dean Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan



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

MOTTO

ذَلِكَ وَمَنْ يُعِظْ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ ۝ ٣٢

Artinya: Demikianlah (perintah Allah). Siapa yang mengagungkan syiar-syiar Allah sesungguhnya hal itu termasuk dalam ketakwaan hati. (Surah Al Hajj : 32)¹



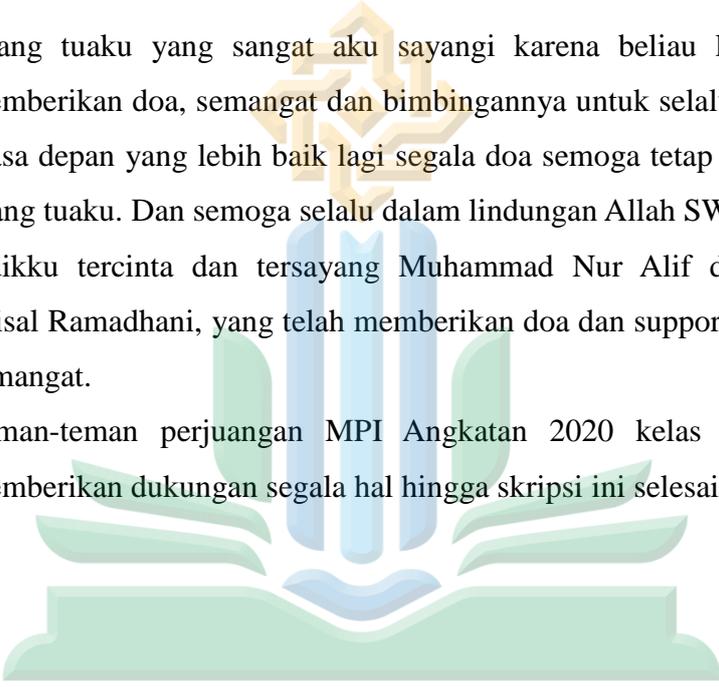
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian A. RI. Juz 11--20. Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan, (Lajnah Penashihan Mushaf Al Qu'an: Jakarta 2019), 277.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati maka skripsi ini sayang persembahkan kepada :

1. Orang tuaku yang sangat aku sayangi karena beliau lah yang selalu memberikan doa, semangat dan bimbingannya untuk selalu berjuang demi masa depan yang lebih baik lagi segala doa semoga tetap tercurah kepada orang tuaku. Dan semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Adikku tercinta dan tersayang Muhammad Nur Alif dan Muhammad Faisal Ramadhani, yang telah memberikan doa dan supportnya untuk terus semangat.
3. Teman-teman perjuangan MPI Angkatan 2020 kelas C2 yang telah memberikan dukungan segala hal hingga skripsi ini selesai.



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

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur kami haturkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang diperuntukkan untuk kita semua, sehingga kita menjalani kehidupan yang insyaallah penuh berkah. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada jujungan kita nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan ilmu serta nurnya kepada kita semua serta senantiasa memberikan syafaatnya di hari kiamat kelak.

Syukur alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan. Meskipun banyak proses yang harus dilalui, dari lelah hingga semangat, dari lancar hingga terlambat. Jika bukan karena dukungan dan bantuan banyak pihak, penyusun skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rangkaian kata terimakasih tidak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. Selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Abdul Mu'is, S.Ag., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Nuruddin, S.Pd.I., M.Pd.I., Selaku ketua jurusan pendidikan islam dan bahasa yang telah memberikan ruang kepada penulis dalam menyusun skripsi.

4. Bapak Dr. Ahmad Royani, S.Pd.I., M.Pd.I., Selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang selalu memberikan arahan kepada kami.
5. Ibu Siti Aminah, M.Pd., Selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Hizbullah Muhib, S.E., M.M., Selaku Kepala Sekolah SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School, yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian dan seluruh tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang banyak memberikan informasi demi terselesainya skripsi ini.
7. Teman – teman sepondok terutama teman kamar A9 yang selalu mensupport, mendukung, dan selalu saling memotivasi.

Jember, 13 Mei 2024

Penulis,

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

Firman Asirullah
NIM. 202101030009

ABSTRAK

Firman Asirullah, 2024 : *Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School.*

Kata Kunci : Implementasi Strategi Bauran Promosi, Penerimaan Peserta Didik Baru.

Lembaga pendidikan merupakan suatu organisasi yang menghasilkan jasa yang dibeli oleh para konsumen. Oleh sebab itu promosi sangat diperlukan terutama dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru. Dalam mempromosikan sekolah itu membutuhkan strategi khusus agar promosi yang dilakukan berjalan dengan lancar.

Fokus penelitian yang diteliti adalah bagaimana perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School.? Tujuan adalah untuk mendeskripsikan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School.

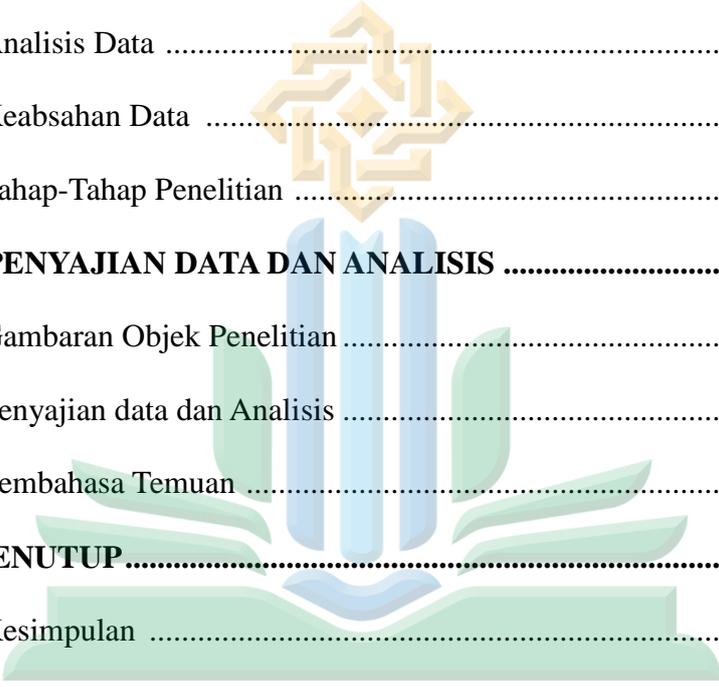
Penelitian ini didesain dalam bentuk metode penelitian kualitatif studi kasus, dengan lokasi penelitian di SD Al Baitul Amien 02, lalu teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Adapun hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1. Perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yaitu : pertama perencanaan periklanan terdiri dari membuat spanduk dan membuat konten di media sosial. Kedua perencanaan *personal selling* yaitu menentukan anggota yang bisa promosi dibidang *personal selling*. Ketiga publisitas atau humas yaitu merancang pengadaaan lomba setiap tahunnya. Keempat perencanaan *sales promotion* yaitu mengkonsep pembagian pamflet. 2. Pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yaitu : pertama pelaksanaan periklanan terdiri dari pemasangan spanduk dan publikasian di media sosial. Kedua pelaksanaan *personal selling* yaitu mampu mempengaruhi konsumen dalam penawaran produk. Ketiga pelaksanaan publisitas atau humas mengadakan lomba tingkat TK sekabupaten Jember sebelum PPDB. Keempat pelaksanaan *sales promotion* membagikan pamflet yang diikuti promosi mulut ke mulut oleh wali murid dengan kesadarannya 3. Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yaitu : pertama evaluasi periklanan dari media spanduk dan media sosial yaitu membuat kuisisioner untuk mengetahui kekurangan dari periklanan. Kedua evaluasi *personal selling* yaitu mengadakan rapat mengetahui kekurangan interaksi dan respon dari petugas. Ketiga evaluasi publisitas atau humas yaitu membuat laporan usai kegiatan lomba. Keempat evaluasi *sales promotion* yaitu mengadakan rapat keseluruhan dengan memberikan penilaian, serta dengan rincian bahwa membagikan pamflet lebih efektif didukung dengan promosi mulut kemulut.

DAFTAR ISI

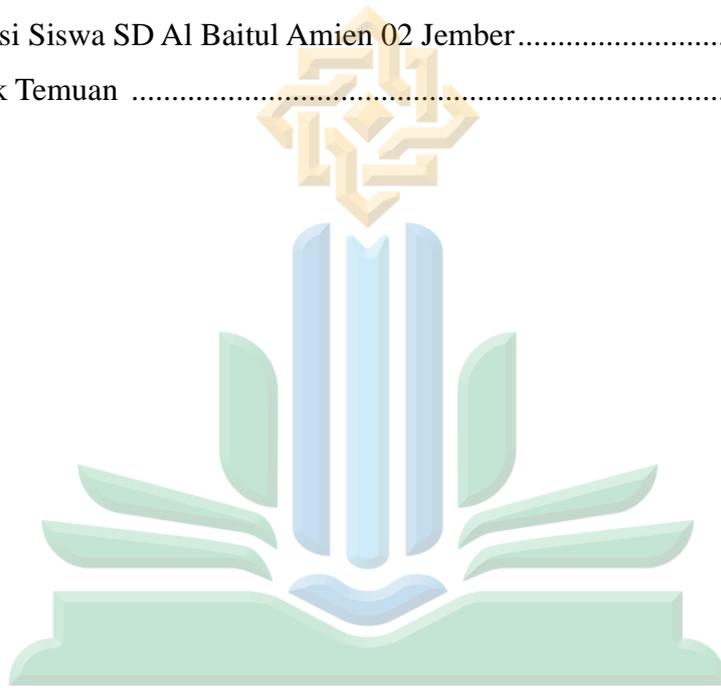
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	xii
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Definisi Istilah	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	35

BAB III METODE PENELITIAN	67
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	67
B. Lokasi Penelitian	67
C. Subyek Penelitian	69
D. Teknik Pengumpulan Data	70
E. Analisis Data	79
F. Keabsahan Data	81
G. Tahap-Tahap Penelitian	83
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	85
A. Gambaran Objek Penelitian	85
B. Penyajian data dan Analisis	94
C. Pembahasa Temuan	139
BAB V PENUTUP	163
A. Kesimpulan	163
B. Saran	165
DAFTAR PUSTAKA	167


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

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal.
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	25
2.2	Langkah-langkah rekrutmen peserta didik baru	59
4.1	Kondisi Siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember di setiap Tahun	90
4.2	Prestasi Siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember	90
4.3	Matrik Temuan	136



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

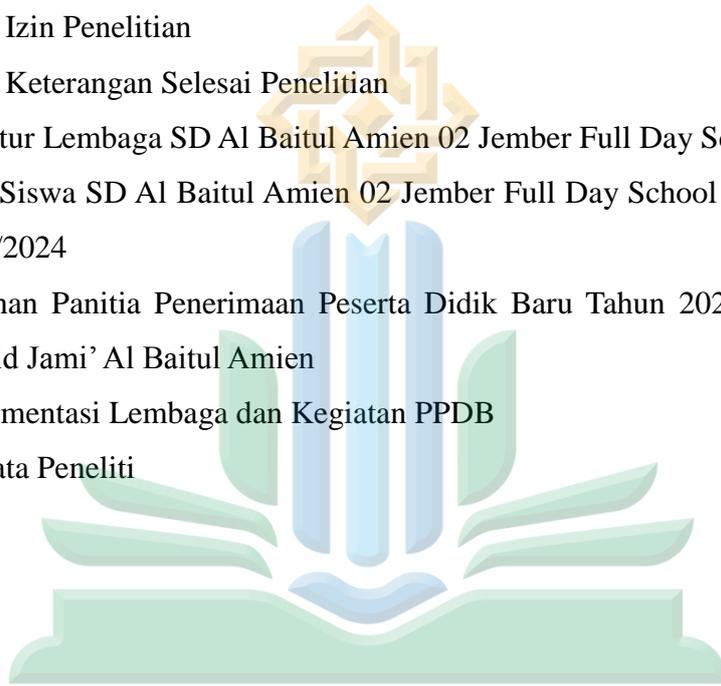
DAFTAR GAMBAR

No.	Uraian	Hal.
4.1	Dokumentasi Alur Pendaftaran PPDB	93
4.2	Dokumentasi pamflet PPDB	96
4.3	Dokumentasi rapat seksi humas PPDB dengan humas sekolah.....	99
4.4	Dokumentasi pembuatan Pamflet dan Juknis lomba	104
4.5	Dokumentasi Rapat Internal Seksi Kord Sekolah.....	106
4.6	Dokumentasi Spanduk PPDB Al Baitul Amien	109
4.7	Dokumentasi Media Sosial	111
4.8	Dokumentasi Website.....	113
4.9	Dokumentasi kegiatan Observasi	116
4.10	Dokumentasi kegiatan Wawancara	117
4.11	Dokumentasi Pamflet competition	120
4.12	Dokumentasi Peserta Competition.....	120
4.13	Dokumentasi Rapat Kegiatan Sosialisai PPDB	123
4.14	Dokumentasi Laporan Hasil Kegiatan Competition	131
4.15	Dokumentasi Rapat Evaluasi Keseluruhan PPDB	133

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

DAFTAR LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Pernyataan Keaslian Tulisan
3. Pedoman dan Instrumen Kegiatan Penelitian
4. Jurnal Penelitian
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Keterangan Selesai Penelitian
7. Struktur Lembaga SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School
8. Data Siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School Tahun Pelajaran 2023/2024
9. Susunan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun 2023/2024 Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien
10. Dokumentasi Lembaga dan Kegiatan PPDB
11. Biodata Peneliti



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

BAB I PENDAHULUAN.

A. Konteks Penelitian

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak terelakkan lagi, hal ini menuntut pengelola pendidikan untuk menyingsingkan lengan baju serta lebih intens dalam mempromosikan lembaga pendidikannya. Menurut Hasan Baharun perkembangan teknologi informasi yang sedemikian cepat tidak saja mengubah cara orang berkomunikasi dan bekerja, jauh dari pada itu telah membuat alam persaingan baru.²

Dilansir dari berita “Radar Solo” dari tahun ke tahun banyak sekolah dasar (SD) negeri yang kekurangan murid. Disebabkan berbagai faktor, namun paling terlihat adalah minimnya inovasi dalam pembelajaran sehingga kalah gengsi dengan swasta. Ada ratusan SD negeri di kota Bengawan yang mengaku kekurangan murid tiap tahun ajaran baru. Faktor yang memengaruhi cukup beragam. Di antaranya suksesnya program keluarga berencana (KB). Sehingga beberapa wilayah tidak ditemui lagi anak-anak usia SD. Faktor lainnya, keengganan orang tua memilih SD Negeri. Mereka lebih memilih sekolah swasta, yang memiliki program serta inovasi pembelajaran lebih mumpuni. Ini bukti masyarakat mulai kehilangan kepercayaan terhadap sekolah negeri. “Pola pikir masyarakat sudah berubah. Mereka memilih sekolah tidak berdasarkan negeri atau swasta. Tetapi sekolah yang

² Hannah Mahfuzhah, & Anshari, (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2(2), 137–149. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>

berkualitas. Karena pendidikan dasar adalah fondasi pertama bagi anak,” ucap Rektor Universitas Slamet Riyadi (Unisri) Sutoyo.³

Saat ini sedang tren sekolah berbasis agama, yang menjadi incaran orang tua. Terutama yang memiliki program *boarding school*. Selain itu, sekolah berbasis agama juga jago mengeksplorasi potensi siswa, baik dari sisi akademik maupun non akademik. “Seiring perkembangan tingkat ekonomi masyarakat, banyak yang memilih sekolah swasta meskipun bayarnya mahal. Namun biaya yang dikeluarkan sepadan dengan hasil yang diperoleh.

Menurut Zuilkowski dalam jurnal Dyah Perwita mengatakan bahwa temuannya terkait dengan daya saing pendidikan daerah perkotaan Kenya pada tahun 2023 telah menerapkan gratis biaya pendidikan atau *Free Public Education* (FPE) sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya untuk sekolah negeri. Namun pada kenyataannya, di sekolah negeri masih terdapat pungutan biaya, seperti biaya asosiasi orang tua, biaya bahan kelas, biaya ujian, dan biaya lainnya. Berbeda dengan citra sekolah swasta yang memang terkenal dengan biaya yang cukup tinggi. Sekolah negeri seharusnya lebih murah dibandingkan dengan sekolah swasta.

Nyatanya, biaya sekolah negeri di perkotaan Kenya selisih sedikit dengan biaya yang dikeluarkan di sekolah swasta. biaya sekolah swasta lebih tinggi dari sekolah negeri, namun yang seharusnya terjadi ialah sekolah negeri tidak memungut biaya pendidikan. Berdasarkan data tersebut, biaya pendidikan

³ Damianus B. Fenomena turunnya oamor sekolah negeri: minim inovasi,SDM Pendidik Tak Kompeten, April 26, 2023, 08:30.
<https://radarsolo.jawapos.com/pendidikan/841703311/fenomena-turunnya-pamor-sekolah-negeri-minim-inovasi-sdm-pendidik-tak-kompeten>

(*tuition*), dan biaya makan (*meals*) dari sekolah swasta lebih besar dari sekolah negeri. Maka dari itu, orang tua lebih memilih untuk menyekolahkan anaknya di sekolah swasta. Dengan mempertimbangkan biaya pendidikan untuk mendapatkan fasilitas, sarana dan prasarana, kualitas guru, kondisi sekolah, dan kebutuhan-kebutuhan lain didalam kelas yang akan dipergunakan oleh anaknya sebagai peserta didik disekolah swasta tersebut.⁴

Berangkat dari fenomena ini dapat disimpulkan bahwa stigma negatif masyarakat dapat berimplikasi terhadap minat dan motivasi dalam kegiatan rekrutmen peserta didik baru pada sekolah. Dengan kata lain, kompleksitas permasalahan pada sekolah dapat menghambat dalam mencapai kualitas dan kuantitas pendidikan. Namun dengan realita persaingan antara negeri dan swasta cukup kuat, jika dilihat oleh kacamata masyarakat sekarang mengapa lebih memilih swasta dari pada negeri, padahal dari segi administrasi negeri lebih murah bahkan ada yang gratis dan fasilitas sarana dan prasarana lebih memadai. banyak sekolah swasta yang administrasinya mahal fasilitas sarana dan prasarana memadai. Peneliti mengamati bahwa problematik yang terjadi di sekolah negeri adalah minimnya strategi promosi atau pemasaran yang kurang diperhatikan oleh lembaga negeri, sehingga *image* dari sekolah tidak tampak di masyarakat. Beda halnya dengan sekolah swasta yang memiliki manajemen startegi pempromosian sangat baik, untuk menarik minat masyarakat dalam rekrutmen peserta didik baru.

⁴ Perwita, D., & Widuri, R. Telaah pendidikan: preferensi orang tua memilih sekolah swasta daripada sekolah negeri. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(1), (2023). 64. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i1.14779>

Strategi pada hakikatnya ialah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi agar mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus bisa menunjukkan taktik dan operasionalnya.⁵ Strategi merupakan suatu cara untuk mencapai suatu tujuan, maka dengan demikian sekolah harus mempunyai peningkatan dalam membuat rencana yang akan dilaksanakan.

Pemasaran atau promosi lembaga menjadi sesuatu yang harus dilakukan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan ialah berguna membentuk citra baik kepada lembaga serta menarik minat sejumlah calon siswa.⁶ Tujuan dari strategi promosi adalah agar sekolah tersebut dikenal oleh lebih banyak orang dan calon siswa, sehingga sekolah tersebut dapat dilihat agar dapat terus berkembang dan ada kemajuan. Menurut Kotler dalam jurnal yang ditulis Marcus menyatakan bahwa *marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Ada 7P dalam pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *phisycal evidence*, dan *process*. Jadi bauran promosi ada dalam *marketing mix*.

Bauran promosi menurut Stanton dalam jurnal yang ditulis oleh Tufan Gojali bahwa bauran promosi merupakan “perpaduan strategi yang paling

⁵ Aldo Khansa Surya Alfattah, (2022). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara*. 1–51.

⁶ Imam.T. *Strategi Pemasaran Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Mts Ihsanniat Jombang)*. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 2(2) (2017)., 188–196.

baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang seluruhnya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.” Dari definisi Stanton tersebut, kita melihat bahwa definisi tersebut menyebutkan variabel bauran promosi (*promotional mix*) secara jelas selain periklanan dan penjualan pribadi.⁷

Tahapan dalam strategi pemromosian atau pemasaran sebuah lembaga pendidikan harus sesuai dengan realita atau kondisi lembaga dengan sebenar – benarnya, promosi adalah bentuk dari syiar – syiar Allah atau kebaikan yang dilakukan sebagaimana yang telah difirman dalam al Qur’an surah Al-Hajj ayat 32 yang berbunyi :

ذَٰلِكَ وَمَنْ يُعْظَمْ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ ۚ ٣٢

Artinya : Demikianlah (perintah Allah). Siapa yang mengagungkan syiar-syiar Allah sesungguhnya hal itu termasuk dalam ketakwaan hati.⁸

Syiar adalah sebuah kegiatan penyampaian pesan Islamic secara komunikasi langsung atau tidak langsung kepada manusia untuk mengajak berperilaku positif serta meninggalkan perilaku negatif. Maka dari itu kata syiar jika dikaitkan dengan marketing atau promosi lembaga pendidikan ialah suatu proses komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu dalam mengajak dan menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai lembaga pendidikan

⁷ Taufan G. *Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang*. Media Mahardhika, 17(2), 372. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v17i2.89>

⁸ Kementerian A. RI. Juz 11--20. Al-Qur’an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan, (Lajnah Penashihan Mushaf Al Qu’an: Jakarta 2019), 277.

agar bisa diminati dan tentunya promosi lembaga harus dengan etika yang baik karena promosi adalah bentuk dari kebaikan.

Penerimaan peserta didik baru (PPDB), yang merupakan sebuah kegiatan atau proses penerimaan peserta didik sebuah lembaga, baik formal ataupun non formal di berbagai tingkat dan satuan pendidikan. Menurut Mustari penerimaan peserta didik baru merupakan proses pendaftaran dan pelayanan kepada siswa yang baru masuk sekolah, setelah mereka memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh sekolah tersebut.⁹ Di mana PPDB ini sudah tertera dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No 51 Tahun 2018 Pasal 4 Ayat 1-7 bahwa :¹⁰ a). Sekolah yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah melaksanakan PPDB pada bulan Mei setiap tahun. b). Pelaksanaan PPDB sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimulai dari tahap: 1. pengumuman pendaftaran penerimaan calon peserta didik baru pada Sekolah yang bersangkutan yang dilakukan secara terbuka, 2. Pendaftaran, 3. seleksi sesuai dengan jalur pendaftaran. 4 pengumuman penetapan peserta didik baru 5. daftar ulang. c). Penetapan peserta didik baru dilakukan berdasarkan hasil rapat dewan guru yang dipimpin oleh kepala Sekolah dan ditetapkan melalui keputusan kepala Sekolah.

Saat ini lembaga pendidikan mengalami perkembangan terutama dalam mempromosikan dalam penerimaan peserta didik baru, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fadillah dengan judul” Strategi Promosi

⁹ Muhammad mustari, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 20214), 111.

¹⁰ Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2018 Tentang *Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Dan Sekolah Menengah Kejuruan*. Permendikbud, 1–25. jdih.kemdikbud.go.id

Penerimaan Peserta didik baru SDIT Al-Iman Bojongsari Depok”, Promosi sekolah di SDIT Al-Iman telah memanfaatkan beberapa saluran, akan tetapi belum sepenuhnya maksimal diantaranya dengan memanfaatkan bauran promosi yang tersedia seperti pembuatan brosur, periklanan melalui media elektronik, penempatan PPDB secara khusus, penjualan secara pribadi, publisitas kepada masyarakat sekitar. Melalui bauran-bauran inilah sekolah berusaha untuk berkomunikasi serta membujuk masyarakat luas untuk mempercayakan anaknya di sekolah ini. Sekolah membuka pendaftaran PPDB sekaligus dengan pelaksanaan promosi pada awal bulan November-Juni. Akan tetapi, bila kuota sudah terpenuhi maka PPDB akan ditutup. Sekolah melakukan promosi dengan bentuk bauran promosi yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan serta publisitas atau hubungan masyarakat. Sekolah memiliki rencana dan strategi khusus yang sudah dirapatkan dan dapat sampai informasinya kepada masyarakat, tepat sasaran kepada calon peserta didik dengan strategi yang dilakukan oleh panitia khusus yang melakukan promosi ke sekolah-sekolah sekitar,¹¹

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Jamilatul Ilmiyah dengan judul “Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Jember.” MAN 1 Jember merupakan sekolah negeri berunsurkan Islam. Setiap tahun banyak calon siswa yang mendaftar baik dari dalam maupun luar daerah. Kemudian tahun pelajaran 2021/2022 berjumlah 1140 siswa yang terpencah pada 4 program yang ada di MAN 1 Jember.

¹¹ Faddillah O, “Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Al-Iman Bojongsari Depok” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), 5-6.

Selain itu, MAN 1 Jember juga banyak mencetak siswa berprestasi dari berbagai bidang. Hal tersebut sesuai dengan visi sekolah yaitu “Unggul dalam prestasi, terampil, berakhlakul karimah berlandaskan iman dan taqwa”. Dari tahun pelajaran 2017/2018 MAN 1 Jember mengembangkan beberapa jurusan unggulan madrasah, yaitu Madrasah Aliyah Negeri Program Keagamaan (MANPK), madrasah program BIC (Bina Insan Cendekia), madrasah program keterampilan, madrasah program regular (peminatan MIPA, IPS, dan Bahasa), madrasah program tahfidz, dan program riset. Dalam mempromosikan kegiatan penerimaan siswa baru MAN 1 Jember menggunakan beberapa indikator atau alat untuk mempromosikan lembaga yang disebut bauran promosi atau *promotion mix* diantaranya memanfaatkan bauran promosi seperti periklanan *advertising*, penjualan perseorangan *Personal selling*, promosi penjualan *sales promotion* dan hubungan masyarakat *publisitas*.¹²

SD Al Baitul Amien 02 merupakan lembaga swasta yang berunsur Islam, di mana lembaga ini berada di bawah naungan Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien. Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien memiliki beberapa lembaga pendidikan seperti TPA, TPQ, KB, Tk, SD1, 2 dan 3, serta SMP di mana setiap tahunnya banyak masyarakat yang mendaftarkan anaknya di sekolah tersebut. Dalam setiap tahunnya SD Al Baitul Amien 02 Jember menargetkan penerimaan peserta didik baru dengan jumlah kuota 112 calon

¹² Jamilatul I, “Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember” (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022), 8-9.

peserta didik baru, yang kemudian dibagi menjadi 4 kelas di kelas 1. Pada tahun ajaran 2023/2024 total jumlah 628 peserta didik.

Selain itu, SD Al Baitul Amien 02 Jember juga banyak mencetak siswa yang berprestasi dari berbagai segala bidang yang ada di sekolah. Karena hal tersebut sesuai apa yang di visi misikan oleh sekolah yaitu sekolah pertama di Jember yang menerapkan full day school dengan pola *integrated dan activity* sehingga pengaruh *negative* lingkungan dapat diminimalisir, unggul dalam prestasi, berakhlakul karimah, ibadah. SD Al Baitul Amien 02 mengemangkan program unggulan seperti 1. (Full Day) 2. Pendidikan khas Al Baitul Amien yaitu: a). Penanaman akhlaqul karimah, 2). Ibadah, 3). Pembiasaan Bahasa Arab dan Inggris, 4) karakter, dan cinta tanah air. SD Al Baitul Amien 02 Jember merupakan salah satu sekolah terbaik se Kabupaten Jember dengan akreditasi A (Unggul). Fasilitas yang dimiliki sekolah ini semakin modern, baik dari arsitektur bangunan lembaga, sarana dan prasarana, serta teknologi informasi yang digunakan. Seperti ungkapan dari ibu Lilik Masruroh, S.Pd. Selaku waka kurikulum di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) bahwasannya;

“SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) sudah ditetapkan sebagai sekolah unggulan, adapun program – program yang dikembangkan untuk saat ini ada dua, yaitu 1. (Full Day) 2. Pendidikan Khas Al-Baitul Amien yaitu: a). Penanaman Akhlaqul karimah, 2). Ibadah, 3). Pembiasaan Bahasa Arab dan Inggris, 4) karakter, dan Cinta Tanah air. Dengan demikian tanpa sarana dan prasaran yang memadai semua tidak akan tercapai dan yang paling penting adalah bimbingan dari para guru, motivasi, serta semangat dari siswa.”¹³

¹³ Lilik diwawancara oleh penulis, Jember, 5 Februari 2024.

dari segi pengamatan peneliti yang dilakukan di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School). Strategi bauran promosi yang digunakan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk meningkatkan calon peserta didik baru, tidak lepas dari statusnya sebagai sekolah swasta yang unggul SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) sendiri mampu bersaing dengan sekolah umum negeri lainnya, terbukti bahwa citra sekolah yang baik dan memberikan kepercayaan Masyarakat terhadap sekolah. Seperti halnya sekolah yang lain SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) tetap melakukan pemromosian *offline* dan *online*. Hal ini juga diperkuat oleh paparan dari bapak Hafidz selaku ketua panitia terkait dengan penerimaan peserta didik baru, bahwa :

“Kita itu paling awal mas, untuk PPDB jadi mengapa demikian yaitu tadi peluang kami itu sangat besar untuk mendapatkan siswa dan sekolah yang lain itu saya lihat PPDB di baru di buka setelahnya sini, insyaallah kita buka PPDB itu Oktober mas, jadi tahun ajaran baru itu Juli kan Oktobernya sudah pendaftaran mulai dibuka pada awal Oktober. Jadi pelaksanaan PPDB baitul amien dilakukan setahun sebelumnya lebih tepatnya tiga bulan setelah tahun ajaran baru. Adapun kita disini menyiasati ancaman itu yaitu kembali kepada pelayanan, karena pelayanan itu sebagian dari promosi sepanjang tahun, pelayanan, kepuasan pelanggan, kepuasan wali murid itu. Ya anacamannya kalau kita tidak bisa memuaskan ya akan turun kualitasnya , jadi kita promosinya sepanjang tahun, kalau wali murid siswa puas mereka cerita kemana-mana itu promosi. Walaupun bagus spanduknya tapi pelayanan tidak bagus sama saja”¹⁴

Mempromosikan sekolah terdapat macam-macam strategi atau cara yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan citra sekolah unggul dengan berbagai prestasi yang sudah diraihinya. Pemasaran merupakan kegiatan utama untuk menyalurkan produk dan jasa pendidikan.

¹⁴ Hafidz diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

Seperti ungkapan dari bapak Yudha Purnama, S.Kom. Selaku waka humas dan sarpras di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) bahwasannya;

“SD Al Baitul Amien 02 Jember dalam hal promosi itu sangat di perhatikan, mengapa promosi merupakan inti sari dari sekolah, karena mati tidaknya sekolah itu tergantung pada kegiatan promosi yang diselenggarakan sekolah, dan promosi atau pemasaran lembaga itu akan mendongkrak citra sekolah, apalagi promosi dilakukan untuk PPDB, dimana PPDB sekarang persaingannya sangat ketat, maka tidak mungkin promosi tidak dilakukan oleh sekolah manapun termasuk Baitul Amien tetap melakukan promosi. promosi dilakukan tujuannya rekrutmen calon peserta didik. Dan untuk SD Al Baitul Amien sendiri pemasaran atau pempromosiannya itu menggunakan beberapa macam – macam alat untuk promosi 1. Periklanan dimana hal ini menggunakan media sosial sekolah 2. Humas yaitu mengadakan kegiatan rutin seperti lomba – lomba antar TK yang diselenggarakan oleh sekolah 3. *Personal selling* yaitu untuk pelayanan pada calon peserta didik 4. *Sales promotion* yaitu untuk memperkenalkan program – program SD Al Baitul Amien dan challenges untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30.”¹⁵

Dari hasil pengamatan peneliti yang dilakukan bahwa SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) dalam mempromosikan kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) menggunakan beberapa indikator atau alat untuk mempromosikan lembaga yang disebut bauran promosi atau *Promotion mix* diantaranya mengeksploitasikan bauran promosi seperti pertama periklanan membuat pamflet, *website*, brosur dan juga memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *youtube*. Kedua publisitas yaitu kegiatan rutin yang diadakan setiap tahunnya seperti mengadakan lomba – lomba dimana pesertanya yang terdiri dari anak TK se Kabupaten Jember yang bertujuan menarik minat masyarakat memilih SD Al

¹⁵ Yudha diwawancara oleh penulis, Jember, 25 Januari 2024.

Baitul Amien 02 sebagai sekolah terbaik. Ketiga *sales promotion* yang dilakukan dengan mengadakan lomba – lomba tersebut, selain itu juga memperkenalkan lembaga serta program - program yang ada di SD Al Baitul Amin 02 dan mengadakan diskon kepada pendaftar pertama bagi yang sudah hafal juz 30. Keempat *personal selling* yang dilakukan seperti pelayanan kepada masyarakat atau calon siswa baru yang datang ke sekolah atau secara *online*. masalah pendaftaran calon peserta didik bisa dilakukan secara daring atau *online* dengan mengakses ke alamat *website* yang sudah disediakan oleh yayasan.

Dengan demikian Strategi bauran promosi sangat dibutuhkan oleh sekolah, sehingga peneliti tertarik untuk menjadikan bahan penelitian dengan judul “ Implementasi Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember”. Penelitian ini penting dilaksanakan untuk mengkaji lebih mendalam bagaimana implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana Perencanaan Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember?
2. Bagaimana Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember?
3. Bagaimana Evaluasi Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mendeskripsikan Perencanaan Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Sosial di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember
2. Untuk Mendeskripsikan Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember
3. Untuk Mendeskripsikan Evaluasi Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis juga praktis sebagaimana menurut bagi peneliti universitas dan semua masyarakat manfaat penelitian harus realistis maka manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan untuk mempelajari dan mendalami tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik Baru dan bisa digunakan sebagai bahan kajian bagi peneliti selanjutnya terutama pada penelitian yang sama tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki manfaat praktis bagi :

a. Bagi peneliti

Penelitian ini menjadi tolak ukur peneliti untuk melaksanakan penulisan karya ilmiah serta menjadi saran bagi peneliti selanjutnya dan juga memberi pandangan serta kajian mendalam terhadap implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember

b. Bagi SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan, terobosan serta gagasan baru dalam menerapkan implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember, utamanya dalam aspek implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik

c. Bagi UIN KHAS Jember

Dalam hal ini diharapkan penelitian tersebut bisa memberi kontribusi dan khasanah keilmuan yang baru yang akhirnya bisa memperbanyak wawasan literatur keislaman tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah memuat tentang makna kata-kata penting yang menjadi fokus penelitian pada isi dari sebuah penelitian hal ini bertujuan agar tidak

terjadi kerancuan maupun salah pengertian dalam pemahaman makna istilah yang ada definisi istilah ini ialah suatu bentuk sebagai bahan pembahasan yang akan dituju dan berhubungan dengan permasalahan yang ada serta di analisis langsung dengan yang akan diteliti.¹⁶

a. Implementasi Strategi Bauran Promosi

Implementasi yaitu sebuah penerapan atau pelaksanaan dari sebuah rencana kegiatan yang sudah disusun secara matang dan rinci, serta dapat dilaksanakan dengan terus menerus sehingga tercapai tujuan. Bauran promosi atau *promotion mix* merupakan kumpulan beberapa variabel atau alat-alat promosi yaitu seperti periklanan, *personal selling*, publisitas dan *sales promotion* dan alat promosi lainnya.

a. Perencanaan

Perencanaan adalah kegiatan yang dilakukan di awal pada sebuah pekerjaan sebelum adanya proses pelaksanaan. Dengan adanya perencanaan yang disusun dengan baik, nantinya akan berpengaruh terhadap keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diinginkan pula.

b. Pelaksanaan

Pelaksanaan strategi bauran promosi ialah langkah untuk merealisasikan kegiatan bauran promosi dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Tujuan maupun cita-cita lembaga pendidikan akan sulit terwujud tanpa adanya pelaksanaan.

¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (T. Penyusun (ed.); Issue 1). 2020, 45.

c. Evaluasi

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah adanya tahapan perencanaan dan juga pelaksanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Evaluasi merupakan suatu kegiatan untuk menentukan apa saja yang harus dikerjakan serta yang tidak harus dikerjakan, dan mengerjakan hal-hal yang telah diinstruksikan.

b. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Penerimaan peserta didik baru ialah proses pendataan atau pendaftaran siswa baru yang dilakukan oleh setiap jenjang sekolah secara tertib, terarah dan berkualitas yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember. Sedangkan maksud dari judul penelitian ini yakni bagaimana SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember dalam menerapkan kumpulan dari beberapa alat promosi yang dilakukan dalam kegiatan penerimaan siswa baru yang mana sebagai upaya untuk menarik pelanggan jasa pendidikan yang sudah biasa dilakukan menjelang tahun ajaran baru.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada kegiatan penerimaan peserta didik baru yaitu pada pertengahan tahun pelajaran 2022 – 2023 dan penelitian PPDB tahun 2023 – 2024 di Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini menyajikan kajian terdahulu yang menyerupai dengan judul yang akan diteliti hal tersebut juga penting untuk dilakukan agar persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti yang dapat di ketahui.

1. Faniyatul Mazaya. “Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Proses Penerimaan Siswa Baru (Psb) Di Sekolah Dasar Mafaza *Integrated Smart School* Malang”. Tesis Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2021.

Hasil penelitian Faniyatul Mazaya yakni proses strategi *marketing* atau pemasaran sekolah Dengan dua cara yaitu cara secara langsung dan tidak langsung secara langsung yakni dengan mengundang para wali siswa dan komite sekolah untuk rapat sedangkan kegiatan tidak langsung dilakukan dengan membagi dengan memberikan informasi melalui media sosial dan menyebar brosur mulut ke mulut serta pelaksanaan kegiatan lainnya.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Faniyatul Mazaya adalah pembahasannya sama terkait dengan Penerimaan peserta didik baru dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah implementasi strategi

bauran promosi sedangkan pada penelitian Faniatul Mazaya strategi pemasaran, selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

2. Felinda Karela. “Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan”. Skripsi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2020.

Hasil penelitian Felinda Karela yakni proses strategi manajemen pemasaran bahwa dengan adanya strategi pemasaran ini menjadikan jumlah peserta didik semakin meningkat salah satu bukti pemasaran berhasil yaitu karena data peserta didik baru selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat melalui wawancara dengan kepala sekolah nya langsung yakni pada tahun pelajaran 2017/2018 jumlah pendaftar hanya 131 peserta didik, selanjutnya pada tahun pelajaran 2018/2019 jumlah pendaftar bertambah menjadi 132 peserta didik, kemudian pada tahun terakhir ini yakni tahun pelajaran 2019/2020 jumlah pendaftar menjadi 137 peserta didik yang dibagi menjadi 4 kelas masing-masing kelas berjumlah 34 siswa.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Felinda Karela adalah pembahasannya sama terkait dengan penerimaan peserta didik baru dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah Implementasi strategi bauran promosi sedangkan pada penelitian faniatul mazaya

pembahasannya cenderung pada strategi manajemen pemasaran, selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

3. Luluk Sri Setiani. “Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru di SMP Negeri 1 Pundak”. Skripsi Institut Islam Negeri Ponorogo 2023.

Hasil penelitian Luluk Sri Setiani yakni proses penerapan strategi bauran promosi dalam peningkatan penerimaan peserta didik baru di SMP Negeri 1 Pundak dalam melaksanakan bauran promosi guna menarik minat calon peserta didik baru dengan lebih menekankan pada pandangan masyarakat mengenai citra madrasah, dengan terbentuknya citra yang baik yakni menanamkan perilaku sopan dan santun terhadap masing-masing siswa, madrasah yakin hal tersebut akan menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya di SMP Negeri 1 Pundak ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya calon peserta didik baru yang mendaftar selalu memenuhi kuota yang disediakan.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Luluk Sri Setiani adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah penerimaan peserta didik baru sedangkan pada penelitian Luluk Sri Setiani pembahasannya cenderung pada strategi bauran promosi, selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

4. Faddilah Oktaviani. “Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Al Iman Bojongsari Depok” skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2022

Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Dengan promosi, sekolah dapat memperkenalkan dan menambah keyakinan masyarakat akan informasi yang ditawarkan oleh suatu lembaga. Oleh karena itu, sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, karena dengan adanya produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang maksimal, maka hasil yang diharapkan akan tercapai.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Faddilah Oktaviani adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi promosi PPDB dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah implementasi strategi bauran promosi sedangkan pada penelitian Faddilah Oktaviani pembahasannya cenderung pada strategi promosinya, selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

5. Tufan Gojali. “Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018” Jurnal Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri Karawang. Media Mahardhika Vol. 17 No. 2 Januari 2019.

strategi bauran promosi yang digunakan adalah dengan menggabungkan bauran promosi seperti *Personal Selling* (penjualan pribadi), *Mass Selling* (penjualan masal), *Sales Promotion* (promosi

penjualan), *public relations*, *direct marketing* (pemasaran langsung). Dengan menggunakan media publikasi yaitu, sosialisasi atau presentasi di depan kelas dengan alat brosur dan angket sebagai pendukung promosi, program beasiswa, pemasangan spanduk. Dari alat-alat promosi dan media publikasi tersebut diharapkan jumlah penerimaan mahasiswa baru tahun akademik 2017/2018 meningkat sebanyak 200%.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Taufan Gojali adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah penerimaan peserta didik baru sedangkan pada penelitian Taufan Gojali pembahasannya cenderung pada meningkatkan jumlah mahasiswa baru, selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

6. Jamilatul Ilmiyah, "Implementasi Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Jember." Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. 2022

MAN 1 Jember merupakan sekolah berunsurkan Islam. Setiap tahun banyak calon siswa yang mendaftar baik dari dalam maupun luar daerah. Kemudian tahun pelajaran 2021/2022 berjumlah 1140 siswa yang terpencar pada 4 program yang ada di MAN 1 Jember. Selain itu, MAN 1 Jember juga banyak mencetak siswa berprestasi dari berbagai bidang. Hal tersebut sesuai dengan visi sekolah yaitu "Unggul dalam prestasi, terampil, berakhlaqul karimah berlandaskan iman dan taqwa". Dari tahun pelajaran

2017/2018 MAN 1 Jember mengembangkan beberapa jurusan unggulan madrasah, yaitu Madrasah Aliyah Negeri Program Keagamaan (MANPK), madrasah program BIC (Bina Insan Cendekia), madrasah program keterampilan, madrasah program regular (peminatan MIPA, IPS, dan Bahasa), madrasah program tahfidz, dan program riset. Dalam mempromosikan kegiatan penerimaan siswa baru MAN 1 Jember menggunakan beberapa indikator atau alat untuk mempromosikan lembaga yang disebut bauran promosi atau *promotion mix* diantaranya memanfaatkan bauran promosi seperti periklanan *advertising*, penjualan perseorangan *Personal selling*, promosi penjualan *sales promotion* dan hubungan masyarakat *publisitas*.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Jamilatul Ilmiyah adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti lokasi dan lembaga yang diteliti.

7. Alfiah. "Strategi Bauran Promosi di MA NU Assalam Kudus." Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2022

Dengan menjalankan kegiatan promosi, tentu sekolah harus menyusun strategi dalam melaksnakannya. Strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan. Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi seperti periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan

masyarakat, informasi mulut dari mulut, dan pemasaran langsung. MA NU Assalam telah memanfaatkan bauran promosi yang ada diantaranya berupa pemasangan spanduk dilingkungan madrasah, pembuatan brosur, penyebaran informasi melalui media sosial, penjualan perseorangan, penerapan diskon atau potongan harga dan informasi mulut dari mulut. Melalui serangkaian bauran promosi inilah madrasah mencoba untuk melakukan komunikasi terhadap masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya di madrasah Assalam ini.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Alfiyah adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah penerimaan peserta didik baru sedangkan pada penelitian Alfiyah pembahasannya cenderung pada Strategi Bauran Promosi selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

8. Iffah Af'idah dan Asep Kurniawan. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Plus Darul Falah." Jurnal Universitas Hasyim Asy'ari. JM-TBI. Vol.02 November 2020.

MI Plus Darul Falah dalam penentuan kegiatan pemasaran tidak menggunakan bauran pemasaran sesuai dengan teori yang ada. Elemen yang ada dalam bauran pemasaran: *price*, di MI Plus Darul Falah dalam penentuan harga merupakan wewenang kepada madrasah dan Yayasan dengan mempertimbangkan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dan

program-program yang akan dilaksanakan serta pelayanan yang akan diberikan kepada peserta didik. Produk, tawaran mengenai produk dapat dilihat melalui visi dan misi MI Plus Darul Falah yakni berkahlak Qur'ani dan berprestasi yang direalisasikan melalui program unggulannya yakni program mengaji menggunakan metode ummi. Metode ummi inilah yang menjadi diferensiasi dengan madrasah lain. *Place*, lokasi MI Plus Darul Falah cukup strategis dikarenakan disebelah puskesmas, kecamatan, kantor polisi, dan masjid yang biasanya digunakan untuk peristirahatan orang dalam perjalanan. Sehingga dalam mengenalkan kepada msyarakat luas, MI Plus Darul Falah tidak begitu kesulitan karena terletak dilokasi yang sering disinggahi dan dilewati masyarakat. Promosi, promosi yang dilakukan di tahun ketiga ini hanya melalui penyebaran pamflet ke media sosial saja. Dan sebelum dibukanya pendaftaran kuota peserta didik sudah terpenuhi.

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Iffah Af'idah dan Asep Kurniawan adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi pemasaran dan sama-sama meggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya yakni penelitian peneliti hal yang dibahas adalah penerimaan peserta didik baru sedangkan pada penelitian Iffah Af'idah dan Asep Kurniawan pembahasannya cenderung pada meningkatkan minat masyarakat selain itu berbeda lokasi dan lembaga yang diteliti.

Tabel 2.1
Perbedaan Dan Persamaan Kajian Peneliti

No	Nama, Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	
1	Faniyatul Mazaya. 2021	“Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Proses Penerimaan Siswa Baru (Psb) Di Sekolah Dasar Mafaza Integrated Smart School Malang”. Tesis Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	Hasil penelitian faniyatul Mazaya yakni proses strategi marketing atau pemasaran sekolah Dengan dua cara yaitu cara secara langsung dan tidak langsung secara langsung yakni dengan mengundang para wali siswa dan komite sekolah untuk rapat sedangkan kegiatan tidak langsung dilakukan dengan membagi dengan memberikan informasi melalui media sosial dan menyebar brosur mulut ke mulut serta pelaksanaan kegiatan lainnya	Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian faniyatul mazaya adalah pembahasannya sama terkait dengan Penerimaan peserta didik baru dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	<ul style="list-style-type: none"> a. starategi pemasaran b. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Mafaza <i>Integrated Smart School</i>. c. Lokasi penelitian di Malang d. Tahun penelitian 2021 	<ul style="list-style-type: none"> a. Implementasi strategi bauran promosi, b. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. c. Lokasi penelitian di Kaliwates Jember d. Tahun penelitian 2024
2	Felinda Karela. 2020	“Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan”. Skripsi	Hasil penelitian Felinda Karela yakni proses strategi manajemen pemasaran bahwa dengan adanya strategi pemasaran ini menjadikan jumlah peserta didik semakin meningkat salah	Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Felinda Karela adalah pembahasannya sama terkait dengan Penerimaan peserta didik baru dan sama-sama	<ul style="list-style-type: none"> a. Strategi manajemen pemasaran, b. lembaga yang diteliti. Di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum. c. Lokasi penelitian di Paciran Lamongan 	<ul style="list-style-type: none"> a. Implementasi strategi bauran promosi, b. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. c. Lokasi

		Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	satu bukti pemasaran berhasil yaitu karena data peserta didik baru selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat melalui wawancara dengan kepala sekolahnya langsung yakni pada tahun pelajaran 2017/2018 jumlah pendaftar hanya 131 peserta didik, selanjutnya pada tahun pelajaran 2018/2019 jumlah pendaftar bertambah menjadi 132 peserta didik, kemudian pada tahun terakhir ini yakni tahun pelajaran 2019/2020 jumlah pendaftar menjadi 137 peserta didik yang dibagi menjadi 4 kelas masing-masing kelas berjumlah 34 siswa.	meggunakan metode penelitian kualitatif.		penelitian di Kaliwates Jember
3	Luluk sri setiani, 2023	“Strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik	Hasil penelitian luluk sri setiani yakni proses Penerapan strategi Bauran Promosi Dalam Peningkatan	Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian luluk sri setiani adalah pembahasannya sama terkait	a. lembaga yang diteliti. di di SMP Negeri 1 Pundak, b. lokasi penelitian di	a. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day

		Baru di SMP Negeri 1 Pundak”. Skripsi Institut Islam Negeri Ponorogo 2023.	Penerimaan Peserta Didik Baru di SMP Negeri 1 Pundak dalam melaksanakan bauran promosi guna menarik minat calon peserta didik baru dengan lebih menekankan pada pandangan masyarakat mengenai citra madrasah, dengan terbentuknya citra yang baik yakni menanamkan perilaku sopan dan santun terhadap masing-masing siswa, madrasah yakin hal tersebut akan menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya di SMP Negeri 1 Pundak ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya calon peserta didik baru yang mendaftar selalu memenuhi kuota yang disediakan..	dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Ponorogo c. Tahun penelitian 2020	School. b. Lokasi penelitian di Kaliwates Jember c. Tahun penelitian 2024
4	Faddilah Oktavian i,2022	“Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Al Iman	Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran.	Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian luluk sri setiani adalah pembahasannya	a. Strategi promosi, b. lembaga yang diteliti di SDIT Al Iman	a. Implementasi strategi bauran promosi, b. lembaga yang diteliti

		Bojongsari Depok” skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2022	Dengan promosi, sekolah dapat memperkenalkan dan menambah keyakinan masyarakat akan informasi yang ditawarkan oleh suatu lembaga. Oleh karena itu, sekolah harus berusaha untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas, karena dengan adanya produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan dan didukung dengan promosi yang maksimal, maka hasil yang diharapkan akan tercapai.	sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	c. Bojongsari, lokasi penelitian di Bijongsari Depok d. Tahun penelitian 2022	di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. c. Lokasi penelitian di Kaliwates Jember d. Tahun penelitian 2024
5	Taufan Gojali, 2019	“Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018” Jurnal Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri Karawang. Media Mahardhika Vol. 17 No. 2 Januari 2019.	strategi bauran promosi yang digunakan adalah dengan menggabungkan bauran promosi seperti <i>Personal Selling</i> (penjualan pribadi), <i>Mass Selling</i> (penjualan masal), <i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan), <i>Public Relations</i> , <i>Direct Marketing</i> (pemasaran langsung). Dengan	Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Taufan Gojali adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	a. Meningkatkan Jumlah mahasiswa baru, b. lembaga yang diteliti di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri, c. lokasi penelitian di Karawang d. Tahun penelitian 2019	a. Peserta didik baru, b. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. c. Lokasi penelitian di Kaliwates Jember. d. Tahun penelitian 2024

			<p>menggunakan media publikasi yaitu, sosialisasi atau presentasi di depan kelas dengan alat brosur dan angket sebagai pendukung promosi, program beasiswa, pemasangan spanduk. Dari alat-alat promosi dan media publikasi tersebut diharapkan jumlah penerimaan mahasiswa baru tahun akademik 2017/2018 meningkat sebanyak 200%.</p>			
6	Jamilatul Ilmiyah, 2022	<p>“Implementasi Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 1 Jember.” Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.</p>	<p>MAN 1 Jember merupakan sekolah berunsurkan Islam. Setiap tahun banyak calon siswa yang mendaftar baik dari dalam maupun luar daerah. Kemudian tahun pelajaran 2021/2022 berjumlah 1140 siswa yang terpencah pada 4 program yang ada di MAN 1 Jember. Selain itu, MAN 1 Jember juga</p>	<p>Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Jamilatul Ilmiyah adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>a. lembaga yang diteliti di MAN 1 Jember. b. Tahun penelitian 2022</p>	<p>a. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School b. Tahun penelitian 2024</p>

			<p>banyak mencetak siswa berprestasi dari berbagai bidang. Hal tersebut sesuai dengan visi sekolah yaitu “Unggul dalam prestasi, terampil, berakhlakul karimah berlandaskan iman dan taqwa”. Dari tahun pelajaran 2017/2018 MAN 1 Jember mengembangkan beberapa jurusan unggulan madrasah, yaitu Madrasah Aliyah Negeri Program Keagamaan (MANPK), madrasah program BIC (Bina Insan Cendekia), madrasah program keterampilan, madrasah program regular (peminatan MIPA, IPS, dan Bahasa), madrasah program tahfidz, dan program riset. Dalam mempromosikan kegiatan penerimaan siswa</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>baru MAN 1 Jember menggunakan beberapa indikator atau alat untuk mempromosikan lembaga yang disebut bauran promosi atau <i>promotion mix</i> diantaranya memanfaatkan bauran promosi seperti periklanan <i>advertising</i>, penjualan perseorangan <i>Personal selling</i>, promosi penjualan <i>sales promotion</i> dan hubungan masyarakat <i>publisitas</i></p>			
7	Alfiyah,2022	<p>“Strategi Bauran Promosi di MA NU Assalam Kudus.” Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang</p>	<p>Dengan menjalankan kegiatan promosi, tentu sekolah harus menyusun strategi dalam melaksanakannya. Strategi promosi berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi persuasif dengan pelanggan. Strategi promosi adalah rencana untuk penggunaan yang optimal dari</p>	<p>Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Alfiyah adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi bauran promosi dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>a. Strategi Bauran Promosi, b. lembaga yang diteliti di Madrasah Aliyah NU Assalam, c. lokasi penelitian di Kudus d. Tahun penelitian 2022</p>	<p>a. implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru, b. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. c. Lokasi penelitian di Kaliwates Jember. d. Tahun</p>

			<p>elemen-elemen promosi seperti periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi mulut dari mulut, dan pemasaran langsung. MA NU Assalam telah memanfaatkan bauran promosi yang ada diantaranya berupa pemasangan spanduk dilingkungan madrasah, pembuatan brosur, penyebaran informasi melalui media sosial, penjualan perseorangan, penerapan diskon atau potongan harga dan informasi mulut dari mulut. Melalui serangkaian bauran promosi inilah madrasah mencoba untuk melakukan komunikasi terhadap masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya di</p>		<p>penelitian 2024</p>
--	--	--	---	--	------------------------

			madrasah Assalam ini.			
8	Iffah af'idah dan Asep Kurniawan, 2020	“Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MI Plus Darul Falah.” Jurnal Universitas Hasyim Asy'ari. JM-TBI. Vol.02 November	MI Plus Darul Falah dalam penentuan kegiatan pemasaran tidak menggunakan bauran pemasaran sesuai dengan teori yang ada. Elemen yang ada dalam bauran pemasaran: price, di MI Plus Darul Falah dalam penentuan harga merupakan wewenang kepada madrasah dan Yayasan dengan mempertimbangan kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dan program-program yang akan dilaksanakan serta pelayanan yang akan diberikan kepada peserta didik. Produk, tawaran mengenai produk dapat dilihat melalui visi dan misi MI Plus Darul Falah yakni berkahlak Qur'ani dan berprestasi yang direalisasikan melalui program unggulannya yakni program	Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian Iffah af'idah dan Asep Kurniawan adalah pembahasannya sama terkait dengan strategi pemasaran dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.	<ul style="list-style-type: none"> a. Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat, b. lembaga yang diteliti di MI Plus Darul Falah, c. lokasi penelitian di Jombang d. Tahun penelitian 2020 	<ul style="list-style-type: none"> a. Implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru, b. lembaga yang diteliti di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. c. Lokasi penelitian di Kaliwates Jember. d. Tahun penelitian 2024

			<p>mengaji menggunakan metode ummi. Metode ummi inilah yang menjadi diferensiasi dengan madrasah lain. <i>Place</i>, lokasi MI Plus Darul Falah cukup strategis dikarenakan disebelah puskesmas, kecamatan, kantor polisi, dan masjid yang biasanya digunakan untuk peristirahatan orang dalam perjalanan. Sehingga dalam mengenalkan kepada masyarakat luas, MI Plus Darul Falah tidak begitu kesulitan karena terletak di lokasi yang sering disinggahi dan dilewati masyarakat.</p> <p>Promosi, promosi yang dilakukan di tahun ketiga ini hanya melalui penyebaran pamflet ke media sosial saja. Dan sebelum dibukanya pendaftaran kuota peserta didik sudah terpenuhi.</p>		
--	--	--	---	--	--

Berdasarkan kajian terdahulu yang mencakup 5 skripsi, 1 tesis dan 2 jurnal. Maka pembaruan dari penelitian tersebut adalah penerapan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di sekolah terkait. Peneliti sebelumnya banyak yang memfokuskan pada peningkatan penerimaan peserta didik baru (PPDB), daya saing pendidikan, layanan pendidikan sedangkan penelitian ini memfokuskan terhadap implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember (*Full Day School*)

B. Kajian Teori

1. Implementasi Strategi Bauran Promosi

a. Bauran Promosi dalam *Marketing Mix*

Pendapat Kotler dan Armstrong dalam buku Anisatun Nurul mengenai bauran promosi mengatakan bahwa :

“A company’s total promotion mix—also called its marketing communications mix—consists of the specific blend of advertising, public relations, personal selling, sales promotion, and direct marketing tools that the company uses to engage consumers, persuasively communicate customer value, and build customer relationships.”.

Yang artinya : Bauran promosi total perusahaan—juga disebut pemasarannya bauran komunikasi—terdiri dari perpaduan khusus antara periklanan, hubungan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan alat pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk melibatkan konsumen, berkomunikasi secara persuasif nilai pelanggan, dan membangun hubungan pelanggan.

Secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas - tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut sebagai bauran promosi (*promotion mix*). Bauran promosi sebagaimana disebutkan oleh Philip Kotler adalah ”perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya.”¹⁷

Sedangkan bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Elemen-elemen bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong yakni: *product, price, place, dan promotion*.¹⁸

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan diorganisir, dan digunakan dengan tepat. Sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Philip Kotler menuliskan bahwa unsur bauran pemasaran ada empat , yakni produk, *price* (harga), *place* (tempat),

¹⁷ Anisatun N.U, *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama, 2022). 16.

¹⁸ Kotler and Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2001), 71-72.

promosi. sedangkan Fandy Tjiptono menuliskan bahwa jika dalam pemasaran jasa, maka harus ditambah tiga unsur bauran pemasaran pendidikan yakni *people* (orang), *physical evidence* (sarana fisik), dan proses. Sehingga, dalam bukunya Buchari Alma disebutkan bahwa unsur bauran pemasaran pendidikan ada tujuh yakni gabungan dari empat unsur asli pemasaran lalu ditambah dengan tiga unsur yang khusus pemasaran jasa.¹⁹

1) Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Dalam konteks pendidikan, produk layanan yang dapat ditawarkan adalah layanan akademik seperti kurikulum atau program ekstrakurikuler. Penawaran yang berorientasi pada hasil juga merupakan faktor yang mendorong persaingan antar sekolah.

2) Harga (*price*)

Harga/kualitas adalah sejumlah uang dengan nilai tukar yang memungkinkan anda memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan. Harga jasa pendidikan mengacu pada seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh jasa yang ditawarkan. Harga pendidikan memperhitungkan harga-harga seperti biaya sekolah, biaya konstruksi dan lain-lain.

¹⁹ Sadono sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 209.

Strategi penetapan harga yang terjangkau untuk semua kelompok dapat mempengaruhi pilihan sekolah. Secara umum, orang tua yang berpenghasilan menengah dan rendah memilih sekolah yang relatif lebih murah kecuali mereka menerima beasiswa, sedangkan orang tua yang berpenghasilan menengah dan atas memilih sekolah yang lebih baik meskipun biaya sekolahnya tidak relatif bagus namun jika suatu sekolah menawarkan kualitas yang baik dengan harga yang relatif terjangkau, hal ini tentu menjadi pertimbangan dalam memilih lembaga pendidikan.

3) Tempat/distribusi (*place*)

Tempat adalah berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah tersedia dan dapat diakses oleh khalayak sasaran. Jadi, dalam suatu lembaga pendidikan, tempat adalah suatu tempat di mana lembaga pendidikan itu berada dan mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi. Oleh karena itu, kondisi lokasi, mudah dijangkau dari segala penjuru dengan kendaraan umum dan kendaraan pribadi, serta aksesibilitas sekolah yang baik menjadi faktor yang turut menunjang kenyamanan siswa, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah. Sekolah.

4) Promosi (*promotion*)

Promosi mengacu pada semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya di pasar referensi. Pihak sekolah biasanya menyelenggarakan promosi dengan mengundang seluruh wali atau orang tua siswa, seperti kegiatan akhir tahun, pemasangan spanduk, mengikuti dan memenangkan perlombaan, promosi pribadi dan modeling. Iklan memenuhi salah satu dari tiga tugas, yaitu menginformasikan dan mengingatkan penerimanya.

5) Orang (*people*)

People merupakan proses seleksi, pelatihan dan motivasi karyawan, yang kemudian dapat dijadikan pembeda bagi perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Sumber daya manusia dalam konteks pendidikan adalah mereka yang terlibat dalam penyelenggaraan layanan pendidikan seperti: administrator, kepala sekolah, guru dan staf. Sumber daya pendidikan ini sangat penting dalam memberikan layanan pendidikan kepada siswa di lembaga pendidikan berbasis sekolah. Misalnya saja metode mengajar yang tidak membosankan, kemampuan memberikan materi, dan lain-lain.

6) Bukti fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik merupakan bentuk nyata yang ditawarkan kepada pelanggan atau calon pelanggan. Dalam suatu lembaga

pendidikan, bukti fisiknya tentu saja adalah bangunan beserta seluruh perlengkapan dan perabotannya, termasuk tata ruang dalam dan luar bangunan lembaga tersebut. Selain fasilitas sekolah, bukti fisik juga dapat diberikan melalui logo sekolah, seragam sekolah, dan warna bangunan yang menjadi identitas sekolah.

7) Proses (*Process*)

Proses yaitu semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa. Proses merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk barang atau jasa kepada calon pelanggan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa bauran promosi itu terdapat dalam *marketing mix* dimana *marketing mix* memiliki tujuh unsur bauran pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*. Yang biasanya disebut dengan 7P, jadi dari ketujuh *mix marketing* diantaranya terdapat promosi, dimana promosi juga memiliki beberapa unsur bauran promosi seperti periklanan *advertising*, penjualan perseorangan *personal selling*, promosi penjualan *sales promotion* dan hubungan masyarakat *publisitas*. Maka dari itu antara bauran promosi dengan *marketing mix* memiliki hubungan yang jelas dan berkesinambungan.

b. Strategi Bauran Promosi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *stratagos* yang artinya ilmu para jenderal untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. “A strategy is a process of determining the mission, vision, major objectives, strategies and policies that govern the acquisition and allocation of resources to achieve organizational aims”. Strategi adalah proses penentuan misi, visi, tujuan utama, strategi dan kebijakan yang mengatur perolehan dan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi.²⁰

Menurut Kenneth R. Andrew yang dikutip dalam bukunya Buchori Alma Strategi merupakan pola keputusan dalam penentuan dan pengungkapan sasaran, tujuannya adalah untuk mencapai tujuan serta merinci target yang dicapai. Sekolah harus menyusun strategi untuk melakukan promosi di lembaga masyarakat., sehingga sekolah akan mendapat citra baik yang disebut bauran promosi. Bauran promosi mengacu pada tugas-tugas khusus.²¹

Sedangkan bauran promosi menurut Basu Swastha Bauran promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. bauran personal

²⁰ Komarudin, K., Siregar, D. R. S., Zahrudin, Z., & Maftuhah, M. Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan. *YASIN*, 2(5), (2022), 680–694. <https://doi.org/10.58578/yasin.v2i5.560>

²¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA, 2007), 68.

selling dan alat promosi lainnya yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai program penjualan.²²

Dapat disimpulkan strategi bauran promosi adalah menyusun rencana secara menyeluruh dipadukan dengan alat-alat promosi yang digunakan dalam rangka meningkatkan tujuan program penjualan. Setiap bauran promosi memiliki tanggung jawabnya sendiri.

The American Marketing Association mengatakan bahwa dalam buku David Wijaya variabel bauran promosi dibagi menjadi empat kelompok yaitu :

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan diartikan sebagai Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi non pribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa tertentu. Pada iklan ditampilkan organisasi yang mensponsorinya, iklan telah dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan dan memelihara cipta dan makna dalam benak konsumen dan tujuan akhir dalam iklan adalah bagaimana memengaruhi perilaku pembelian konsumen.²³

Menurut Tjiptono bahwa iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasarkan ada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk yang disusun sedemikian rupa

²² Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran* (Yogyaakarta: Liberty Yogyakarta, 2003), 249

²³ Jeff Madura, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 245.

sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.²⁴

Periklanan dapat disajikan dalam berbagai bentuk dan media yakni seperti media cetak, dan media elektronik

a) Media Cetak

Media cetak merupakan suatu media informasi tertulis yang tersusun secara statis yang fungsinya menyampaikan informasi yang berisi keterangan singkat seperti spanduk, majalah, surat kabar dan lainnya.

b) Media elektronik

Media elektronik memudahkan perusahaan mencapai promosi yang lebih besar karena sifatnya yang masif dan berdaya jangkau luas. media elektronik seperti internet,

2) Penjualan personal (*Personal selling*)

Personal selling atau penjualan personal adalah interaksi yang dilakukan secara langsung oleh penjual dengan satu atau banyak calon pelanggan guna mempresentasikan produk, menjawab, dan menghandle permintaan produk.

Menurut Abdurrahman dalam buku strategi promosi pemasaran mengemukakan yang dimaksud *personal selling* atau penjualan personal merupakan kegiatan mempresentasikan secara personal seorang *salesmen* perusahaan yang bertujuan tercapainya

²⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyaakarta: ANDI, 2015), 226.

penjualan dan membangun hubungan konsumen serta pelayanan kepada pelanggan. Assauri juga mendefinisikan penjualan personal sebagai penyajian melalui interaksi berupa pembicaraan dengan satu atau banyak calon pelanggan guna mencapai penjualan.²⁵

Adapun proses penjualan personal Sumarni dan Suprihanto dalam buku strategi promosi pemasaran mengemukakan *personal selling* atau penjualan personal memiliki beberapa proses, diantaranya sebagai berikut:²⁶

- a) Persiapan
- b) Menentukan lokasi yang berpotensi
- c) Penjajagan
- d) Penjualan produk
- e) Kegiatan seluruh penjualan

Dapat disimpulkan penjualan personal merupakan suatu interaksi secara langsung dengan calon konsumen, dimana penjual mempresentasikan mengenai produk yang ditawarkan dengan tujuan membuat penjualan dan menjalin hubungan dengan pelanggan serta memberikan pelayanan kepada konsumen .

²⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 106.

²⁶ Onny F. S. dan Novelia U., *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FKIP Hamka, 2017), 64.

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut Rutih Hurriyati promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.²⁷

Menurut Basu S menyatakan bahwa insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi yang dapat mendorong pembelian oleh konsumen dan dapat meningkatkan efektifitas para distributor atau *reseller* dengan mengadakan pameran, peragaan jasa.²⁸

Menurut Assauri S. dalam buku strategi promosi pemasaran menjelaskan beberapa tujuan promosi penjualan adalah sebagai berikut:²⁹

- a) Menyelesaikan serta mempengaruhi pelanggan baru
- b) Mempromosikan produk maupun jasa terbaru
- c) Meningkatkan kualitas pelanggan pada produk yang sudah lama beredar
- d) Memberikan informasi terkait upgrade kualitas suatu produk
- e) Mempengaruhi konsumen untuk menggunakan produk

²⁷ Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: ALFABETA, 2015), 35.

²⁸ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*, 213.

²⁹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 43.

Menurut Wiliam F, Schoell, et. At menyatakan bahwa *sales promotion* adalah keinginan menawarkan intensif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual dan perantara.

4) Hubungan masyarakat (*Publisitas*)

Hubungan masyarakat adalah berbagai program untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau masing masing produknya. Hubungan masyarakat merupakan upaya komunikasi menyeluruh dan suatu perusahaan untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Yang dimaksud dengan kelompok-kelompok itu adalah mereka yang terlibat, mempunyai kepentingan, dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa hubungan masyarakat yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai komunitas dengan memperoleh publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor atau peristiwa tidak menyenangkan.³⁰

Hubungan masyarakat adalah jenis lain dari publisitas. Menurut Gary Amstrong dan Philip Kotler, hubungan masyarakat adalah proses membangun hubungan positif dengan berbagai

³⁰ Kotler & Armstrong, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 89.

komunitas yang mengelilingi perusahaan melalui perolehan pers yang disukai, pengembangan citra perusahaan yang positif, dan manajemen atau penekanan rumor negatif, cerita, dan peristiwa.

Hubungan masyarakat melakukan tugas-tugas berikut sebagai bagian dari tugasnya, diantaranya:³¹

- a) Kegiatan atau hubungan dengan pers: menghasilkan dan menyebarkan informasi yang relevan dengan berita dalam rangka mempromosikan barang dan jasa serta orang.
- b) Publikasi produk : mempromosikan berbagai produk
- c) Kegiatan masyarakat : mempromosikan produk tertentu membina dan menjaga hubungan dengan komunitas lokal dan nasional.
- d) Melobi : membangun dan memelihara hubungan dengan legislator dan anggota pemerintah lainnya untuk mempengaruhi peraturan perundang-undangan.

c. Implementasi Strategi Bauran Promosi

Adapun tahapan-tahapan dalam implementasi strategi bauran promosi yang dilakukan yaitu:

1) Perencanaan (*Planning*)

Menurut William H Newman, perencanaan ialah menentukan dahulu hal yang akan dilakukan perencanaan dalam strategi bauran promosi adalah langkah awal yang harus dilalui

³¹ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*,. 249.

untuk menggapai tujuan dan melakukan penentuan terkait seseorang maupun kelompok yang terlibat dalam pelaksanaan rencana yang tersusun bersama.

Perencanaan adalah kegiatan yang dilakukan di awal pada sebuah pekerjaan sebelum adanya proses pelaksanaan. Menurut Efni Wati yang ditulis oleh Fajri Dwiyama dkk, mengungkapkan bahwa perencanaan merupakan modal atau langkah awal yang digunakan dari sebuah serangkaian kegiatan yang akan dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat yang di dalamnya merumuskan program-program apa saja yang dapat dilakukan agar masyarakat bisa berpartisipasi pada lembaga pendidikan tersebut.³² Dengan adanya perencanaan yang disusun dengan baik, nantinya akan berpengaruh terhadap keberhasilan dalam mencapai tujuan yang diinginkan pula.

Sebelum dilakukannya perencanaan harus dilakukan penelitian terlebih dahulu mengenai kebutuhan dan keinginan masyarakat. Selanjutnya setelah informasi telah terkumpul dilanjutkan dengan membuat kesimpulan yang dilanjut dengan merumuskan strategi bauran promosi dalam kegiatan penerimaan

³² Fajri Dwiyama Dkk, “Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan,” *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, 2020, 66.

peserta didik baru. Berikut hal-hal yang hendaknya dilaksanakan dalam pembuatan perencanaan, yaitu:³³

- a) Penentuan menentukan visi, misi, dan tujuan lembaga pendidikan secara umum dan khusus.
- b) Melakukan analisis terhadap ancaman dan peluang eksternal lembaga pendidikan dalam peluang dan ancaman. Peluang eksternal dan ancaman ini dibagi menjadi 4 antara lain:
 - (1) Lingkungan publik merupakan suatu organisasi atau kelompok yang tertarik pada kegiatan lembaga.
 - (2) Lingkungan kompetitif merupakan sebuah keadaan di mana lembaga lain memiliki tingkat persaingan yang tinggi untuk mendapatkan perhatian serta loyaltas dari kelompok sasaran.
 - (3) Lingkungan makro adalah kekuatan fundamental yang memiliki skala besar yang menciptakan ancaman serta peluang terhadap sebuah lembaga
 - (4) Lingkungan pasar merupakan sebuah kelompok atau organisasi yang telah bekerja sama dengan sebuah lembaga dengan tujuan mencapai visi misi lembaga tersebut.
- c) mengenali pola dalam "kondisi pasar" dan mengidentifikasi siswa potensial untuk dipilih lembaga pendidikan.

2) Pelaksanaan

³³ Felinda Karela., "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Pacirab Lamongan" (Tesis,UIN Malang, 2022), 31.

Pelaksanaan pendidikan ialah kegiatan untuk mewujudkan hasil pengorganisasian dan perencanaan. Mobilisasi adalah upaya untuk menggerakkan atau mengarahkan karyawan dan memanfaatkan fasilitas yang ada untuk berkolaborasi dalam proyek.³⁴

Pelaksanaan dilakukan setelah planning yang telah diakui sempurna. Pelaksanaan menurut Nurdin Usman secara khusus, itu mengarah pada mekanisme atau tindakan sistem. Bukan hanya aktivitas, tetapi juga aktivitas terencana yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan aktivitas.³⁵ Guntur Setiawan menyampaikan pendapatnya tentang pelaksanaan yakni memperluas kegiatan yang mana proses interaksi antara tujuan dengan tindakan saling menyesuaikan dalam upaya untuk mencapainya.³⁶

Pelaksanaan strategi bauran promosi ialah langkah untuk merealisasikan kegiatan bauran promosi dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Tujuan maupun cita-cita lembaga pendidikan akan sulit terwujud tanpa adanya pelaksanaan. Pelaksanaan merupakan bagian dari fungsi manajemen yang paling utama, karena fungsi pelaksanaan ini lebih mengutamakan pada kegiatan yang

³⁴ Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan: Konsep Dan Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media., 2012), 131.

³⁵ Nurdin Usman, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* (Jakarta: Grasindo, 2002), 70.

³⁶ Guntur Setiawan, *Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), 39.

berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan.

Proses pelaksanaan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang merupakan syarat terpenting berhasilnya suatu proses, faktor faktor tersebut antara lain :³⁷

- a) Komunikasi, merupakan suatu program yang dapat dilaksanakan dengan baik apabila jelas bagi para pelaksana. Hal ini menyangkut proses penyampaian informasi, kejelasan informasi dan konsistensi informasi yang disampaikan.
- b) *Resouces* (sumber daya), dalam hal ini meliputi empat komponen yaitu terpenuhinya jumlah staf dan kualitas mutu, informasi yang diperlukan guna pengambilan keputusan atau kewenangan yang cukup guna melaksanakan tugas sebagai tanggung jawab dan fasilitas yang dibutuhkan dalam pelaksanaan.
- c) Disposisi, Sikap dan komitmen dari pada pelaksanaan terhadap program khususnya dari mereka yang menjadi implemetasi program khususnya dari mereka yang menjadi implementer program.
- d) Struktur birokrasi. Yaitu SOP (*Standar Operating Procedures*), yang mengatur tata aliran dalam pelaksanaan

³⁷ Abdullah, S. *Kumpulan Makalah "Study Implementasi Latar Belakang Konsep Pendekatan Dan Relevansinya Dalam Pembangunan"*, Persadi, Ujung Pandang, Hal 40., (1985). 11-28.

program. Jika hal ini tidak sulit dalam mencapai hasil yang memuaskan, karena penyelesaian masalah- masalah akan memerlukan penanganan dan penyelesaian khusus tanpa pola yang baku.

3) Evaluasi

Evaluasi strategi bauran promosi adalah kegiatan memperbaiki realisasi perilaku orang yang terlibat dalam strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru, hal ini dikarenakan informasi yang benar dan memadai sangat diperlukan oleh sekolah serta juga di dukung dengan kontrol yang baik.

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah adanya tahapan perencanaan dan juga pelaksanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Evaluasi merupakan suatu kegiatan untuk menentukan apa saja yang harus dikerjakan serta yang tidak harus dikerjakan, dan mengerjakan hal-hal yang telah diinstruksikan. Selain itu juga mengukur hasil kerja dan campur tangan apabila hasil yang dicapai tidak sesuai dengan tujuan di awal.³⁸

Menurut Vitri Yuniarti, dengan adanya evaluasi nantinya akan menjadikan kegiatan yang dilakukan pada saat itu akan menjadi bahan acuan program selanjutnya untuk lebih baik lagi, baik melanjutkan program yang sudah ada ataupun akan ada program baru yang dilaksanakan oleh periode selanjutnya. Berikut

³⁸ Ahmad Sulhan, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Sekitar Di MA At-Tahzib Kekait Gunungsari," Penelitian Keislaman 2 (2017), 147.

beberapa jenis kontrol yang dapat digunakan organisasi nirlaba seperti lembaga pendidikan dalam evaluasi.³⁹

a) Rencana pengendalian tahunan yang mencakup mengawasi seberapa baik pemasaran dilakukan setiap hari untuk memastikan bahwa laba dan volume penjualan yang diharapkan setiap tahun terpenuhi. Analisis penjualan, analisis pangsa pasar, analisis anggaran pemasaran, dan pelacakan sikap pasar adalah alat yang paling penting.

b) Kontrol profitabilitas, atau mencari tahu apakah pemasaran yang telah dilakukan benar-benar menguntungkan dan mempraktikkannya. Sejauh mana layanan memenuhi kebutuhan masyarakat, segmen pasar, dan saluran promosi adalah salah satu contohnya.

c) Audit pemasaran : adaptasi tujuan, strategi, dan sistem pemasaran, serta lingkungan yang diantisipasi, adalah tujuan dari audit pemasaran.⁴⁰

Pemasaran akan memiliki kontrol implementasi yang baik untuk menganalisis tujuan pasar dengan konsep yang baik dan terorganisir sejak awal.

d. Konsep Promosi Dalam Islam

Menurut Aang Kunaifi, pemasaran Islam atau yang ia sebut sebagai spiritual marketing adalah upaya spiritualisasi atau penerapan

³⁹ Vitri Yuniarti, "Aplikasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang 1," *Sinteks Jurnal Teknik 1* (2016): 10–11.

⁴⁰ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi*, 81

nilai-nilai spiritual dalam setiap strategi, program dan nilai yang dijalankan dalam pemasaran. Nilai spiritual yang dimaksud adalah nilai-nilai religius atau aturan agama Islam yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadis Habawi. Secara konsep, spiritual marketing merupakan tata olah cipta, rasa, hati dan karsa (implementasi) yang diimbangi oleh integritas keimanan, ketakwaan, dan ketaatan kepada syariat Allah Swt. Pemahaman spiritual marketing dalam sudut pandang syariah adalah melakukan pembatasan terhadap orientasi material manusia yang cenderung tanpa batas, untuk memberikan ruang dan energi dalam merealisasikan semangat dan tujuan spiritual.

Promosi adalah merupakan salah satu sarana pemasaran perusahaan ataupun lembaga dan bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh pihak konsumen dengan jangkauan promosi yang luas tersebut sehingga diharapkan volume penjualan dapat melebihi tingkatan sedangkan keefektifan dari saling bermusim menggunakan tergantung dari media promosi yang digunakan dan jenis produk yang dipasarkan. Bagaimana mencerminkan oleh Allah subhanahu wa ta'ala tentang maksud amanat adalah menyampaikan hak ataupun apa saja yang kepada pemiliknya dengan tidak ada keraguan Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi :⁴¹

⁴¹ Nur Asnawi dan Masykuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Indah Rahmawati (ed.)). 2011.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَوَدُّوا الْأَمْنَتَ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemilik? nya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar Maha Melihat.⁴²

Pengertian promosi menurut Tjiptono masih merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan atau lembaga dan produknya agar tersedia menerima pembeli dan layak pada produk yang ditawarkan oleh lembaga atau perusahaan yang bersangkutan.

2. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

a. Pengertian Penerimaan Peserta Didik Baru

Penerimaan peserta didik baru adalah salah satu kegiatan manajemen peserta didik yang sangat penting. Dikatakan demikian, karena kalau tidak ada peserta didik yang diterima di sekolah, berarti tidak ada yang harus ditangani atau diatur.⁴³

Dalam Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018 tentang penerimaan peserta didik baru pada taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah menengah pertama, sekolah menengah atas, dan sekolah menengah kejuruan dijelaskan bahwa penerimaan peserta

⁴² Depag RI, Alquran terjemah, 58.

⁴³ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 41.

didik baru, yang selanjutnya disingkat (PPDB), adalah penerimaan peserta didik baru pada TK dan sekolah. PPDB ini merupakan proses seleksi akademis calon siswa pada jenjang tertentu dengan aturan yang telah ditentukan. Tiap-tiap tingkatan sekolah memiliki cara tersendiri dalam PPDB, mulai dari TK, SD, SMP, SMA, dan SMK atau sederajat. PPDB ini dilaksanakan berdasarkan nondiskriminatif, objektif, transparan, akuntabel, dan berkeadilan. Non diskriminatif ini diperuntukkan bagi sekolah yang secara khusus melayani peserta didik dari kelompok gender atau agama tertentu.⁴⁴

Jadi dari definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa penerimaan peserta didik baru adalah suatu proses untuk mencari anggota untuk memenuhi kebutuhan dalam proses pembelajaran dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing anggota melalui seleksi yang sudah ditetapkan.

b. Prosedur Perencanaan Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru

Perencanaan adalah dasar dari mana semua fungsi lainnya dihasilkan. Tanpa perencanaan yang kongruen, organisasi biasanya tidak memiliki fokus sentral menurut Mondy dan Premeaux, perencanaan adalah proses menentukan apa yang seharusnya dicapai dan bagaimana mewujudkannya dalam kenyataan. Artinya, pada tahap prosedur perencanaan ditentukan apa yang akan dicapai dengan membuat rencana dan cara-cara melakukan rencana untuk mencapai

⁴⁴ Permendikbud, Nomor 51 Tahun 2018, pasal 4 (1-7).

tujuan yang telah ditetapkan. Dalam perencanaan, PPBD dilaksanakan sesuai dengan petunjuk teknis yang tertera dalam edaran Permendikbud No.44 Tahun 2019 tentang PPBD pada TK, SMP, SMA, dan SMK atau bentuk lain yang sederajat.⁴⁵

Adapun prosedur perencanaan penerimaan peserta didik baru adalah pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru, rapat penentuan peserta didik baru, pembuatan, pemasangan atau pengiriman pengumuman, pendaftaran peserta didik baru, seleksi, penentuan peserta didik yang diterima, pengumuman peserta didik yang diterima.

1) Pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru

Kegiatan pertama yang harus dilakukan oleh kepala sekolah dalam penerimaan peserta didik baru adalah penentuan panitia.

Panitia ini dibentuk dengan maksud agar secepat mungkin melaksanakan pekerjaannya. Panitia yang telah dibentuk umumnya diformalkan dengan menggunakan surat keputusan (SK) kepala sekolah.

2) Rapat penentuan peserta didik baru

Penentuan peserta didik dipimpin oleh wakil kepala sekolah urusan kesiswaan, yang dibicarakan dalam rapat ini adalah keseluruhan ketentuan penerimaan peserta didik baru. Penerimaan peserta didik merupakan pekerjaan rutin yang dilakukan setiap

⁴⁵ Permendikbud, Nomor 44 Tahun 2019, pasal 1 (1-14).

tahun. Tetapi ketentuan-ketentuan yang berkenaan dengan penerimaan harus senantiasa dibicarakan agar tidak dilupakan oleh mereka yang terlibat. Dalam rapat ini keseluruhan anggota panitia dapat berbicara sesuai dengan kapasitas mereka masing-masing. Aktivitas-aktivitas yang akan dilakukan setuntas mungkin, sehingga setelah rapat selesai, seluruh anggota panitia tinggal bertindak.

3) Pembuatan, pemasangan/pengiriman pengumuman

Pembuatan dan pemasangan pengumuman penerimaan peserta didik dilakukan secara terbuka. Dengan menggunakan papan pengumuman sekolah yang berisi tentang tempat pendaftaran, waktu dan tempat seleksi yang meliputi hari, tanggal, jam dan tempat seleksi, dan pengumuman hasil seleksi tes. Pada dasarnya tidak ada penolakan dalam hal penerimaan peserta didik baru kecuali jika fasilitas tidak memadai, calon peserta didik baru bisa memenuhi persyaratan yang telah ditentukan sesuai dengan ketentuan Departemen Pendidikan Nasional disamping ketentuan dari sekolah kedudukan sosial dan jabatan orang tua/wali peserta didik baru tidak menjadi pertimbangan dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB).

4) Pendaftaran peserta didik baru

Untuk pendaftaran calon peserta didik baru mereka langsung datang ke loket pendaftaran yang sudah disediakan di

pihak sekolah pendaftarannya dilakukan secara tertulis menggunakan format khusus yang sudah disediakan, selain itu juga calon peserta didik yang mendaftar diharuskan mengisi format pendaftaran secara *online* melalui *website*. Untuk mendapatkan formulir pendaftaran, sebelumnya calon peserta didik dipersilahkan untuk daftar ke panitia rekrutmen penerimaan peserta didik baru untuk mengisi identitas seperti nama calon peserta didik, alamat dan asal sekolah. Setelah itu panitia memberikan nomor dan formulir pendaftaran, menyuruh untuk mengisi formulirnya, syarat-syaratnya dilengkapi, membayar biaya pendaftaran dan kemudian dikembalikan pada waktu yang telah ditentukan oleh pihak sekolah.

5) Seleksi peserta didik baru

Ketentuan untuk diterima menjadi peserta didik

menggunakan seleksi tes. Sehingga, untuk masuk ke sekolah harus melalui proses dan tidak semua yang mendaftar ke lembaga tersebut bisa diterima. Seleksi yang digunakan oleh pihak sekolah yaitu seleksi secara *offline*. Dengan diberikan tiga jenis tes, diantaranya adalah tes tertulis yang didalamnya terdapat soal mata pelajaran umum dan soal mata pelajaran keagamaan, selanjutnya tes lisan bersama calon peserta didik, tes baca tulis qur'an dan tes baca tulis latin.

6) Rapat penentuan peserta didik baru

Rapat penentuan peserta didik baru yang diterima disesuaikan dengan daya tampung sekolah dan berdasarkan hasil tes seleksi yang telah diikuti oleh calon peserta didik baru, kemudian pihak sekolah mengumumkan secara resmi dan sah secara yuridis oleh panitia penerimaan peserta didik baru. Dan untuk transparansi data pihak panitia penerimaan peserta didik baru menempelkan hasil tes seleksi peserta didik secara keseluruhan baik itu seleksi secara lisan dan tulisan di papan pengumuman sekolah, sehingga peserta didik yang mendaftar serta orangtua wali dapat melihat hasil dan kemampuan anaknya pada saat melaksanakan tes, dan juga dapat melihat apakah peserta didik tersebut dinyatakan lulus atau tidak. Transparansi data ini dilakukan agar peserta didik dan orangtua wali dapat memahami ketika peserta didik tersebut tidak dapat diterima di sebuah lembaga sekolah karena telah melihat secara langsung hasil dari setiap seleksi tes yang dilakukan.

7) Pengumuman dan pendaftaran ulang peserta didik baru.

Setelah diadakan pendaftaran calon peserta didik baru, kemudian dilakukan tes seleksi, pengumuman peserta didik yang diterima atau tidak dan selanjutnya adalah pendaftaran ulang (registrasi). Pendaftaran ulang dilakukan setelah peserta didik dinyatakan lulus pada seleksi tes yang diselenggarakan oleh pihak

sekolah. Setelah peserta didik yang bersangkutan dinyatakan lulus atau diterima, maka peserta didik diharuskan untuk memenuhi persyaratan dan kelengkapan data yang diminta sekolah guna untuk melakukan daftar ulang.⁴⁶

Tabel 2.2 Langkah-langkah rekrutmen peserta didik baru



Dalam penerimaan peserta didik baru, diperlukan adanya kriteria-kriteria tertentu.⁴⁷ Terdapat tiga macam kriteria penerimaan peserta didik yaitu:

- 1) Penerimaan siswa berdasarkan kriteria yang telah ditentukan adalah kriteria acuan patokan (*standard criteria referenced*). Dalam hal ini, sekolah terlebih dahulu menetapkan standar bagi calon

⁴⁶ Permana, W. A. Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 5(1). (2020), 83–96. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.5989>

⁴⁷ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah.*, 34

siswa yang memenuhi persyaratan minimal sekolah untuk diterima atau ditolak.

- 2) Kriteria acuan norma (*norm criterien citierien*), khususnya status penerimaan peserta murid baru berdasarkan prestasi keseluruhan yang mengikuti proses seleksi. Kriteria penerimaan dalam hal ini ditetapkan oleh sekolah berdasarkan kinerja keseluruhan siswa. Rata-rata dicari sebagai penjumlahan dari keseluruhan prestasi siswa. Siswa yang akan datang yang nilainya di atas normal adalah pelamar yang didelegasikan yang dapat diakui sebagai siswa yang diharapkan. Siswa yang tidak diterima termasuk yang di bawah rata-rata.
- 3) Kriteria berdasarkan daya tampung sekolah pertama-tama sekolah menentukan daya tampungnya, atau jumlah calon siswa baru yang akan diterima. Sekolah kemudian mengurutkan prestasi siswa dari yang tertinggi sampai yang terendah dimulai dari yang berprestasi tertinggi. Diurutkan dari atas ke bawah adalah digunakan untuk memilih siswa yang diterima sampai kapasitas tercapai.

c. Proses Pelaksanaan Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru

Pelaksanaan adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan setelah dirumuskan perencanaan dan pengorganisasian. Pelaksanaan dilakukan ketika perencanaan telah dirumuskan, termasuk anggaran biaya yang diperlukan atau diharapkan, struktur organisasi, dan tim kerja serta kebutuhan untuk menunjang pelaksanaan sudah siap.

Untuk mendukung pelaksanaan kegiatan PPDB tersebut, maka dibuatlah petunjuk teknis PPDB Jatim 2017 oleh Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Timur. Dalam Pergub Nomor 23 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan PPDB pasal 2 terdapat azas dan tujuan pelaksanaan PPDB. Adanya peraturan berupa pergub dan juknis PPDB ini sebagai bentuk dari kesungguhan pemerintah dalam melaksanakan kegiatan PPDB dengan sistem zonasi. Sistem ini diterapkan dalam PPDB mekanisme luar jejaring (*luring/offline*) dan dalam jejaring (*daring/online*).⁴⁸

Pelaksanaan PPDB *offline* terdapat beberapa jalur, yaitu jalur prestasi, jalur mitra warga, jalur bidik misi, dan jalur inklusif. Jalur prestasi yaitu bagi calon peserta didik yang memiliki prestasi baik di bidang akademis maupun non akademis. Jalur mitra warga yaitu untuk calon peserta didik yang berasal dari keluarga kurang mampu. Jalur bidik misi yaitu biaya pendidikan peserta didik miskin yang berprestasi. Sedangkan jalur inklusif yaitu bagi calon peserta yang berkebutuhan khusus dengan tingkatan tertentu di sekolah umum atau reguler.

Sedangkan pada pelaksanaan PPDB *online* yaitu melalui laman (*website*) resmi PPDB pada masing-masing daerah. Sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah wajib mengumumkan secara terbuka proses pelaksanaan dan informasi PPDB, antara lain terkait persyaratan,

⁴⁸ Aprilia Lestari, H., & Rosdiana, W. "Implementasi Kebijakan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Di SMA Negeri 4 Kota Madiun Tahun 2017". *Publika*, 6(5), (2018), 1–7.

seleksi, daya tampung, dan hasil penerimaan peserta didik baru. Pelaksanaan sistem penerimaan peserta didik baru PPDB dimulai dari tahap:

- 1) pengumuman pendaftaran penerimaan calon peserta didik baru pada sekolah yang bersangkutan yang dilakukan secara terbuka dan menyeluruh
- 2) calon peserta didik mendaftarkan diri secara *online* dengan mengakses *website* sekolah sesuai jalur pendaftaran,
- 3) proses seleksi dan penetapan peserta didik baru yang lulus, dan daftar ulang atau herregistrasi.

Dengan pembuatan standar operasional prosedur PPDB yang jelas maka pelaksanaan penerimaan peserta didik akan dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

e. Evaluasi dan Pengelompokan Peserta Didik Baru

Evaluasi merupakan suatu proses pengumpulan, analisis dan penyajian informasi yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta dapat digunakan dalam penyusunan program selanjutnya. Adapun tujuan evaluasi yakni untuk memperoleh informasi secara objektif dan akurat tentang suatu kegiatan. Informasi tersebut dapat berupa proses saat pelaksanaan, dampak/hasil yang dicapai, efisiensi serta pemanfaatan hasil evaluasi yang digunakan sebagai pengambilan keputusan apakah kegiatan dapat dilanjutkan, diperbaiki,

atau dihentikan. Selain itu digunakan sebagai kepentingan dalam penyusunan program berikutnya.

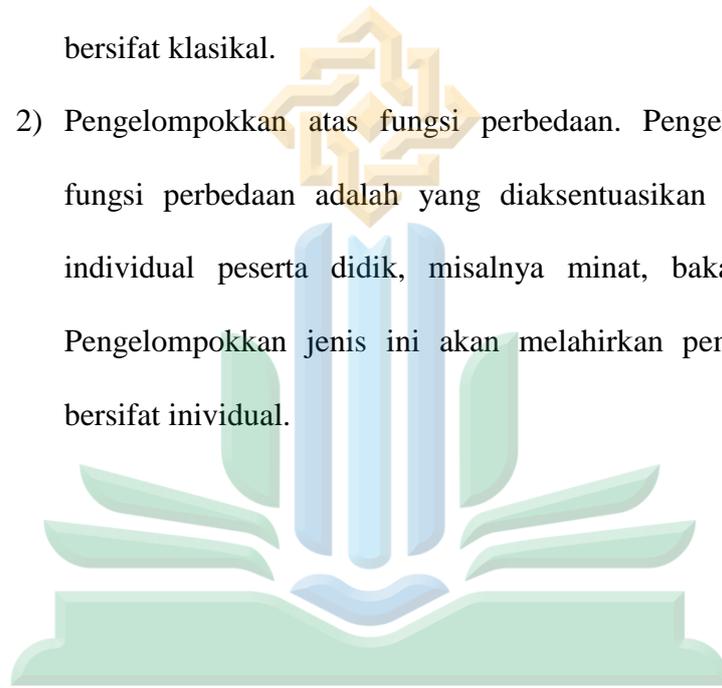
Menurut Imron dalam buku Rifa'i mengatakan bahwa Pengelompokan (*grouping*) atau *classification* (klasifikasi) adalah pengelompokan peserta didik berdasarkan karakteristik-karakteristiknya, hal ini dimaksudkan agar peserta didik berada dalam kondisi yang sama. Pengelompokan peserta didik didasarkan asumsi sebagai berikut:⁴⁹

- 1) Peserta didik memiliki sejumlah kesamaan sekaligus memiliki sejumlah perbedaan satu dengan lainnya.
- 2) Perkembangan atau kematangan peserta didik satu dengan lainnya bisa berbeda. Agar kematangan yang lebih dulu tidak menunggu kematangan yang lambat, atau sebaliknya, maka peserta didik perlu dikelompokkan berdasarkan tingkat kematangannya.
- 3) Memudahkan pelayanan kepada peserta didik yang memiliki karakteristik tertentu yang hampir sama, misalnya kemampuan.
- 4) Melalui pengelompokan tertentu, peserta didik lebih mudah dikenali, dan lebih mudah memberikan pelayanan secara individual yang optimal.

Pengelompokan peserta didik dijelaskan oleh Yeager dibedakan atas dua jenis kelompok yaitu:

⁴⁹ Rifa'i, M. "Manajemen Peserta Didik". In Rsydi Ananda & muhammad Fadhli (Ed.), *CV. Widya Puspita*, (2018). (Vol. 53, Issue 9).

- 1) Pengelompokan atas fungsi integrasi. Pengelompokan peserta didik atas fungsi integrasi adalah pengelompokan yang didasarkan atas kesamaan- kesamaan yang ada pada peserta didik, misalnya didasarkan atas umur, jenis kelamin, dan sebagainya. Pengelompokan jenis ini akan melahirkan pembelajaran yang bersifat klasikal.
- 2) Pengelompokan atas fungsi perbedaan. Pengelompokan atas fungsi perbedaan adalah yang diaksentuasikan pada perbedaan individual peserta didik, misalnya minat, bakat, kemampuan. Pengelompokan jenis ini akan melahirkan pembelajaran yang bersifat individual.



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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Secara secara metodologi pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jauh tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) akan kepercayaan masyarakat.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian studi kasus menggunakan jenis ini karena merumuskan permasalahan atau fenomena yang terjadi di lembaga meliputi hubungan sikap kegiatan serta proses yang sedang berlangsung dan dampak dari suatu fenomena. Informan diminta untuk menjawab setiap pertanyaan yang bersifat umum meliputi topik yang akan dibahas juga adukan arah penelitian maka dari itu penelitian lakukan analisis data atau mengkaji secara mendalam pada penelitian ini guna untuk dapat mendeskripsikan tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana seorang peneliti akan melakukan kegiatan penelitian di sebuah wilayah untuk memperoleh data yang diinginkan. Adapun objek atau tempat oleh seorang peneliti adalah SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School yang terletak di jalan Imam Bonjol No. 50 Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Peneliti memilih

lokasi tersebut berdasarkan beberapa pertimbangan karena ingin mengetahui lebih mendalam lagi mengenai implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amin 02 Jember, sekolah tersebut merupakan lembaga pendidikan yang maju, dan sekolah yang menerapkan program *Full Day School*.

Adapun alasan peneliti meneliti lokasi penelitian di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School ialah peneliti menemukan, bahwa di lokasi tersebut terdapat fenomena yang sesuai dengan judul yang peneliti angkat, selain itu didukung juga dengan data penelitian yang peneliti temukan atau dapatkan di lapangan. Adapun fenomena yang saya temukan di lapangan ini juga dibahas atau sesuai dengan grand teori peneliti pilih, selain itu akses dari lokasi tersebut dapat dijangkau dengan mudah, sehingga penelitian yang dilakukan peneliti dapat berjalan dengan lancar. Selain itu terdapat beberapa keunikan – keunikan yang peneliti tertarik untuk meneliti PPDB di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School sebagai berikut :

1. Pendaftaran penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien dilakukan setahun sebelumnya, lebih tepatnya 3 bulan setelah tahun ajaran baru.
2. Jumlah kuota dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien mencapai 100 lebih calon peserta didik baru pertahunnya.
3. Level SD dengan peminat banyak dari berbagai kecamatan atau lintas sehingga mampu bersaing dengan negeri meskipun dari segi administrasi

jauh lebih mahal swasta. Untuk lebih rincinya yaitu 10 juta dan bisa diangsur selama 1 pekan dari pendaftaran.

4. Strategi promosi yang efektif seperti mulut ke mulut dengan melibatkan seluruh warga sekolah dan para wali murid.
5. Kualitas pelayanan yang terus dijaga dan ditingkatkan baik kepada masyarakat atau seluruh warga sekolah.

C. Subyek Penelitian

Pada subjek penelitian, peneliti menetapkan sejumlah informan sebagai subjek. Dalam menentukan informan peneliti wajib mempertimbangkan dengan tujuan yang dimaksud. Karena informan merupakan satu - satunya sumber utama untuk diamati dan sebagai narasumber yang mengetahui dan memahami kondisi yang sebenarnya di lokasi penelitian. Ada dua sumber data yang dipakai dalam penelitian ini diantaranya :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari sumber awal yang didapatkan, pada saat peneliti bertanya kepada narasumber, adapun informan yang terlibat sebagai berikut :

- a. Kepala Sekolah yaitu Bapak Hizbullah Muhib, S.E., M.M.
- b. Panitia PPDB yaitu Bapak Ir. H. Akhmad Hafidz
- c. Waka Humas dan Sarpras yaitu Bapak Yudha Purnama, S.kom.
- d. Waka Kesiswaan yaitu Bapak Muhammad Bagus Rizal F, S.Pd.
- e. Guru yaitu Ibu Lilik Masruroh, S.Pd.
- f. Wali Murid yaitu Ibu Agnis Pondineka Ria Aditama

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah yang dipergunakan untuk membawa data primer yang merupakan hasil observasi, dokumentasi serta sebagai rujukan yang berupa data buku, tesis, skripsi dan jurnal yang membahas terkait dengan implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada natural setting (kondisi yang alamiah), sumber data primer, dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta (*participant observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) dan dokumentasi.⁵⁰ Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang valid, akurat, dan dapat dipercaya. Teknik pengumpulan data ini penting untuk menjamin kredibilitas informasi dalam melakukan kegiatan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memeriksa suatu objek yang akan dipelajari, menganalisis dan mencatat temuan di lokasi yang diamati.

Jenis observasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif yang menerangkan bahwasanya peneliti tidak ikut andil

⁵⁰ Sugiyono, P. *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/R&T)* (Bandung : CV Alfabeta 2015), 223.

dalam kegiatan, jadi peneliti hanya mengamati dan mencatat mengenai objek penelitian. Dalam hal ini observasi peneliti terhadap data yaitu profil dan sejarah satuan pendidikan sekolah beserta data guru, data siswa, jenis promosi yang digunakan dapat meningkatkan penerimaan siswa terhadap visi dan misi serta sarana dan prasarana.

Kemudian peneliti melakukan observasi implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yaitu meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari strategi bauran promosi sebagai berikut :

a. Perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

1) mendesain spanduk atau pamflet yang dilakukan oleh panitia PPDB bagian seksi humas dan IT.

2) rapat khusus antara panitia PPDB bagian seksi humas dengan humas sekolah, bahwa dalam rapat tersebut membahas tentang pembuatan konten video dimedia sosial masing – masing sekolah.

3) menyiapkan bahan atau panduan wawancara kepada calon wali murid dan observasi calon peserta didik,

4) melakukan pembentukan panitia lomba oleh humas sekolah.

5) melakukan rapat internal panitia bagian seksi kord sekolah bersama anggota untuk merancang atau mengkonsep pembagian pamflet.

b. Pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

- 1) Pemasangan media spanduk atau baliho di tempat – tempat yang strategis oleh panitia.
 - 2) publikasian konten media sosial baik dari *Instagram* ataupun *youtube*.
 - 3) melakukan pelayanan disaat kegiatan wawancara dan observasi dalam PPDB.
 - 4) panitia melakukan publikasian seperti mendatangi sekolah – sekolah TK tau RA dengan membawa surat ijin publikasi lomba oleh panitia lomba.
 - 5) Membagikan pamflet oleh seksi kord sekolah yang telah dikonsepsi sebelumnya yang kemudian diikuti promosi mulut ke mulut oleh wali murid dan warga sekolah.
- c. Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :
- 1) membuat kuisisioner kepada wali murid baru untuk mengetahui, mengukur, mempertimbangkan serta melakukan perbaikan dan peningkatan pada media mana yang paling berpengaruh dan memiliki efek besar terhadap pelaksanaan penerimaan peserta didik baru baru.
 - 2) mempelajari, mencatat dan mengetahui sisi kekurangan dari pelayanan yang berikan.
 - 3) membuat laporan hasil kegiatan lomba yang diadakan oleh humas sekolah

- 4) mengadakan rapat secara keseluruhan bersama panitia, pimpinan LPA, dan koordinator setiap sekolah, untuk mengetahui kendala di lapangan serta memberikan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan.

2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih untuk memperoleh sebuah informasi berdasarkan tujuan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang memberikan pertanyaan dan yang diwawancarai yang menjawab pertanyaan dari pewawancara.

Dalam proses wawancara ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan teknik wawancara yang pertanyaannya sudah di siapkan oleh peneliti sebelumnya. Tujuan dari wawancara ini adalah peneliti merangsang responden agar membuka pernyataan seluas-luasnya agar pewawancara puas dalam menggali informasi serta mempermudah kegiatan penelitian ini. Adapun terkait dengan pertanyaan yang akan ditanyakan yaitu meliputi fokus penelitian perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari strategi bauran promosi sebagai berikut :

- a. Perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

- 1) Bagaimana cara mendesain spanduk yang baik dan bagus, sehingga dapat menarik minat masyarakat sebagai media promosi periklanan?
 - 2) Bagaimana cara pembuatan konten media sosial sebagai promosi periklanan yang baik dan bagus, sehingga dapat menarik minat masyarakat?
 - 3) Bagaimana cara promosi PPDB dengan *personal selling*?
 - 4) Bagaimana langkah humas dalam mempromosikan PPDB di SD Al Baitul Amien 02 Jember ini?
 - 5) Bagaimana cara promosi PPDB dengan *sales promotion* ?
- b. Pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :
- 1) Di manakah tempat yang paling startegis pemasangan spanduk PPDB tersebut?
 - 2) Bagaimana proses publikasian konten video ke dalam media sosial sekolah?
 - 3) Bagaimana pengaplikasian *personal selling* pada saat PPDB di buka?
 - 4) Bagaimana pelaksanaan dari lomba yang di adakan sebagai salah satu bentuk promosi? Dan kapan pelaksanaannya?
 - 5) Bagaimana pengaplikasian *sales promotion* pada saat PPDB di buka?

c. Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

- 1) Bagaimana evaluasi perencanaan dan pelaksanaan dari periklanan spanduk dan konten media sosial?
- 2) Bagaimana evaluasi perencanaan dan pelaksanaan dari *personal selling*?
- 3) Bagaimana evaluasi dari kegiatan lomba tahunan yang diadakan humas sebagai bentuk promosi PPDB?
- 4) Bagaimana evaluasi perencanaan dan pelaksanaan dari *sales promotion*?

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan gambar dan karya-karya monumental dari seseorang. dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto gambar hidup sketsa dan lain-lain. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

Studi dokumen merupakan pelengkap dari pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁵¹

Adapun terkait dengan dokumentasi yaitu meliputi fokus penelitian perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi dari strategi bauran promosi.

⁵¹ Sugiyono, P. *Metode Penelitian*.,226

Metode ini digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data terkait dengan judul skripsi *reviewer*. Data yang diperoleh dari dokumentasi tersebut adalah sebagai berikut :

a. Perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

- 1) Dokumentasi pembuatan pamflet atau spanduk PPDB dan dokumentasi rapat khusus seksi humas sekolah
- 2) Dokumentasi pembuatan pamflet dan juknis lomba
- 3) Dokumentasi rapat internal seksi kord sekolah

b. Pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

- 1) Dokumentasi pemasangan spanduk PPDB
- 2) Pempublikasian konten video ke media sosial sekolah dan dokumentasi pamflet PPDB di website sekolah
- 3) Dokumentasi kegiatan wawancara dan observasi serta administrasi pendaftaran PPDB

c. Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti :

- 1) Dokumentasi laporan hasil kegiatan lomba tahun 2023
- 2) dokumentasi rapat kegiatan sosialisali PPDB.

E. Analisi Data

Analisis data dalam penelitian dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai mengumpulkan data dalam periode tertentu pada saat wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang sudah diwawancarai. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel.

Dalam penelitian kualitatif menurut Miles and huberman analisis data dilakukan dengan model interaktif dan berkesinambungan. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data model interaktif ini sesuai dengan teori miles dan huberman yaitu ada tiga yakni (1) kondensasi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan simpulan.

1. Kondensasi data (*data reduction*)

Reduksi data merupakan salah satu bagian dari analisis data. Hal ini dilakukan melalui proses memilih, mengklasifikasikan, menyederhanakan dan membuang yang tidak diperlukan, sehingga dengan demikian dapat diambil kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, analisis pada umumnya bersifat naratif yaitu mencari persamaan dan perbedaan suatu informasi. Dalam penelitian ini jika ada data yang dianggap penting atau diperlukan maka data itulah yang digunakan. Baik dari hasil wawancara atau dokumentasi, reduksi data dapat memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian selanjutnya, serta memudahkan peneliti dalam mengelompokkan data dan

juga mempersiapkan penelitian. Sebaliknya jika ada data yang tidak memenuhi syarat maka data tersebut digunakan dalam analisis data.

2. Penyajian data (*data display*)

Setelah data kondensasi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*)

Menarik kesimpulan dan memverifikasinya. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti pendukung yang kuat pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan yang diajukan pada tahap awal dikatakan kredibel jika didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data.⁵²

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan kegiatan penelitian di mana untuk memperoleh keabsahan temuannya dengan memperoleh temuan yang valid.

⁵² Sugiyono, P. *Metode Penelitian* .,228

Mengingat data sangat penting dalam penelitian kualitatif, maka keabsahan data perlu diperoleh melalui teknik pengecekan validitas seperti saran Lincoln dan Kuba, validitas data meliputi : kredibilitas (*credibility*), transferabilitas (*transferability*), dependabilitas (*dependability*), konfirmabilitas (*confirmability*).⁵³ Untuk menyajikan data dan menguji data yang diperoleh peneliti, peneliti menggunakan dua metode yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah pengujian keterpercayaan suatu data dengan memperolehnya dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik yang sama. Menggunakan hasil wawancara dengan kepala sekolah, peneliti membandingkan hasil wawancara kepala sekolah dengan informan lainnya yang ada di SD Al Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember. Kemudian dilakukan pengecekan data dari berbagai sumber data untuk mendapatkan data yang sebenarnya.

2. Triangulasi Teknik

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengumpulkan data yang berbeda dari sumber yang sama. Fenomena yang terjadi di SD Al Baitul Amien 02 Full Day School Jember dianalisis, dideskripsikan dan dirangkum. Sehingga data yang diperoleh akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu, triangulasi sumber dan triangulasi teknik digunakan untuk menghasilkan data yang lebih padat dalam

⁵³ Sugiyono, P. *Metode Penelitian*.,230

temuan penelitian yaitu tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru.

G. Tahap Penelitian

Dalam Bagian ini menuliskan rencana yang akan dilaksanakan oleh pengkaji, berawal dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sesungguhnya dan hingga pada penulisan laporan.⁵⁴ Adapun langkah-langkah penelitian sebagai berikut :

1. Tahap Pra-lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap awal dalam kegiatan penelitian. Dalam tahap ini peneliti menyusun rencana penelitian seperti menentukan isu, menentukan tempat yang hendak di observasi, pengajuan judul ke dosen pembimbing akademik (DPA), mendapatkan dosen pembimbing lalu menyusun matrik Penelitian dimana kemudian didiskusikan kepada dosen pembimbing. Mengurus perizinan penelitian kepada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dan melanjutkan Penelitian di lapangan.

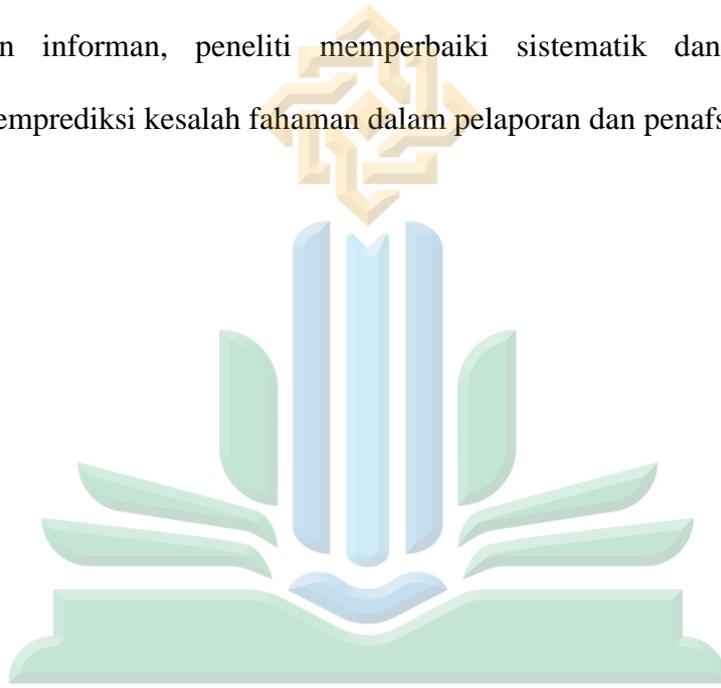
2. Tahap Pelaksanaan

Untuk tahap pelaksanaan ini, peneliti melakukan penelitian sesuai apa yang sudah peneliti tentukan. memahami fenomena atau kejadian yang terjadi di lapangan Seperti observasi tempat, wawancara kepada narasumber dan mengumpulkan data untuk bukti penelitian.

⁵⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*.,48

3. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan pemeriksaan untuk mengumpulkan data dan mengkategorikan hasil penelitian yang dilakukan ke dalam satuan-satuan yang dapat dikelola untuk mengidentifikasi poin-poin penting yang dapat dijadikan bahan acuan. Temuan dari dokumentasi dan informan, peneliti memperbaiki sistematik dan bahasa untuk memprediksi kesalahan fahaman dalam pelaporan dan penafsiran.



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

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini yaitu SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School sebagai kelengkapan objek ini, akan dikemukakan tentang SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School yang meliputi :

1. Profil dan sejarah SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Berdasarkan peraturan menteri pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia nomor 36 tahun 2014 tentang pedoman pendirian perubahan dan penutupan satuan pendidikan dasar dan menengah serta memperhatikan surat rekomendasi kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Jember Nomor : 421.2/2707/310/2020 tanggal 11 Agustus 2020. Kepala dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu Kabupaten Jember berikan izin perpanjangan sekolah dasar swasta kepada : Nama Sekolah : SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School. Alamat Sekolah : Jln. Imam Bonjol No 45 A Jember, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kab. Jember Prov. Jawa Timur. Berdiri Mulai : 02 Juli 2012. NS SD : 10.2.05.24.11.011. NPSN : 69950481. Nama Yayasan : Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember. Alamat Yayasan : Jln, Sultan Agung No. 2 Rt 003 Rw 003, Lingk Tegalorejo Kel. Jember Lor, Kec. Patrang Kab. Jember. Tgl/No. Akte Yayasan : 14 April 2010/ Nomor : 27.⁵⁵

⁵⁵ SD Al Baitul Amien 02 Jember, "Profil SD A Baitul Amien 02 Jember," 12 Januari 2024.

Sejarah SD Al Baitul Amien Jember yaitu berdiri pada tahun 1997 di SD Al Baitul Amien 01 Jember, itu sudah mempunyai gambaran bahwa ini sekolah yang akan memberikan gambaran terkait dengan full day school dan SD Al Baitul Amien adalah salah satu SD pelopor Full Day pertama kali di Jember kemudian sekitar Tahun 2012 yayasan membangun SD 02 yang terletak di : Jln. Imam Bonjol No 45 A Jember, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kab. Jember Prov. Jawa Timur dan sahkan oleh Dinas Pendidikan Kabupaten Jember.⁵⁶

2. Visi dan Misi SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

a. Visi

“Terwujudnya SD Al Baitul Amien 02 Jember unggul dan rujukan nasional dalam pembentukan lulusan yang sholeh dan cerdas”

b. Misi

1) Sholeh

- a) Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler bidang keislaman peserta didik
- b) Menyelenggarakan pembelajaran interalisasi nilai – nilai cinta allah dan rosul dan cinta orang tua dan guru
- c) Menyelenggarakan pembelajaran nilai – nilai aswaja ahlusunnah waljamaah annahdliyah
- d) Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler baca tulis, terjemah, tafsir, tahfidz al qur'an.

⁵⁶ Hizbullah Muhib, diwawancara oleh penulis, Jember, 16 Januari 2024.

- e) Menyelenggarakan pembelajaran interalisasi nilai – nilai cinta diri sendiri, cinta sesama, cinta alam sekitar dan cinta bangsa dan negara
- f) Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler, kokurikuler dan pembiasaan nilai adab kepada guru, orang tua, teman dan sesama

2) Cerdas

- a) Menyelenggarakan pembelajaran interalisasi nilai – nilai kritis, kreatif, kolaboratif dan komunikatif
- b) Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler dalam bidang penguasaan bahasa asing (*English* dan Arab)
- c) Menyelenggarakan pembelajaran interalisasi nilai – nilai ilmu pengetahuan dan teknologi.⁵⁷

3. Struktur Organisasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Adapun struktur organisasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School tahun pelajaran 2023/2024. Yang terdiri dari : Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien Jember kepala sekolah SD Al Baitul Amien 02 Jember bapak Hizbullah Muhib, SE, M.M., Tata Usaha tata usaha memiliki beberapa bagian diantaranya bagian administrasi dan khusus bagian keuangan dan kas keluar, bagian dapodik, bagian keuangan

⁵⁷ SD Al Baitul Amien 02 Jember, Profil SD A Baitul Amien 02 Jember, 2024.

bos, bagian RT dan Badan. Waka kesiswaan memiliki beberapa bagian diantaranya BP, Ekstrakurikuler, pengelola Pojka UKS, Pelayanan kesehatan RS PTP Kaliwates, dan Perpustakaan. Waka kurikulum memiliki beberapa bagian diantaranya ketua KKG, koordinator qur'an dan ibadah, dan Wali Kelas..⁵⁸

Adapun struktur komite SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School terdiri dari : Kepala komite., sekretaris, bendahara, pengelola sumber daya sekolah, Pengembangan kualitas layanan sekolah, sarana dan prasarana sekolah, dan satuan informasi pelayanan sekolah.

4. Program-program Unggulan SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Beberapa program unggulan yang dikembangkan di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School yaitu diantaranya :

- a. Full Day yaitu dari pukul 07.30 kegiatan di mulai diawali dengan sholat dhuha berjamaah dan membaca beberapa surat di juz 30. Pukul 08.00 kembali ke kelas masing-masing untuk pelaksanaan pembelajaran sesuai jadwal. Pukul 10.00 istirahat pertama selama 30 menit digunakan murid untuk membeli jajanan di kantin. Pukul 13.00 istirahat kedua selama 30 menit digunakan untuk kegiatan sholat dhuhur berjamaah dan makan siang. Untuk kelas 1 dan 2 makan siang terlebih dahulu kemudian sholat dhuhur berjamaah. Sedangkan kelas 3 sampai 6 melaksanakan sholat dhuhur berjamaah kemudian makan

⁵⁸ SD Al Baitul Amien 02 Jember, Profil SD A Baitul Amien 02 Jember, 2024.

siang. Pukul 15.00 akhir dari pembelajaran, semua siswa menuju ke mushola untuk melaksanakan sholat asar berjamaah. Setelah selesai sholat guru dan tim afeksi (siswa) yang bertugas melepas siswa pulang berdiri di ruang lobi untuk melepas siswa untuk pulang ke rumah masing-masing.

b. Pendidikan Khas Al Baitul Amien yaitu:

- 1) Kurikulum 2013 yang digunakan dengan metode pembelajaran Quantum Teaching dan Quantum Learning
- 2) Pengajaran Al Qur'an dengan metode tilawati
- 3) Penanaman akhlaqul karimah,
- 4) Pengajaran sholat dan Ibadah lainnya (sholat dhuha, dluhur, asar, istigosah tahlil dll)
- 5) Tahfizul Qur'an jus 30
- 6) Pengajaran Bahasa Arab dan Inggris secara intensif
- 7) Out door activity (memebina kemandirian dan dan mental berprestasi)
- 8) karakter, dan cinta tanah air.
- 9) Muhadhoroh/pidato
- 10) Komputer
- 11) Ekstrakurikuler⁵⁹

⁵⁹ SD Al Baitul Amien 02 Jember, Profil SD A Baitul Amien 02 Jember, 2024.

5. Kondisi SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Maka dari hasil dokumentasi dan observasi yang telah dilaksanakan oleh peneliti, ada beberapa kondisi yang perlu disampaikan :

a. Kondisi Pendidik Dan Tenaga Kependidikan

Adapun tenaga pendidik SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School pada tahun pelajaran 2023/2024 ialah berjumlah 36 diantaranya laki-laki 13 dan perempuan 23 dan guru yang juga menjadi tendik berjumlah 41 dengan 14 laki-laki dan 27 perempuan adapun tenaga kependidikan itu berjumlah 5 diantaranya 1 laki-laki dan 4 perempuan.

b. Kondisi Siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Adapun keadaan siswa di SD Al Baitul Amien 02 Jember dari tahun ke tahun yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1
Kondisi Siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember
dari tahun ke tahun

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Total	Jumlah Pendaftar PPDB	Jumlah di Kelas I
1	2019/2020	536	112	4 kelas
2	2020/2021	533	112	4 kelas
3	2021/2022	584	107	4 kelas
4	2022/2023	600	112	4 kelas
5	2023/2024	628	112	4 kelas

Adapun prestasi siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember yang terexpoce seperti berikut :

Tabel 4.2
Prestasi Siswa SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

NO	Nama	Juara Lomba
1	Nizam Rizkillah Tsaqif	1. Meraih Medali Perunggu dalam lomba International Kangaro Mathematics Contest (IKMC) 2020 2. Juara 1 lomba HIMSO Matematika Tingkat Nasional.
2	Abyan Zaki Ariyandra	1. Meraih Medali Perunggu Final Nasional Olimpiade Cerdas Tangkas 2 Sains 2. Meraih Medali Emas dalam lomba Sains Level 1 Final Provinsi Olimpiade Cerdas Tangkas 2
3	Agha Nabigh El Rafif	1. Meraih Medali Perak Final Nasional Olimpiade Cerdas Tangkas 2 Sains Tingkat Nasional. 2. Meraih Medali Emas Olimpiade Sains Potensi Level 1
4	M. Defka Abya Laqif	Meraih Medali Emas Final Nasional Olimpiade Cerdas Tangkas 2 Bidang Matematika
5	Rafandra Daffa Athaya	Meraih Medali Perunggu Olimpiade Bahasa Inggris ONMIPASA Tingkat Nasional

c. Sarana dan Prasarana

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa sarana dan prasarana yang ada di SD Al Baitul Amien 02 Jember

sudah cukup mendukung dalam pembelajaran. Adapun sarana dan

prasarana di SD Al Baitul Amien 02 Jember sebagai berikut : 1.

Ruang perpustakaan 2. Ruang Laboratorium 3. Ruang Praktik 4.

Ruang pimpinan 5. Ruang guru 5. Ruang ibadah 6. Ruang UKS 7.

Ruang Toilet 8. Ruang ibadah 9. Ruang gudang 10. Tempat bermain /

olahraga 11. Ruang TU 12. Ruang waka kesiswaan 13. Ruang waka

kurikulum 14. Ruang waka sarpras dan humas 15. Ruang *cleaning*

service 16. Ruang satpam 17. Kantin 18. Ruang kelas sebanyak 24

ruangan dengan setiap kelasnya dilengkapi dengan fasilitas seperti

Computer, printer, LCD proyektor, dan AC 19. Tempat parkir guru dan karyawan.⁶⁰

6. Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Al Baitul Amien 02 Jember

Kegiatan penerapan penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SD Al Baitul Amien 02 Jember dilakukan 3 bulan setelah tahun ajaran baru lebih tepatnya Juli tahun ajaran baru dan Oktober pelaksanaan PPDB. Sebelum PPDB dibuka dilakukan pembentukan panitia PPDB pada pertengahan bulan Agustus (15 Agustus 2023).

Penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SD Al Baitul Amien 02 Jember dilakukan dengan satu pintu di Yayasan yang namanya Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA) baik itu dari TPA, TPQ, KB, TK, SD 1, 2 dan 3 serta SMP sebagaimana ungkapan dari bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah di SD Al Baitul Amien 02 Jember bahwa :

“Iya mas benar di handle oleh LPA yang tergabung di dalam lembaga – lembaga sekolah mengkoordinasikan terkait dengan PPDB, sehingga karena PPDB dikita satu pintu semua tertuju satu pintu itu maka PPDBnya dilaksanakan oleh Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien tetapi sekolah juga bertanggung jawab dalam proses PPDB. Artinya LPA menjadi lembaga bagian koordinasi kebutuhan penerimaan itu juga harus juga dari bagian sekolah yang menentukan.”⁶¹

Adapun alur pendaftaran penerimaan peserta didik baru yaitu 1. Pendaftaran dilakukan oleh wali murid bisa melalui *online* dan *offline*. untuk pendaftaran *online* dengan melalui link. untuk pendaftaran *offline* wali murid bisa datang langsung ke kantor yayasan atau sekolah. 2.

⁶⁰ SD Al Baitul Amien 02 Jember, Profil SD A Baitul Amien 02 Jember, 2024.

⁶¹ Muhib, diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

Setelah melakukan pendaftaran kemudian dilakukan observasi oleh panitia kepada peserta didik baru untuk mengetahui sejauh mana kesiapan dari calon peserta didik 3. dan wawancara dilakukan kepada wali murid calon peserta didik baru untuk mengetahui kesiapan mereka, untuk menitipkan putra – putrinya ke lembaga tersebut 4. Pengumuman kelulusan peserta didik baru 5. Daftar ulang dengan melakukan pembayaran yang masih belum terlunasi 6. Akses kembali website pendaftaran kemudian mengupload bukti pembayaran dan selesai. Sebagaimana yang dikemukakan oleh bapak M. Rizal Bagus F selaku guru dan waka kesiswaan di SD 02 bahwa:

“Untuk alurnya sendiri saya juga kesiswaan baru di SD 02 masih belum satu tahun yang saya itu wali murid bisa mendaftar secara online dan offline dan sudah ada website untuk pendaftarannya baik itu TK, KB, SD 1,2 dan 3 serta SMP juga terdapat dalam halaman website itu, nah calon wali murid itu mendaftar setelah itu didata siapa aja memenuhi apakah tidak untuk quotanya jika sudah memenuhi yayasan menutup dan untuk pembayarannya itu wali murid dikasi waktu 1 minggu melunasinya, kemudian observasi biasanya dalam observasi melibatkan semua guru dari dari SD 1,2 dan 3 dilihat kesiapan anak ini setelah itu pengumuman lulus, pengumuman lulus ini biasanya capri satu – satu lulus tidaknya itu biasanya capri.”⁶²

Hasil tersebut diperkuat dengan hasil dokumentasi yang diperoleh peneliti dari ibu Lilik Masruroh selaku guru dan Waka Kurikulum di SD Al Baitul Amien 02 Jember.

⁶² Rizal diwawancara oleh penulis, Jember, 27 Januari 2024.



Gambar 4.1
Dokumentasi pamflet PPDB

Dalam gambar 4.1 adalah pamflet PPDB lembaga pendidikan Al Baitul Amien, yang mana dalam gambar tersebut ada beberapa keterangan seperti alur pendaftaran.

B. Penyajian data dan Analisis

Pada bagian ini peneliti akan menyajikan beberapa hasil pengumpulan data yang telah diperoleh, kemudian akan diinput pada bagian fokus penelitian yang ditemukan oleh peneliti, lalu dijelaskan dengan detail dan rinci dengan data yang telah didapatkan dengan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Perencanaan Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School)

Kegiatan promosi sekolah merupakan strategi yang sangat penting lagi. Dengan strategi promosi yang baik, sekolah dapat mencapai tujuannya, karena bagian penting dari strategi bauran promosi yang perlu diperhatikan adalah bagian perencanaan, karena bagian ini menjelaskan bagaimana langkah selanjutnya yang akan diambil untuk mencapai tujuan tersebut. Berdasarkan pengamatan peneliti selama di lokasi, diketahui

perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember terdapat 4 tahap yaitu periklanan, penjualan personal, publisitas dan promosi penjualan

a. Perencanaan Periklanan dalam PPDB

Periklanan merupakan media yang paling banyak digunakan untuk promosi oleh kalangan institusi. Pada periklanan banyak sekali media yang dijadikan sebagai iklan seperti media cetak khususnya spanduk atau baliho dan media sosial.

1) Mendesain spanduk atau pamflet

Sebelum melangkah pada pelaksanaan panitia dalam perencanaan mendesain keperluan, khususnya spanduk atau baliho yang ingin di pasang, dengan ketentuan ukuran model desain dan konten yang akan ditampilkan dispanduk nantinya. Adapun untuk tim pendesain itu dilakukan oleh seksi humas dan IT seperti ungkapan dari bapak Eko Wahyudi selaku panitia kord. Seksi humas dan IT bahwa :

“Ya Sesuai SK panitiaan itu, bahwa terkait desain itu langsung dilakukan oleh seksi humas atau IT ya sebelum kami mendesain dalam rapat pembentukan panitia itu pihak LPA itu meminta desain yang simple tidak terlahu bosan di lihat dan pembaharuan dan kami pakek desain grafis untuk membuat spanduknya. Setelah sudah jadi kami *share* di grup kepanitian untuk di evaluasi, mana yang kurang mana yang perlu ditambahi jadi begitu.”⁶³

⁶³ Eko diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan perencanaan periklanan mendesain spanduk atau pamflet tersebut, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam perencanaan periklanan dari mendesain spanduk atau pamflet yang dilakukan oleh panitia PPDB bagian seksi humas dan IT, bahwa membuat konten pada spanduk atau pamflet harus memberikan keterangan yang jelas, singkat dan padat seperti alur pendaftaran dan rincian biaya untuk setiap lembaga yang berada di bawah naungan lembaga pendidikan al baitul amien (LPA). Gambar dari siswa – siswi mulai jenjang TK sampai SMP. Visi dan misi dari al baitul amien yaitu sholeh dan cerdas, tanggal pendaftaran dibuka. Lokasi tempat pendaftaran, nomor telpon sekretariat LPA dan nomor *whatsApp*. Warna *background* hijau menunjukkan bahwa kemakmuran dan sekolah adiwiyata. Link pendaftaran PPDB.⁶⁴



Gambar 4.2
Dokumentasi pembuatan pamflet PPDB

Jadi, perencanaan periklanan dari pendesainan spanduk di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan menentukan ukuran, model desain dan konten yang akan ditampilkan dispanduk

⁶⁴ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 16 Januari 2024.

sebagaimana yang telah dibahas dan disepakati dalam rapat internal seksi humas dan IT.

2) Membuat konten di media sosial

Dalam merancang sebuah konten di media sosial seksi humas PPDB berkoordinasi dengan pihak humas dan IT di setiap sekolah sehingga mengadakan rapat khusus untuk membuat konten video perkenalan di setiap sekolah dengan memanfaatkan media sosial yang sekolah punya, adapun tujuan dari pembuatan video di setiap sekolah yaitu untuk menarik minat calon siswa dan wali murid.

Untuk ketentuan video yang di sarankan seksi umas PPDB kepada pihak humas dan IT di setiap sekolah yaitu sebagai berikut :

1. Menarik
2. Harus ada video gedung/bangunan setiap sekolah
3. Sarana dan prasarana
4. Kegiatan belajar mengajar
5. Kegiatan keagamaan, kegiatan lomba – lomba dan kegiatan lainnya.
6. durasi waktu maksimal 5 menit
7. Video ajakan dari setiap kepala sekolah.

Selanjutnya pembuatan link *website* pendaftaran PPDB yang nantinya dalam link pendaftaran tersebut terdapat alur pendaftaran guna untuk memudahkan para calon wali murid untuk mendaftar. Adapun tahapan pembuatan alur pendaftaran tersebut sebagai berikut:

1. Membuat pilihan sekolah yang diinginkan semisal TPQ/TPA, TK, KB SD 1, 2 dan 3 serta SMP.
2. Membuat

formulir pendaftaran dengan persyaratan seperti foto KK, Akta kelahiran, surat keterangan asal sekolah bagi SD dan SMP, 3. lalu memambahi menu unduhan dan *passcode* yang nantinya digunakan untuk *login* pada tahap selanjutnya 4. Membuat menu barcode pembayar dengan rekening BNI yayasan Al Baitul Amien 5. Untuk tahap selanjutnya di minta login kembali web dengan mngarahkan kemenu pemilihan lembaga lalu *sign in* dengan nama yang sudah di daftarkan 6, tahap yang terkahir yaitu membuat menu upload bukti pembayaran lalu membuat menu finish. Hal ini yang bertanggung jawab adalah Dwiki Noval dan tim ITnya

Yang terakhir membuat *twibbon* yang dilakukan oleh seksi humas atau IT yaitu untuk mempromosikan secara personal dengan melalui media sosial. Adapun tahapan pembuatan *twibbon* yaitu 1. Dengan menggunakan aplikasi canva lalu pergi kemenu new desains 2. Memanfaatkan platfom gratis untuk mendesain 4. Menyamakan desain *twibbon* dengan pamflet spanduk yang telah di buat 5. Mengunduh hasil desainan *twibbon* 6. Mengaploud hasil desainan di web url *twibbon.com*. lalu mensetting untuk bisa di pakai oleh semua pihak, setelah itu menyalin url dari *twibbon* yang sudah selesai di buat. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh bapak Eko Wahyudi selaku panitia kord. seksi humas dan IT bahwa :

“Sebelum kita share di media sosial *twibbon*, video perkenalan sekolah dan pamflet, itu kita melakukan pengecekan apa saja yang kurang dari video tersebut, untuk desainan spanduk dan pamflet itu biasanya nih ya, nunggu

selesainya pembuatan *wibsite* mas, setelah selsai baru websitenya baru kita lanjutkan lagi pendesainan spanduk dan pamflet nah jika sudah baru nanti kami melakukan percetakan untuk spanduknya.”⁶⁵

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan perencanaan periklanan membuat konten di media sosial sekolah, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam perencanaan pembuatan konten di media sosial sekolah dilakukan rapat khusus antara panitia PPDB bagian seksi humas dengan humas sekolah, bahwa dalam rapat tersebut membahas tentang pembuatan konten video di media sosial masing – masing sekolah seperti membuat video ajakan untuk bergabung ke lembaga oleh setiap kepala sekolah dengan ketentuan video yaitu durasi maksimal 5 menit, harus menarik atau tidak membosankan, terdapat video sarpras, KBM, dan kegiatan – kegiatan lainnya. Tujuan dari pembuatan video tersebut yaitu sebagai salah satu alat promosi PPDB untuk menarik minat masyarakat bergabung ke SD Al Baitul Amien.⁶⁶



Gambar 4.3
Dokumentasi rapat khusus seksi humas PPDB
dengan humas sekolah

⁶⁵ Eko diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

⁶⁶ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 16 Januari 2024.

jadi, perencanaan periklanan membuat konten media sosial yaitu membuat konten video dengan mengkoordinasi pihak humas dan IT disetiap lembaga dan pembuatan web pendaftaran PPDB dibuat oleh tim IT langsung serta pembuatan twibbon oleh seksi humas.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa jadi, perencanaan periklanan dari pendesainan spanduk di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan menentukan ukuran, model desainan dan konten yang akan ditampilkan dispanduk sebagaimana yang telah dibahas dan disepakati dalam rapat internal seksi humas dan IT. Adapun untuk perencanaan periklanan membuat konten media sosial yaitu membuat konten video dengan mengkoordinasi pihak humas dan IT disetiap sekolah dan pembuatan web pendaftaran PPDB dibuat langsung oleh tim IT PPDB serta pembuatan *twibbon* oleh panitia seksi humas PPDB.

b. Perencanaan *Personal selling* dalam PPDB

Perencanaan *personal selling* dalam PPDB di lembaga pendidikan al baitul amien (LPA). Memposisikan *personal selling* yaitu orang yang dipilih oleh pihak lembaga untuk melakukan pelayanan PPDB pada saat pelaksanaan yaitu menentukan orang – orangnya, menemukan orang yang bisa *personal selling* dengan kriteria sebagai berikut : 1. Wajib memiliki *product knowledge* atau

pengetahuan tentang sekolah Al Baitul Amien 2. Harus ramah dan murah senyum 3. Memiliki komunikasi yang baik 4. Melakukan pendekatan secara intens 5. *Closing* atau mampu mempengaruhi calon konsumen atau calon wali murid untuk bergabung dalam PPDB di SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Sebagaimana ungkapan dari bapak M. Rizal Bagus F selaku guru dan waka kesiswaan di SD 02 bahwa :

“Namun sepengalaman saya sebagai anggota itu mas untuk *personal selling* memang dari pihak LPA sendiri menyeleksi seluruh guru – guru ataupun karyawan yang ada di bawah naungan lembaga pendidikan al baitul amien (LPA) yang memang mereka memiliki besik marketing itu lebih diutamakan karena sudah paham untuk masalah melobi – melobi gitu kemudian mereka yang lulus seleksi biasanya di tarik ke dalam panitia PPDB ya untuk melakukan strategi promosi gitu.”⁶⁷

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi terkait dengan perencanaan *personal selling*, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam perencanaan *personal selling* yaitu dengan memposisikan *personal selling* yaitu orang yang dipilih oleh pihak lembaga untuk melakukan pelayanan PPDB pada saat pelaksanaan. Dalam menentukan orang – orang yang dirasa mampu promosi secara *personal selling* maka dilakukan seleksi bagi semua guru dan karyawan dengan kriteria sebagaimana yang telah ditentukan oleh pihak LPA yaitu 1. Wajib memiliki *product knowledge* atau pengetahuan tentang sekolah Al Baitul Amien 2. Harus ramah dan murah senyum 3. Memiliki komunikasi yang baik 4. Melakukan pendekatan secara intens 5. *Closing* atau mampu mempengaruhi calon konsumen atau calon wali murid untuk bergabung.

⁶⁷ Rizal diwawancara oleh penulis, Jember, 27 Januari 2024.

Berdasarkan hasil wawancara, dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa perencanaan *personal selling* di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu memposisikan *personal selling* lebih ditekankan kepada penentuan orang – orang yang bisa promosi dalam *personal selling* oleh pihak lembaga pendidikan al baitul amien (LPA) dengan menyeleksi seluruh guru dan karyawan yang memiliki kemampuan dalam bidang promosi secara *personal selling* dengan kriteria yang telah ditentukan.

c. Perencanaan Publisitas atau Hubungan Masyarakat dalam PPDB

Kegiatan publisitas adalah sebuah alat promosi yang digunakan oleh humas sekolah yaitu dengan merancang pengadaan lomba atau *competition* sekabupaten jember setiap tahunnya yang terdiri dari TK dan RA yang bertempat di SD Al Baitul Amien 01 Jember dan SD Al Baitul Amien 02 Jember dengan tujuan mempromosikan lembaga dan meningkatkan citra di masyarakat.

Adapun kepanitian dari lomba tersebut yaitu dari masing – masing sekolah dan perencanaannya sebagai berikut : 1. Pembentukan panitia lomba 2. Rapat terkait dengan sub tema yang akan diangkat dan lomba - lomba, penentuan pendaftaran dan biaya pendaftaran, jadwal kegiatan lomba, *technical meeting* dan hadiah yang diperlukan 3. Pembuatan pamflet, brosur, petunjuk teknis, dan surat ijin publikasi lomba ke TK dan RA yang langsung di handle oleh panitia lomba.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh bapak M. Rizal Bagus F selaku guru dan waka kesiswaan di SD 02 bahwa :

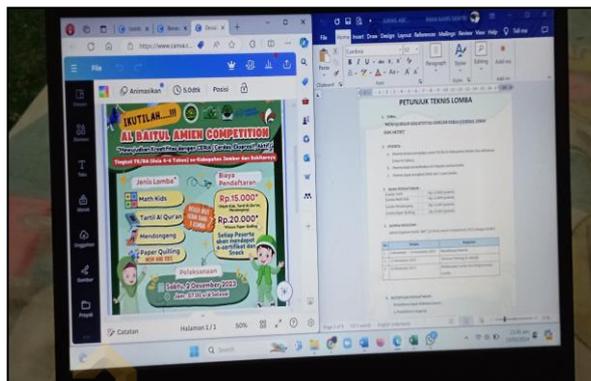
“Kalau dulu – dulunya itu gabungan, sama SD 1 dan 2 tapi untuk dua tahun terakhir kami ngadakan sendiri – sendiri mas. Kemaren SD 1 tidak mengadakan SD dan 3 mengadakan tempatnya di sekolah masing-masing ya termasuk kepanitiannya juga dan untuk publikasi lomba kita nganterkan surat permohonan publikasi yang berisi brosur, juknis itu kita tarok dalam satu amplop kita sebar, yang kemaren itu ada 64 TK yang kita yang kita datangi terus kita menyebarkan lewat hp juga di media sosial gitu barang kali ada yang kenal guru TK dan jadikan story oleh semua guru – guru biar tertarik dan wali murid juga kita suruh buat story juga di TU kita menyediakan brosur tetus kita nyebar di kebetulan kita ada kerjasama dengan game fantasia kita taru brosur disana”⁶⁸

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan perencanaan publisitas atau hubungan masyarakat, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam perencanaan publisitas atau hubungan masyarakat yaitu dilakukannya pembentukan panitia lomba. penentuan karakteristik lomba yang akan diselenggarakan seperti lomba marth kids, tartil al qur’an, mendongeng paper quilling mom and kids. Kemudian membuat pamflet atau brosur pendaftaran, membuat juknis dan surat ijin publikasi lomba ke TK dan RA serta membuat surat kerja sama dengan pihak game fantasia dengan memberikan brosur lomba pada saat ada konsumen yang datang, maka dengan demikian pengadaan lomba yang diselenggarakan oleh humas sekolah di setiap tahunnya akan maksimal. Sehingga pempromosian PPDB berjalan dengan lancar dan sesuai tujuan.⁶⁹

⁶⁸ Rizal diwawancara oleh penulis, Jember, 27 Januari 2024.

⁶⁹ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 16 Januari 2024.



Gambar 4.4
Dokumentasi pembuatan pamflet dan juknis lomba

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti dapat disimpulkan bahwa perencanaan dari publisitas atau hubungan masyarakat yaitu dalam mempromosikan PPDB sebelumnya merancang kegiatan lomba tahunan yang mana pesertanya terdiri dari TK dan RA sekabupaten Jember. Adapun tujuan dari diadakannya lomba atau *competition* selain mempromosikan PPDB yaitu memperkenalkan SD Al Baitul Amien ke seluruh masyarakat jember tiada lain untuk memberikan Image atau citra positif kepada sekolah.

d. Perencanaan *Sales Promotion* dalam PPDB

Adapun perencanaan kegiatan promosi penjualan dilakukan oleh panitia PPDB dari seksi kord sekolah yaitu menentukan sistem apa yang tepat untuk promosi yaitu dengan mengkonsep pembagian pamflet kepada wali murid dan warga sekolah yang nantinya akan di promosikan secara mulut ke mulut

Selanjutnya promosi melalui media sosial dengan media sosial sekolah panitia PPDB seksi kord sekolah memanfaatkannya sebagai peluang untuk promosi PPDB. Namun jika terdapat masyarakat ingin bertanya atau menginginkan informasi lebih lanjut maka bisa langsung bertanya di media sosial atau datang langsung ke sekolah yang nantinya akan di layani oleh panitia PPDB seksi kord sekolah, Seperti yang diungkapkan oleh bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah dari SD Al Baitul Amien 02 Jember bahwa:

“Sebelum kita sampaikan kepada wali murid kita rancang dulu sistemnya untuk pembagian pamflet kepada wali murid untuk dibuat status di medsos gitu, yak setelah selesai kemudian kita sampaikan diforum khusus yang biasanya nanti disitu kami arahkan kami briving semua guru dan karywan saja untuk penyampaiannya langsung secara mulut ke mulut. namun untuk wali murid hanya menshare pamflet saja di grup wali murid biasanya sudah dishare wali murid itu tanpa disuruh melakukan promosi sendiri mas. Ada beberapa wali murid yang saya kenal itu, saya tanyakan bahwa mereka wali murid – wali murid selain membuat status di medsosnya juga melakukan promosi langsung ketetangganya secara mulut ke mulut karena wali murid sadar akan kepuasan pelayanan yang kami berikan maka dari itu kami mempertahankan peluang tersebut dengan mengasah pemberian pelayanan terbaik.”⁷⁰

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan perencanaan *sales promotion*, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam perencanaan *sales promotion*. Yaitu melakukan rapat internal panitia bagian seksi kord sekolah bersama anggota. Adapun pembahsan dari rapat tersebut ialah perancang atau mengkonsep perencanaan *sales promotion* seperti promosi dengan mulut ke mulut yaitu dengan melibatkan seluruh warga sekolah dan wali murid

⁷⁰ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

tujuannya, untuk memberikan informasi lebih jelas serta meyakinkan masyarakat memilih SD Al Baitul Amien tempat yang cocok untuk menuntut ilmu, lalu untuk lebih jelasnya bisa dengan membagikan pamflet PPDB. Kemudian setelah mempromosikan lalu menawarkan untuk bergabung dengan memberikan bonus seperti potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30, dan memberikan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu.⁷¹



Gambar 4.5
Dokumentasi rapat internal seksi kord sekolah

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti dapat disimpulkan bahwa perencanaan dari *sales promotion* yaitu mengkonsep pembagian pamflet kepada wali murid dan warga sekolah dengan teknisi setelah rangkaian pamflet sudah tershare kepada wali murid dan warga sekolah, lalu wali murid dan warga sekolah mempromosikan langsung ke tangga, teman sekantor, pada saat kegiatan Pkk dan kegiatan lainnya. Selanjutnya promosi melalui media sosial, dengan memanfaatkan media sosial sekolah sebagai peluang untuk promosi PPDB yang dilakukan oleh seksi kord sekolah.

⁷¹ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 19 Januari 2024.

2. Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School)

Pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru adalah sebagai bentuk strategi pemasaran jasa untuk memodifikasi, menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk pelanggan atau sasaran yang dituju untuk memilih produk yang ditawarkan sehingga dapat menambah nilai penjualan yang pada akhirnya lembaga tersebut dapat diminati serta dipilih oleh calon peserta didik untuk melanjutkan pendidikannya. Dilaksanakannya strategi bauran promosi yang dimaksud yaitu untuk menawarkan sekolah ke calon siswa serta masyarakat agar mereka mengetahui kemudian banyak calon siswa berprestasi dan berbakat yang mendaftar SD Al Baitul Amien 02 Jember. Sebagaimana yang kemukakan oleh bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah.

“Jadi ketika PPDB sudah dibuka tanggung jawab semua pemangku kebijakan termasuk guru, komite, dan warga sekolah untuk menyampaikan mensosialisasikan terkait dengan PPDB, nah khusus guru menyampaikan kewali murid sehingga wali murid pas perencanaan PPDB tahu semuanya informasi kita juga ditunjang oleh media sosial yang sekarang pakai online sehingga mempermudah untuk komunikasi lebih jauh kedunia maya selain komunikasi secara internal melalui guru, wali murid, komite jadi semua kita gerakan sehingga disitu minimal orang -orang yang belum tahu lebih tahu baik dari guru wali murid warga sekolah ataupun media sosial sekolah.”⁷²

Dalam tahap pelaksanaan, terdapat 4 bauran promosi yang dilakukan oleh MAN 1 Jember dalam mempromosikan kegiatan

⁷² Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

penerimaan peserta didik baru yakni periklanan, *personal selling*, publisitas atau hubungan masyarakat dan *sales promotion*.

a. Pelaksanaan Periklanan dalam PPDB

Periklanan merupakan media periklanan yang sering digunakan oleh institusi. Periklanan adalah penggunaan media yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang apa yang diiklankan dan mendorong mereka untuk membuat pilihan. SD Al Baitul Amien 02 Jember akan melaksanakan kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru dengan menggunakan media cetak khususnya spanduk, serta media sosial.

1) Pemasangan Spanduk atau Baliho

Promosi yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember dalam kegiatan PPDB ini yaitu dengan memasang spanduk di sekitar sekolah dan di tempat – tempat tertentu yang menjadi

sorotan masyarakat seperti di pinggir jalan dan di depan kantor yayasan maupun di sekolah, sehingga dapat memaksimalkan pemrosian. Sebagaimana disampaikan oleh bapak Hizbullah

Muhib selaku kepala sekolah

“Iya mas kita juga menggunakan promosi yang sifatnya seperti sekolah-sekolah lain publikasi, tetapi bagi kita hanya beberapa persen karena publikasi itu sifatnya hanya untuk mengetahui saja khalayak yang belum memahami konteks Baitul Amien, itu ada publikasi yang bersifat jejaring sosial ada yang bersifat jejaring wali murid dan ada publikasi yang bersifat jejaring baliho/ spanduk.”⁷³

⁷³ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

Dalam hal ini juga di sampaikan oleh bapak Hafidz selaku ketua panitia PPDB, bahwa :

“Iya mas bener selain media sosial kami juga di sini juga menggunakan alat promosi seperti spanduk guna untuk mengetahui lebih jelas pelanggan atau masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya bahwa PPDB di Baitul Amien sudah di buka tapi mas realita yang PPDB sekarang ini menurut kami sangatlah padat dan singkat karena sepanduk belum terpasang yang mendaftar di SD 01 itu sudah full mas. Akan tetapi kita tetap memasangnya dengan tujuan ya itu tadi lebih jelas terkait informasi PPDB di Al Baitul Amien.”⁷⁴

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan perencanaan *sales promotion*, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam pelaksanaan periklanan pemasangan media spanduk atau baliho yaitu dilakukan pemasangan spanduk di tempat – tempat yang strategis oleh panitia seperti di pinggir jalan, depan sekolah sekiranya masyarakat tau bahwa telah dibukanya penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien yang mana sebelumnya sudah dilakukan rapat untuk pemasangan spanduk.⁷⁵



Gambar 4.6

⁷⁴ Hafidz diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

⁷⁵ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 19 Januari 2024.

Dokumentasi pemasangan spanduk PPDB Al Baitul Amien

Jadi pelaksanaan periklanan dalam PPDB SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan memasang spanduk di tempat – tempat strategis seperti di pinggir jalan raya dan depan sekolah. Tujuan dari pemasangan spanduk tersebut yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada calon wali murid bahwa pendaftaran peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember sudah dibuka. Jadi memasang spanduk akan membantu siapapun yang membutuhkan informasi lebih lanjut tentang PPDB.

2) Pempublikasian Konten Media Sosial

Media sosial sebagai alat promosi yang juga dipakai oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk mempromosikan PPDB, dengan memanfaatkan media sosial karena sifatnya yang mudah dicapai oleh siapapun. Pertumbuhan penggunaan media sosial yang semakin meningkat, hal ini menjadikan media sosial sangat baik digunakan sebagai media mempromosikan sebuah lembaga. SD Al Baitul Amien 02 Jember memiliki beberapa media sosial seperti *Instagram*, *youtube* dan *website*. sebagaimana disampaikan oleh bapak Hafidz selaku ketua panitia PPDB bahwa :

“Ya kalau melihat perkembangan sekarang begitu mas sekolah selain al baitul amin banyak juga yang mempromosikan dengan media sosial, tapi menurut saya media sosial itu cuma sebagai informasi atau pengetahuan saja kepada masyarakat. Tapi media sosial sedikit banyak juga memiliki pengaruh terhadap promosi apalagi menyangkut PPDB tentunya berpotensi besar maka dari itu

di sini ya khususnya Al Baitul amin setelah PPDB dibuka itu semuanya harus belum kontribusi untuk mensukseskan PPDB ya seperti membuat status foto seperti twibbon pamflet PPDB seperti itu

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan pelaksanaan publikasian sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam pelaksanaan periklanan publikasian konten media sosial baik dari *Instagram* ataupun *youtube*. Tidak hanya waktu PPDB saja bahkan setiap ada kegiatan – kegiatan selalu di posting di media sosial baik dalam bentuk foto ataupun video. Semisal di intagram terdapat 397 postingan, dan 1.360 followers sedangkan di chanel youtube terdapat 210 postingan video dan 3,04 ribu subscriber. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa SD Al Baitul Amien 02 Jember cukup aktif dalam memanfaatkan media sosial yang dimiliki. Dalam media sosial tersebut sudah banyak dimasukan informasi dan juga kegiatan yang dilakukan mulai dari penerimaan siswa baru, dokumentasi kegiatan sehari-hari siswa.⁷⁶



Gambar 4.7
Dokumentasi media sosial SD Al Baitul Amien 02 Jember

⁷⁶ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 19 Januari 2024.

Dalam gambar 4.7 adalah tentang beberapa media sosial yang dimiliki SD Al Baitul Amien 02 Jember. Gambar yang pertama adalah laman *instagram* (sdaba02_jember) link tautan https://www.instagram.com/sdaba02_jember?igsh=MXhmM293N3Z5N2MxMg== yang mana memiliki 1.360 *followers*. Kedua adalah laman *youtube* (SDABA02 JEMBER) link tautan https://www.youtube.com/results?search_query=sd+al+baitul+ami+en+02+jember yang mana memiliki 3,04 rb *Subscriber*. Dalam media sosial tersebut sudah banyak dimasukan informasi dan juga kegiatan yang dilakukan mulai dari penerimaan siswa baru, dokumentasi kegiatan sehari-hari siswa.

Selain media social seperti *Instagram* dan *youtube*. SD Al Baitul Amien 02 Jember juga memiliki wesbite yang mana digunakan sebagai media promosi dalam penerimaan peserta didik baru, dengan tujuan agar lebih memudahkan bagi siapapun mengakses dan mengetahui tentang SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Website merupakan sebuah salah satu perangkat lunak internet yang juga banyak dipakai oleh lembaga manapun. SD Al Baitul Amien 02 Jember juga memiliki *website* yang biasanya yang dimana terkait dengan profil lembaga untuk memeberikan informasi terkait dengan SD Al Baitul Amien 02 Jember terlebih kepada masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya. Laman

website (SD Al-Baitul Amien 02 Jember) yang bisa diakses langsung yaitu <https://albaitulamien.com/index.php/site/profil/4> tujuan dibuatnya *website* ini juga untuk pertukaran informasi sebagai sarana komunikasi antar pihak yang berkepentingan. Dan informasi yang dimunculkan di situs web yaitu. SD Al Baitul Amien 02 Jember, fasilitas, juga, program terbaik yang ditawarkan sekolah kegiatan yang dilakukan sekolah.



Gambar 4.8
Dokumentasi Website SD Al Baitul Amien 02 Jember

Dalam gambar 4,8 adalah dokumentasi dari laman *website* yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember. Tampilan *website* tersebut dilatar belakangi oleh pamflet penerimaan peserta didik baru pada tahun ajaran 2024/2025.

SD Al Baitul Amien 02 Jember mempunyai *website* yang dapat diakses oleh siapa saja yang membutuhkan informasi tentang sekolah, karena banyak informasi yang dimuat di *website* SD Al Baitul Amien 02 Jember. Seperti : profil institusi, struktur kepemilikan sekolah, hasil dan aktivitas siswa. Jika acara tersebut

diadakan di sekolah, maka akan dipublikasikan juga di *website* untuk meningkatkan kesadaran tentang kegiatan sekolah dan memberikan informasi tentang pembukaan penerimaan siswa baru serta syarat-syarat yang harus dipenuhi.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa periklanan di SD Al Baitul Amien 02 Jember dalam kegiatan promosi penerimaan peserta didik baru dengan menggunakan media cetak khususnya spanduk, serta media sosial. Dengan memasang spanduk di sekitar sekolah dan di tempat – tempat tertentu yang menjadi sorotan masyarakat seperti di pinggir prempatan jalan dan di depan kantor yayasan maupun lembaga sehingga dapat memaksimalkan pemromosian. Untuk mempromosikan PPDB SD Al Baitul Amien 02 Jember, dengan memanfaatkan media sosial karena sifatnya yang mudah sekali dicapai oleh siapa pun dan tentunya bisa didapat dimana saja. Adapun media sosial yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti *Instagram, youtube* dan *website*.

b. Pelaksanaan *Personal selling* dalam PPDB

Kegiatan *personal selling* yaitu dengan bertemunya petugas pihak sekolah yang telah ditunjuk dengan calon konsumen atau calon wali murid dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember, disaat pelaksanaan kegiatan observasi kepada calon peserta didik petugas tersebut memberikan gambaran terkait dengan SD Al Baitul Amien

kepada calon wali murid dengan mempresentasikan terkait program, keunggulan dan prestasi yang telah diraih.

Ketika calon konsumen atau calon wali murid telah dirasa tertarik pada produk kita, maka petugas akan melakukan tindak lanjutan atau *follow up* sampai dengan calon konsumen atau calon wali murid mau mendaftar dan bergabung dalam PPDB di SD Al Baitul Amien. Kegiatan pelaksanaan *personal selling* dalam PPDB di SD Al Baitul Amien dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan calon konsumen atau calon wali murid. Sesuai dengan ungkapan dari bapak Hafidz selaku ketua panitia PPDB bahwa :

“Ya kalau masalah penjualan secara pribadi itu di sini dilakukan secara langsung atau tatap muka. Jadi semua sudah ada petugas masing-masing dalam PPDB sendiri. Untuk tugas dari *personal selling* itu sebagaimana kriteria yang telah ditentukan oleh kami selaku pihak LPA. Maka dari itu untuk petugas bagian ini harus mampu mengetahui secara utuh baik dari profil, program, keunggulan dan prestasi yang telah dicapai oleh lembaga sehingga nantinya hal tersebut yang akan menjadi bahan pembicaraan atau mempresentasikan terkait gambaran dari baitul amien kepada calon konsumen.”⁷⁷

Hal ini juga didukung oleh paparan dari bapak M. Rizal Bagus F selaku guru dan waka kesiswaan di SD 02 bahwa :

“Di sini mas itu setiap kelas guru – guru mempunyai grup whatsapp khusus dengan wali murid yang mana tujuannya grup whatsapp tersebut dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada wali murid dan informasi terkait dengan siswa, administrasi ya termasuk promosi lembaga pada saat sudah di bukanya pendaftaran siswa baru, nah itu mas kita dalam promosi menshare pamflet PPDB di grup wali murid. Jadi kita minta kepada wali murid agar supaya juga membuat status di media sosialnya. Namun sebenarnya wali murid itu tanpa kita

⁷⁷ Hafidz diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

suruh biasanya sudah memberitahukan kepada teman kantornya, kepada tetangga – tetangganya atau pada saat kegiatan rutin dimasyarakat ya seperti saat manaqib, muslimatan.”⁷⁸

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan pelaksanaan *personal selling*, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam pelaksanaan *personal selling* adalah petugas yang ditunjuk oleh pihak sekolah berdasarkan hasil seleksi, untuk bertemu secara langsung dengan calon konsumen lalu petugas tersebut mempengaruhi para calon konsumen dengan memberikan penawaran terkait produknya, kemudian memberikan gambaran dengan mempresentasikan terkait profil, program, keunggulan sekolah dan prestasi – prestasi yang telah dicapai. Apabila calon konsumen tersebut dirasa sudah mulai tertarik lalu melakukan follow up atau menindak lanjuti calon konsumen tersebut sampai mereka benar – benar mau mendaftar dan bergabung di Sekolah Dasar Al Baitul Amien.⁷⁹



Gambar 4.9
Dokumentasi kegiatan Wawancara dan Observasi

⁷⁸ Rizal diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

⁷⁹ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 16 Januari 2024.



Gambar 4.10
Dokumentasi administrasi pendaftaran

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan oleh petugas yang telah ditunjuk SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk melakukan kegiatan promosi secara langsung atau secara tatap muka dengan calon konsumen, selanjutnya petugas memberikan penawaran terkait produknya, kemudian memberikan gambaran dengan mempresentasikan terkait profil, program, keunggulan sekolah dan prestasi – prestasi yang telah dicapai. Apabila calon konsumen telah terpengaruhi dan dirasa sudah mulai tertarik lalu melakukan *follow up* atau menindak lanjuti calon konsumen tersebut sampai mereka benar – benar mau mendaftar dan bergabung di Sekolah Dasar Al Baitul Amien.

c. Pelaksanaan Publisitas atau Hubungan Masyarakat dalam PPDB

Publisitas atau hubungan masyarakat merupakan suatu kegiatan promosi yang tujuannya untuk memperoleh citra sekolah yang baik di benak masyarakat. Hubungan masyarakat mempunyai dampak yang

sangat penting terhadap keberlangsungan PPDB di SD Al Baitul Amien 02 Jember dengan mengundang masyarakat secara langsung.

Publisitas atau hubungan masyarakat yang dilakukan SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan mengadakan kegiatan lomba atau kompetisi setiap tahunnya sebelum pelaksanaan PPDB dibuka, yang mana pesertanya terdiri dari murid TK ataupun RA seKabupaten Jember. Dan kegiatan tersebut merupakan salah satu alat promosi untuk memperkenalkan SD Al Baitul Amien 02 Jember. Seperti ungkapan dari bapak Yudha Purnama selaku Waka Humas dan Sarpras di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School) bahwasannya :

“Begini mas jadi sebelum kegiatan PPDB itu terlaksana, kami di sini juga memiliki strategi yang mana strategi ini ya merupakan bagian dari promosilah mas untuk lembaga kami seperti dengan mengadakan lomba atau event gitu mas, yang mana lomba ini pesertanya dari anak – anak TK ataupun RA sekabupaten jember yang dilakukan setiap tahun sebelum PPDB dibuka jadi, kami sini juga memiliki peluang untuk mempromosikan SD Al Baitul Amien 02 Jember ya baik dari sarpras, kualitas pembelajaran, dan yang paling penting adalah pelayanan mas itu paling utama karena menurut kami, bermutu atau tidaknya itu tergantung dari pelayanan baik ke sisiwa, guru, wali murid seperti itu.”⁸⁰

Hal ini juga didukung oleh paparan dari bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah SD Al Baitul Amien 02 Jember terkait dengan publikasi atau hubungan masyarakat, bahwa :

“Jadi mas peran humas disini itu merupakan sarana pendukung besar untuk mempromosikan terkait dengan PPDB tugas humas selain memberikan gambaran secara utuh dan mensosialisasikan kemudian membantu kepanitaan yang lain dalam rangka proses kegiatan PPDB sebelum itu secara teknis

⁸⁰ Yudha diwawancara oleh penulis, Jember, 25 Januari 2024.

kita itu sudah punya alur perencanaan PPDB mulai dari pendaftaran, wawancara dan observasi, sampai kelulusan. Semua alur itu teridentifikasi di alur PPDB dan itu salah satu yang memberikan gambaran tugasnya dihumas dan membantu proses kesekretariatan termasuk dalam perencanaan publikasi dekorasi dokumentasi.”⁸¹

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan pelaksanaan publisitas atau hubungan masyarakat, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam pelaksanaan publisitas atau hubungan masyarakat yakni panitia melakukan publikasi seperti mendatangi sekolah – sekolah TK tau RA dengan membawa surat izin publikasi lomba untuk di sampaikan kepada muridnya, melakukan pengaploudan pamflet lomba di semua media sosial. Selama ini panitia lomba dalam mempublikasi di sekolah – sekolah khususnya TK dan RA sudah 64 lembaga yang di datangi untuk mengajak bergabung mengikuti lomba yang diselenggarakan oleh SD Al Baitul Amien. Tujuannya adalah selain promosi juga mendapatkan siswa – siswi yang berprestasi.⁸²



Gambar 4.11
Dokumentasi Pamflet competition SD Al Baitul Amien

⁸¹ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

⁸² Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 16 Januari 2024.



Gambar 4.12
Dokumentasi salah satu peserta
competition SD Al Baitul Amien

Dalam gambar 4,11 dan gambar 4.12 adalah dokumentasi dari pamflet *competition* dan salah satu peserta *competition* dari cabang lomba mewarnai dari RA Ulul Albab.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelaksanaan publisitas atau hubungan masyarakat dalam PPDB yaitu lomba atau *competition* yang diselenggarakan setiap tahunnya bertujuan sebagai salah satu media

promosi serta mensosialisasikan penyelenggaraan PPDB. Adapun peserta ajang kompetisi bagi siswa - siswi tingkat TK dan RA sekabupaten Jember dan lomba tersebut meliputi lomba *mart kids*, *tartil al qur'an*, *paper quilling mom and kids*, mendongeng.

Kegiatan ini diharapkan sampai kepada sasaran yaitu siswa-siswi, guru, orang tua TK/RA dan masyarakat. Serta diharapkan sasaran memilih SD Al Baitul Amien 02 Jember sebagai sekolah pilihan yang terbaik. Sehingga dengan kegiatan ini calon siswa baru yang mendaftar ialah calon siswa yang memiliki bakat serta prestasi

yang dapat menjadikan lembaga yang diminati dengan para siswa yang memiliki kemampuan dan meraih banyak prestasi.

d. Pelaksanaan *Sales Promotion* dalam PPDB

Kegiatan *Sales Promotion* (promosi penjualan) yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk mempromosikan PPDB itu dengan membagikan pamflet kepada wali murid dan juga dengan mulut ke mulut yang dilakukan panitia kepada wali murid, sehingga nantinya wali muridlah yang juga mempromosikan kepada tetangga-tetangganya ataupun teman sekantornya, karena promosi secara mulut kemulut itu lebih meyakinkan masyarakat dan paling strategis untuk memilih SD Al Baitul Amien 02 Jember tempat belajar anaknya yang tepat, meskipun dari segi administrasi itu mahal. Selain mempromosikan secara mulut kemulut sekolah juga memberikan *challenges* potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30 serta mendapatkan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah dari SD Al Baitul

Amien 02 Jember bahwa :

“Jadi promosi terkait dengan apa yang kita lakukan baik itu melalui iklan atau melalui spanduk baliho ataupun poster suatu sisi juga menggunakan promosi mulut ke mulut (Word Of Mount) itu yang paling strategis, karena kekuatan kami kalau iklan itu menurut kami sedikit sekitar 15 persen saja, akan tetapi promosi mulut ke mulut hampir 85 persen maka dari itu bagaimana strategi promosi mulut ke mulut dari wali murid ke wali murid yang lain atau dari wali murid ke masyarakat tentunya harus dibuktikan dengan layanan terbaik kita kepada wali murid, karena disini juga ada outline kritik saran yang

sifatnya setiap hari wali murid bisa update bisa memberikan masukan kepada kami sehingga itu menjadi layanan baik ke wali murid dari mulut ke mulut tentang Baitul Amien.”⁸³

Hal ini didukung oleh pernyataan dari ibu Agnis Pondineka Ria

Aditama salah satu wali murid di SD Al Baitul Amien 02 Jember

“Benar mas, kami wali murid juga mempromosikan dari mulut ke mulut misalnya ke tetangga sekitar rumah dan atau melalui group WA lainnya. Dan juga Benar, dalam bentuk twibbon template nya dari SD Al-Baitul Amien 02 calon siswa diminta untuk membuat twibbon dan di share di media sosial masing-masing (orang tuanya). dan saya juga termasuk pengguna jasa mas di SD Al-Baitul Amien 02 dimana ke empat anak saya sekolah di Baitul Amien semua dan alhamdulillah mendapatkan keringan administrasi atau potongan biaya kegiatan.”⁸⁴

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan pelaksanaan *sales promotion*, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam pelaksanaan *sales promotion* yaitu panitia melakukan rapat dengan staf, waka dan guru di setiap sekolah yang berada di bawah naungan LPA untuk menyampaikan atau sosialisasikan PPDB kepada masyarakat, wali murid dan alumni al baitul amien dengan menggunakan beberapa strategi yang telah di konsep sebelumnya seperti promosi melalui mulut ke mulut dan membagikan pamflet untuk lebih meyakinkan di saat melakukan penawaran kepada masyarakat.⁸⁵

⁸³ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

⁸⁴ Agnis diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Februari 2024.

⁸⁵ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 16 Januari 2024.



Gambar 4.13
Dokumentasi rapat persiapan pelaksanaan
sosialisai PPDB

Jadi, pelaksanaan *sales promotion* dalam PPDB oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan membagikan atau menshare pamflet kepada wali murid dan juga dengan mulut kemulut yang dilakukan panitia kepada wali murid, karena promosi secara mulut kemulut itu lebih meyakinkan masyarakat dan paling strategis. sekolah juga memberikan *challenges* potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30 serta mendapatkan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa terkait dengan pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu menggunakan 4 elemen bauran promosi yaitu : pertama periklanan dengan memasang spanduk dan memanfaatkan media sosial yang dimiliki seperti *instagram*, *youtube* dan *website* serta *whatsapp*. Kedua *personal selling* (penjualan personal) dengan memberikan pelayanan terbaik kepada calon wali murid dan calon siswa yang dilakukan oleh SD Al Baitul

Amien 02 Jember bertujuan untuk mempromosikan penerimaan siswa baru dengan cara memberikan rincian lebih lanjut mengenai setiap kali pelanggan jasa datang ke sekolah dan pengunjung yang datang. Untuk mengetahui penerimaan siswa baru, dukungan terbaik diberikan kepada siswa dan calon wali murid dapat bertanya melalui *whatsApp*. Ketiga publisitas atau hubungan masyarakat yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk mengadakan kegiatan PPDB, ada sebuah kegiatan lomba atau kompetisi setiap tahunnya yang mana pesertanya terdiri dari TK ataupun RA se Kabupaten Jember. Keempat *Sales Promotion* yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk mempromosikan PPDB itu dengan membagikan atau *menshare* pamflet kepada wali murid dan juga dengan mulut ke mulut yang dilakukan panitia kepada wali murid, sehingga nantinya wali muridlah yang juga mempromosikan kepada tetangga-tetangganya ataupun teman sekantornya, karena promosi secara mulut ke mulut itu lebih meyakinkan masyarakat dan paling strategis. Sekolah juga memberikan *challenges* potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30 serta mendapatkan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu.

3. Evaluasi Strategi Bauran Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School)

Setelah Evaluasi adalah proses evaluasi kinerja yang digunakan untuk menganalisis suatu situasi. Oleh karena itu, evaluasi menjadi

penting karena dalam evaluasi ini nantinya akan mengetahui jumlah pekerjaan yang dilakukan dan hasil yang dicapai. sehingga juga akan mengetahui kendala apa saja yang mungkin timbul saat menerapkan kegiatan promosi.

Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru merupakan kegiatan yang bermaksud untuk mengetahui sejauh mana program kerja tersebut terlaksana dan sudah mencapai tujuan ataukah masih belum, apakah pelaksanaannya sudah tepat dengan sasaran ataukah masih ada yang melenceng sehingga perlu dibenahi. Evaluasi yang dilakukan nantinya akan berguna untuk mengetahui hal-hal apa saja yang harus diperbaiki serta bagian mana yang harus dibenahi dan perlu ditingkatkan lagi hal ini perlu dilakukan dalam strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah.

“Iya mas jadi ada evaluasi setiap level ataupun secara keseluruhan jadi ada sekolah level PPDB secara menyeluruh menyangkut teknis maupun kebijakan atau terkait dengan regulasi – regulasi yang sudah berjalan. Maka dari itu kita sampaikan disaat rapat baik dari kendal – kendala yang dialami oleh panitia ataupun lembaga sehingga nantinya kendala – kendala tersebut tidak akan terjadi di tahun berikutnya.”⁸⁶

Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School memberikan penilaian dengan apa yang telah dilakukan oleh panitia penerimaan peserta didik baru sebagai pertimbangan program kerja ke

⁸⁶ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

depan dan untuk mengetahui kendala-kendala ataupun keberhasilan yang dicapai adapun evaluasi masing-masing dari strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru ada 4 dan 4 evaluasi tersebut akan dievaluasi secara keseluruhan di akhir kegiatan yaitu :

a. Evaluasi Periklanan dalam PPDB

Periklanan adalah sebuah salah satu alat bauran promosi yang dipilih oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti spanduk atau baliho dan media sosial. Dan panitia penerimaan peserta didik baru SD Al Baitul Amien 02 Jember akan melakukan evaluasi sebagai upaya untuk mengukur sejauh mana iklan dapat memberikan efek dengan membuat kuisioner yang nantinya diberikan kepada wali murid pada penerimaan peserta didik baru. ungakapan dari bapak Hafidz selaku ketua panitia PPDB bahwa :

“Periklanan Di mana para calon siswa dan orang tua lebih banyak mengetahui informasi PPDB itu setelah kita share di media sosial ataupun berupa ya spanduk, ini biasanya kita mengetahui setelah para calon siswa mengisi formulir pendaftaran. Maka dari situ kita bisa mengakumulasikan iklan mana yang paling berpengaruh dalam pelaksanaan PPDB ini. Melihat tahun sebelumnya wali murid itu banyak mengetahui informasi dari internet mas ya dari medsos yang berupa pamflet, *website* itu dah. Menurut saya iklan cuman 30% atau beberapa persen saja tapi yang banyak itu dari mulut ke mulut.”⁸⁷

Kemudian di tambah dengan penjelasan dari bapak Yudha

Purnama selaku waka humas dan sarpras bahwa :

“Iklan itu yang lebih kita lakukan ialah di internet dengan selalu mengunggah kegiatan apa saja yang dilakukan di sekolah

⁸⁷ Hafidz diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

baik terkait dengan KBM kegiatan acara hari besar Islam ataupun kegiatan lainnya ya seperti itu dah mas dan juga sekolah memaksimalkan seperti *website* atau medsos itu yang dimiliki masing-masing dari sekolah. tentunya di SD 2 sendiri kami menyerankan anggota untuk selalu mengunggah kegiatan-kegiatan apapun itu sehingga harapan kami bisa memberikan Citra yang baik ke sekolah ke publik. Ya kan juga sekarang banyak wali murid yang paham akan dengan dunia maya banyak Mas dengan kita menge-share atau mengunggah di media sosial ataupun website itu tanpa datang ke sekolah wali murid sudah bisa mengetahui informasi khususnya terkait dengan PPDB Al Baitul Amien.”⁸⁸

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi terkait dengan evaluasi periklanan baik dari media spanduk ataupun konten di media sosial , yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam evaluasi dari periklanan baik dari media spanduk ataupun konten di media sosial yaitu dengan membuat kuisisioner kepada wali murid baru tujuan untuk mengetahui, mengukur, mempertimbangkan serta melakukan perbaikan dan peningkatan pada media mana yang paling berpengaruh dan memiliki efek besar terhadap pelaksanaan penerimaan peserta didik baru di tahun ini, dengan demikian yang nantinya dalam rapat akan di bahas, media mana yang perlu di tingkatkan.⁸⁹

Jadi, dari hasil wawancara dan observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi periklanan dalam PPDB, calon siswa dan wali murid mengetahui PPDB itu dari internet seperti *website* dan media sosial lainnya. setiap akhir kegiatan panitia mengakumulasikan atau mengumpulkan dengan membuat kuisisioner untuk mengetahui iklan mana saja yang paling tepat kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target penjualan dalam penerimaan peserta didik baru di SD

⁸⁸ Yudah diwawancara oleh penulis, Jember, 25 Januari 2024.

⁸⁹ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 19 Januari 2024.

Al Baitul Amien 02 Jember. Namun iklan hanya beberapa persen saja, iklan hanya penginformasian secara instan saja dan yang paling akurat adalah promosi mulut ke mulut.

b. Evaluasi *Personal Selling* dalam PPDB

Kegiatan evaluasi *personal selling* yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember adalah memberikan interaksi yang terbaik kepada setiap tamu yang berkunjung ke sekolah, juga kepada wali murid dan calon siswa seperti dalam kegiatan PPDB mereka yang datang untuk melihat keadaan sekolah secara langsung dan juga memberikan tanggapan atau respon baik kepada mereka yang bertanya melalui virtual ataupun media sosial yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Dan untuk evaluasi dalam kegiatan *personal selling* diakhir kegiatan panitia akan mendiskusikan hasil dari interaksi dan tanggapan atau respon yang sudah diberikan kepada masyarakat ataupun calon wali murid. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah bahwa :

“kemudian setelah itu terjalan baru membuat refleksi dan evaluasi ketika dipersoalan. Nah yang terakhir membuat laporan nah dalam proses green desainnya semua yang terlibat ini dibekali, dibelakalnya dimana yaitu di programkan seluaruh panitia dengan analisis yang tersampaikan dalam proses PPDB. Sehingga gambaran seluruh proses PPDB itu semua panitia mengerti semua bisa berjalan dengan bersama sama. Nah juga ini mas yang terpenting adalah pelayanan terbaik kepada wali murid sehingga bisa merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan dan *insyaallah* kedepanya kami

bersama seluruh jajaran lembaga akan berkomitmen lebih baik lagi dalam pelayanan.”⁹⁰

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi terkait dengan evaluasi *personal selling*, yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam evaluasi dari *personal selling* yaitu dengan mempelajari, mencatat dan mengetahui sisi kekurangan dari pelayanan yang kami berikan dan membahas pelayanan seperti apa yang dilakukan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Itu semua dilakukan dengan rapat khusus atau internal terlebih dahulu sebelum dilakukan rapat evaluasi secara keseluruhan dengan pimpinan lembaga pendidikan al baitul amien (LPA)

Jadi, dari hasil wawancara dan Observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi *personal selling* dalam PPDB panitia akan mengadakan rapat untuk mendiskusikan hasil intrekasi dan tanggapan atau respon yang sudah dilakukan atau diberikan kepada calon siswa ataupun calon wali murid, hal tersebut untuk mengetahui sisi kekurangan dari intrekasi dan tanggapan atau respon yang kami berikan terutama kepada petugas yang telah ditunjuk oleh pihak lembaga.

c. Evaluasi Publisitas atau Hubungan Masyarakat dalam PPDB

Evaluasi dalam kegiatan lomba sebagai kegiatan publisitas sekolah bertujuan sebagai promosi sekolah kepada masyarakat dan calon siswa. Kegiatan itu merupakan kegiatan rutinan yang dilakukan untuk mendapatkan kemajuan setiap kegiatan yang dilakukan.

⁹⁰ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

Sebagaimana yang dipaparkan oleh bapak Yudha Purnama selaku waka humas dan sarpras di SD Al Baitul Amien 02 Jember bahwa :

“Iya untuk laporan pasti ada apalagi kami disini laporannya bukan hanya ke sekolah saja tapi juga ke yayasan dan juga akan ada yang namanya evaluasi program, jadi kami disitu mengadakan rapat dengan kepala sekolah tujuannya pasti untuk meningkatkan kualitas dan promosi sekolah diandingkan dengan kegiatan lomba yang diadakan tahun sebelumnya. Selain evaluasi itu membuat laporan keseluruhan terkait dengan laporan hasil lomba atau competition yang kami adakan.”⁹¹

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan pelaksanaan publisitas atau hubungan masyarakat yakni sebagai berikut :

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam evaluasi dari publisitas atau hubungan masyarakat yaitu dengan membuat laporan hasil kegiatan lomba yang diadakan oleh humas sekolah serta melakukan evaluasi terkait dengan kendala – kendala seperti kurangnya peminatan dari lomba tartil, maka dengan demikian untuk tahun berikutnya lomba tartil akan diganti dengan lomba lainnya.⁹²



Gambar 4.14
Dokumentasi Cover Laporan Hasil
Kegiatan Al Baitul Amien *Competition* Tahun 2023

⁹¹ Yudha diwawancara oleh penulis, Jember, 25 Januari 2024.

⁹² Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 19 Januari 2024.

Dalam gambar 4.13 adalah dokumentasi dari cover laporan hasil kegiatan Al Baitul Amien *competition* tahun 2023, cover depan dari laporan kegiatan berwarna putih dengan variasi desain warna hijau dan navy serta di pojok kiri atas terdapat logo SD Al Baitul Amien 02 Jember, lambang sekolah bergerak dan lambang Adiwiyata

Jadi, dari hasil wawancara dan observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi publisitas atau hubungan masyarakat dalam PPDB panitia membuat laporan hasil kegiatan Al Baitul Amien *competition* tahun 2023 yang dibuat setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia dalam pelaksanaan kegiatan mulai dari awal persiapan, perencanaan dan pelaksanaan hingga akhir kegiatan.

d. Evaluasi *Sales Promotion* dalam PPDB

Evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan selesai yaitu mengetahui seperti apa respon dari sekolah setelah melakukan kegiatan ini, hal yang dibahas terutama tentang pelaksanaannya beberapa kegiatan yang sudah dilakukan itu sudah berjalan baik atau tidak.

Kemudian jika ada kendala maka akan dicari solusi untuk menyelesaikannya. Sebagaimana yang dipaparkan oleh bapak

Hizbullah Muhib selaku kepala sekolah dari SD Al Baitul Amien 02

Jember bahwa :

“Iya betul, jadi begini mas dalam evaluasi terkait dengan pelaksanaan PPDB yang sudah dilakukan ya kami akan menanyakan dalam rapat evaluasi sekolah kepada seluruh guru ataupun karyawan disini yaitu terkait dengan promosi penjualan disini kan melakukan promosi yang paling akut itu melalui mulut ke mulut jadi kami tanyakan bagaimana

kendalanya, bagaimana tanggapannya wali murid, tujuannya agar supaya promosi PPDB tahun berikutnya bisa lebih baik dari sekarang. Ya karena promosi secara mulut kemulut ini menurut kami paling dahyat mas sepanjang PPDB yang kami lakukan, untuk iklan itu juga iya.”⁹³

Dari pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi dari pelaksanaan bauran promosi yaitu ketika kegiatan telah dikerjakan dalam rapat ini akan dievaluasi kegiatan sosialisasi yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Secara evaluasi juga dilakukan secara keseluruhan atas terselenggaranya kegiatan PPDB.

Hal tersebut juga didukung dengan ungkapan dari ibu Lilik Masruroh selaku panitia guru dan waka kurikulum di SD Al Baitul Amien 02 Jember bahwa :

“Untuk evaluasi itu setau saya ya mas itu evaluasi secara keseluruhan kami lakukan setelah kegiatan berakhir kemudian dari evaluasi itu saya selaku sekretaris PPDB mas itu membuat laporan hasil dari keseluruhan kegiatan. Nah laporan itu nantinya disetorkan ke LPA mas dan juga ada rapat lanjutan setelah selesai membuat laporan tersebut. Ya sebenarnya lapran itu kalau selesai ya sudah begitu saja ya namun di sini kami juga diajari oleh senior untuk selalu tidak lengah dengan apa yang dilakukan dan disiplin begitu. dan ini juga mas baitul amien itu menurut saya ya pribadi promosinya biasa biasa saja ya semestinya seperti sekolah lainya gitu mas tapi yang membedakan baitul amien sama lainnya itu dari segi pelayanannya mas itu paling betul – betul ditekan kepada seluruh jajaran lembaga.”⁹⁴

Untuk memperkuat data, maka dilakukan sebuah observasi dan dokumentasi terkait dengan evaluasi *sales promotion* yakni sebagai berikut :

⁹³ Muhib diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

⁹⁴ Lilik diwawancara oleh penulis, Jember, 5 Februari 2024.

Berdasarkan pengamatan peneliti dalam evaluasi dari *sales promotion* yaitu dengan mengadakan rapat secara keseluruhan bersama panitia, pimpinan LPA, dan koordinator di setiap sekolah, kemudian dalam rapat tersebut di membahas apa saja yang menjadi kendala di lapangan saat melakukan sosialisasi terhadap masyarakat, mencatat setiap responship dari masyarakat terhadap kita, lalu barulah memberikan penilaian terhadap apa yang telah dikerjakan serta perbaikan untuk kedepannya pada sistem promosi melalui mulut ke mulut.⁹⁵



Gambar 4.15
Dokumentasi rapat evaluasi keseluruhan PPDB

Dalam gambar 4.15 adalah dokumentasi rapat evaluasi keseluruhan PPDB yang dihadiri oleh seluruh panitia PPDB, pimpinan yayasan lembaga pendidikan Al Baitul Amien (LPA) dan koordinator setiap sekolah waka semua sekolah yang ikut dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru.

Jadi, dari hasil wawancara dan Observasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi *sales promotion* dalam PPDB ketika kegiatan telah dikerjakan maka dengan diadakannya rapat secara keseluruhan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program kerja kedepannya serta memberikan penilaian terhadap

⁹⁵ Observasi di SD Al Baitul Amien 02 Jember (Full Day School), 19 Januari 2024.

apa yang telah dilakukan dengan rincian bahwa pembagian pamflet efektif bila didukung dengan promosi mulut ke mulut. serta mengetahui kendala-kendala seperti miskomunikasi maupun keberhasilan yang sudah dicapai, dan menjadikan PPDB lebih berkualitas dibandingkan dengan kegiatan PPDB dilakukan sebelumnya serta menjadikan PPDB datang jadi lebih baik dan sukses lagi.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi dan observasi peneliti dapat disimpulkan bahwa terkait dengan evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu mulai dari evaluasi dari periklanan calon siswa dan wali murid atau di sekolah dari internet seperti *website* dan media sosial lainnya untuk memberikan informasi yang lebih lengkap lagi setiap akhir kegiatan dapat mengakumulasikan atau mengumpulkan untuk mengetahui iklan mana saja yang paling tepat kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target penjualan.

Kemudian evaluasi dari kegiatan *personal selling* yaitu panitia PPDB akan mendiskusikan beberapa hasil pelayanan yang sudah dilakukan atau diberikan kepada calon siswa ataupun calon wali murid dan masyarakat, hal tersebut untuk mengetahui sisi kekurangan dari pelayanan yang kami berikan dan membahas pelayanan seperti apa yang dilakukan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Dan selanjutnya evaluasi publisitas dalam kegiatan Al Baitul Amien

competition tahun 2023 dengan membuat laporan hasil kegiatan yang dibuat setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia, yang terakhir yaitu evaluasi *sales promotion* yang dibahas terutama tentang pelaksanaannya beberapa kegiatan yang sudah dilakukan itu sudah berjalan baik atau tidak dan baik respon dari sekolah setelah memberikan diskon.

Berdasarkan dari hasil temuan peneliti dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Matrik Temuan Pembahasan

No	Fokus Penelitian	Temuan Penelitian
1	Bagaimana Perencanaan implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School?	<p>Ditemukan perencanaan implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan periklanan dalam PPDB yaitu <ol style="list-style-type: none"> a. Perencanaan periklanan dari pendesainan spanduk di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan menentukan ukuran, model desain dan konten yang akan ditampilkan dispanduk sebagaimana yang telah dibahas dan disepakati dalam rapat internal seksi humas dan IT. b. Adapun untuk perencanaan periklanan membuat konten media sosial yaitu membuat konten video dengan mengkoordinasi pihak humas dan IT disetiap sekolah dan pembuatan web pendaftaran PPDB dibuat langsung oleh tim IT PPDB serta pembuatan twibbon oleh panitia seksi humas PPDB. 2. Perencanaan <i>personal selling</i> di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu memposisikan <i>personal selling</i> lebih ditekankan kepada penentuan orang – orang yang bisa promosi dalam <i>personal</i>

		<p><i>selling</i> oleh pihak lembaga pendidikan al baitul amien (LPA) dengan menyeleksi seluruh guru dan karyawan yang memiliki kemampuan dalam bidang promosi secara <i>personal selling</i> dengan kriteria yang telah ditentukan.</p> <p>3. Perencanaan dari publisitas atau hubungan masyarakat yaitu dalam mempromosikan PPDB sebelumnya merancang kegiatan lomba tahunan yang mana pesertanya terdiri dari TK dan RA sekabupaten Jember. Adapun tujuan dari diadakannya lomba atau <i>competition</i> selain mempromosikan PPDB yaitu memperkenalkan SD Al Baitul Amien ke seluruh masyarakat jember tiada lain untuk memberikan Image atau citra positif kepada sekolah.</p> <p>4. Perencanaan dari <i>sales promotion</i> yaitu mengkonsep pembagian pamflet kepada wali murid dan warga sekolah dengan teknisi setelah rangkaian pamflet sudah tershare kepada wali murid dan warga sekolah, lalu wali murid dan warga sekolah mempromosikan langsung ke tangga, teman sekantor, pada saat kegiatan Pkk dan kegiatan lainnya. Selanjutnya promosi melalui media sosial, dengan memanfaatkan media sosial sekolah sebagai peluang untuk promosi PPDB yang dilakukan oleh seksi kord sekolah..</p>
2	<p>Bagaimana Pelaksanaan implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School?</p>	<p>Ditemukan pelaksanaan implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School :</p> <p>1. Pelaksanaan periklanan dalam PPDB yaitu</p> <p>a. Pelaksanaan periklanan dalam PPDB SD Al Baitul Amien 02 Jember juga dengan memasang spanduk di tempat – tempat strategis seperti di pinggir jalan raya dan depan sekolah. Tujuan dari pemasangan spanduk tersebut yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada calon wali murid bahwa pendaftaran peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember sudah dibuka. Jadi memasang spanduk akan membantu siapapun yang membutuhkan informasi lebih lanjut tentang PPDB.</p> <p>b. Adapun pelaksanaan pemromosian media sosial untuk mempromosikan PPDB SD Al</p>

		<p>Baitul Amien 02 Jember, lebih memanfaatkan media sosial karena sifatnya yang mudah sekali dicapai oleh siapa pun dan tentunya bisa didapat di mana saja. Adapun media sosial yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti <i>Instagram, youtube</i> dan <i>website</i>.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Pelaksanaan <i>personal selling</i> yang dilakukan oleh petugas yang telah ditunjuk SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk melakukan kegiatan promosi secara langsung atau secara tatap muka dengan calon konsumen, selanjutnya petugas memberikan penawaran terkait produknya, kemudian memberikan gambaran dengan mempresentasikan terkait profil, program, keunggulan sekolah dan prestasi – prestasi yang telah dicapai. Apabila calon konsumen telah terpengaruhi dan dirasa sudah mulai tertarik lalu melakukan <i>follow up</i> atau menindak lanjuti calon konsumen tersebut sampai mereka benar – benar mau mendaftar dan bergabung di Sekolah Dasar Al Baitul Amien. 3. Pelaksanaan Publisitas atau Hubungan Masyarakat dalam PPDB yaitu lomba atau competition yang diselenggarakan setiap tahunnya bertujuan sebagai salah satu media promosi serta mensosialisasikan penyelenggaraan PPDB. Adapun peserta ajang kompetisi bagi siswa - siswi tingkat TK dan RA sekabupaten Jember dan lomba tersebut meliputi lomba mart kids, tartil al qur'an, paper quilling mom and kids, mendongeng. 4. Pelaksanaan <i>sales promotion</i> dalam PPDB oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu membagikan pamflet kepada wali murid, dengan diikuti promosi mulut ke mulut yang dilakukan oleh wali murid atas kesadarannya, karena promosi secara mulut ke mulut lebih meyakinkan masyarakat dan paling strategis. Kemudian sekolah juga memberikan <i>challenges</i> potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30 serta mendapatkan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu.
3	Bagaimana implementasi evaluasi strategi	Ditemukan evaluasi implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD

<p>bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School?</p>	<p>Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluasi periklanan dalam PPDB yaitu periklanan dalam PPDB, calon siswa dan wali murid mengetahui PPDB itu dari internet seperti <i>website</i> dan media sosial lainnya. setiap akhir kegiatan panitia mengakumulasikan atau mengumpulkan dengan membuat kuisisioner untuk mengetahui iklan mana saja yang paling tepat kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target penjualan dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember. Namun iklan hanya beberapa persen saja, iklan hanya penginformasian secara instan saja dan yang paling akurat adalah promosi mulut ke mulut. 2. Evaluasi <i>personal selling</i> dalam PPDB panitia akan mengadakan rapat untuk mendiskusikan hasil intrekasi dan tanggapan atau respon yang sudah dilakukan atau diberikan kepada calon siswa ataupun calon wali murid, hal tersebut untuk mengetahui sisi kekurangan dari intrekasi dan tanggapan atau respon yang kami berikan terutama kepada petugas yang telah ditunjuk oleh pihak lembaga. 3. Evaluasi publisitas atau hubungan masyarakat dalam PPDB panitia membuat laporan hasil kegiatan Al Baitul Amien <i>competition</i> tahun 2023 yang dibuat setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia dalam pelaksanaan kegiatan mulai dari awal persiapan, perencanaan dan pelaksanaan hingga akhir kegiatan. 4. Evaluasi <i>sales promotion</i> dalam PPDB ketika kegiatan telah dikerjakan maka dengan diadakannya rapat secara keseluruhan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program kerja kedepannya serta memberikan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan dengan rincian bahwa pembagian pamflet efektif bila didukung dengan promosi mulut ke mulut serta mengetahui kendala-kendala seperti missskomunikasi maupun keberhasilan yang sudah dicapai, dan menjadikan PPDB lebih berkualitas dibandingkan dengan kegiatan PPDB dilakukan sebelumnya.
--	--

C. Pembahasan Temuan

Pada tahap ini membahas keterkaitan antara data yang telah ditemukan dengan teori yang relevan, data yang diperoleh melalui observasi wawancara dan dokumentasi akan dianalisis melalui pembahasan temuan yang dikaitkan dengan teori. Pembahasan tersebut kemudian dirinci sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan supaya mampu menjawab permasalahan yang ada di lapangan.

1. Perencanaan Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Perencanaan adalah peran manajemen untuk membuat pertimbangan tentang pentingnya pasar dalam keputusan perencanaan dan dipilih secara strategis. berdasarkan penyajian dan analisis data yang telah peneliti uraikan tersebut maka jelaslah bahwa sebelum adanya pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru perlu melakukan adanya perencanaan.

Hal ini selaras dengan teori Basu Swastha bauran promosi merupakan program komunikasi pemasaran total sebuah perusahaan atau lembaga pendidikan yang terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang dipergunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya.⁹⁶

⁹⁶ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran*,.249

Dalam mencapai tujuan tersebut perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School terdiri dari periklanan penjualan pribadi *personal selling* publisitas atau hubungan masyarakat *sales promotion* atau promosi penjualan.

a. Perencanaan Periklanan dalam PPDB

1) Perencanaan periklanan pendesainan spanduk

Perencanaan periklanan pendesainan spanduk di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu dengan menentukan ukuran, model desainan dan konten yang akan ditampilkan dispanduk sebagaimana yang telah dibahas dan disepakati dalam rapat internal seksi humas dan IT.

Konsep perancangan sangat diperlukan dalam proses ciptakan desain yang baik, di mana tujuan pada perencanaan ini adalah merancang media promosi yang efektif, efisien serta komunikatif sehingga media promosi ini mampu menarik calon peserta didik baru.

Hal ini senada dengan teori Sidik bahwa spanduk atau baliho adalah suatu sarana atau media promosi yang mempunyai unsur berikan informasi event atau kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luas seperti PPDB dan lain sebagainya

dengan ukuran yang besar menempatkan baliho di kawasan yang ramai agar banyak dilihat oleh masyarakat.⁹⁷

Dan sesuai dengan teori yeni bahwa Mengenai perencanaan pembuatan brosur atau spanduk, bersifat fleksibel dan dapat diubah berdasarkan hasil diskusi di lingkungan sekolah, baik yang dilakukan secara langsung maupun melalui media sosial. Direktori referensi desain, warna dan kata-kata tertulis dapat ditemukan di Google, sumber daya ini relevan baik untuk buku cetak maupun spanduk atau broker.⁹⁸ Sekolah mempunyai keleluasaan lebih dalam mengubah komponen-komponen yang perlu ditambah atau dikurangi sesuai dengan proses pendidikan yang telah dijalani.

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan pelaksanaan pemasangan spanduk maka dilakukannya perencanaan desainan spanduk tersebut seperti menentukan ukuran, tata letak warna, model desainan dan konten yang akan ditampilkan dispanduk, tujuannya merancang spanduk sebagai alat media promosi mampu menarik calon peserta didik baru dan mempunyai unsur berikan informasi terkait dengan PPDB

⁹⁷ Sidik Priyanto, "Perencanaan Media Promosi SMP Sultan Agung Sayegan" (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 37.

⁹⁸ Yeni Tri Nur R, "Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi Dan Komunikasi" jurnal IJEMA STAI At Taqwa Bondowoso, 2023, 17.

2) Perencanaan periklanan membuat konten media sosial

Adapun membuat konten media sosial yaitu membuat konten video dengan mengkoordinasi pihak humas dan IT disetiap sekolah dan pembuatan web pendaftaran PPDB dibuat langsung oleh tim IT PPDB serta pembuatan twibbon oleh panitia seksi humas PPDB.

Pemanfaatan teknologi digital di SD Al Baitul Amien 02 Jember khususnya pembuatan konten media sosial agar dapat membantunya pendidikan dalam menyampaikan informasi dan promosi kegiatan lainnya menjadi lebih efektif dan efisien yaitu dengan penerapan sarana komunikasi yang tepat dan mengikuti perkembangan zaman yaitu dengan sosial media. Hal ini selaras dengan teori kotler dan keller dalam penelitian marzydha media sosial digunakan sebagai alat komunikasi adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk atau jasa, meningkatkan image produk atau jasa dan berakhir pada peningkatan penjualan. Dengan ini promosi melalui media sosial akan mempengaruhi faktor eksternal dari sisi persepsi konsumen dari suatu produk atau jasa.⁹⁹

Dan sesuai dengan teori Enggal bahwa dalam pembuatan konten media sosial sekolah tidak boleh sembarangan. Karena dalam konten-konten yang disajikan harus mengandung nilai

⁹⁹ Nur Marzydha Saputri, "Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Negeri Kendal" (Skirpsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022), 31-36.

moral, mengandung pesan-pesan pendidikan (edukatif), dan tentunya harus tetap menarik.¹⁰⁰ Pertimbangan lain yaitu aspek yang perlu diperhatikan yakni etika bermedia sosial (digital attitude) sehingga pengelola dituntut harus bisa menyajikan konten yang santun tetapi tetap menarik dan informatif.

Jadi, Berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan pelaksanaan publikasian konten media sosial maka dilakukannya perencanaan pembuatan konten media sosial jadi pembuatan konten video dilakukan oleh setiap lembaga masing-masing, adapun untuk pembuatan web pendaftaran dan twibbon itu dilakukan oleh panitia PPDB seksi humas dan IT. Yang tujuannya sebagai alat komunikasi adalah untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk atau jasa.

b. Perencanaan *Personal selling* dalam PPDB

Dari hasil data analisis, diperoleh bahwa praktek bauran promosi pada perencanaan *personal selling* di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu memposisikan *personal selling* lebih ditekankan kepada penentuan orang – orang yang bisa promosi dalam *personal selling* oleh pihak lembaga pendidikan al baitul amien (LPA) dengan menyeleksi seluruh guru dan karyawan yang memiliki kemampuan

¹⁰⁰ Enggal. B.N.S (n.d.). Manajemen Media Sosial Lembaga Pendidikan Islam : Studi Pada SMP IT Taqiyya Rosyida Kartasura Pendahuluan. 1(1), 22–37.

dalam bidang promosi secara *personal selling* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Hal ini selaras dengan teori Abdurrahman dalam buku strategi promosi pemasaran mengemukakan yang dimaksud *personal selling* atau penjualan personal merupakan kegiatan mempresentasikan secara personal seorang salesmen perusahaan yang bertujuan tercapainya penjualan dan membangun hubungan konsumen serta memberikan pelayanan kepada konsumen.¹⁰¹ dan sesuai dengan teori Taufan Gojali bahwa *personal selling*, yaitu komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual jasa pendidikan dan calon pelanggan jasa pendidikan untuk memperkenalkan produk jasa pendidikan kepada calon pelanggan jasa pendidikan serta membentuk pemahaman pelanggan jasa pendidikan terhadap produk jasa pendidikan sehingga mereka akan mencoba dan membelinya.¹⁰²

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan pelaksanaan *personal selling* dalam PPDB maka dilakukannya perencanaan *personal selling* seperti lebih kepada pelayanan kepada konsumen. serta menyusun panduan observasi dan wawancara yang nantinya akan ditanyakan oleh seksi observasi dan seksi wawancara pada saat pelaksanaan kegiatan observasi dan wawancara

¹⁰¹ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran.*, 106.

¹⁰² Taufan G. Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang. *Media Mahardhika*, 17(2), 375.

c. Perencanaan publisitas atau hubungan masyarakat

Dari hasil data analisis, diperoleh bahwa praktek bauran promosi pada perencanaan publisitas yaitu dalam mempromosikan PPDB sebelumnya merancang kegiatan lomba tahunan yang mana pesertanya terdiri dari TK dan RA se Kabupaten Jember. Adapun tujuan dari diadakannya lomba atau competition selain mempromosikan PPDB yaitu memperkenalkan SD Al Baitul Amien 02 ke seluruh masyarakat Jember, tiada lain untuk memberikan image atau citra positif kepada sekolah.

Hal ini selaras dengan teori setiawan bahwa sebelum pelaksanaan PPDB melakukan perencanaan publisitas Untuk menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat kepada sekolah SD Al Baitul Amien 02 Jember menampilkan banyak macam-macam keunggulan sekolah dan memanfaatkan event-event, strategi utama dari sosialisasi sekolah itu dengan menyelenggarakan lomba-lomba bagi siswa-siswi TK dan PAUD dalam kegiatan lomba ini pihak sekolah bekerja sama dengan guru TK atau paud sebagai mitra sekolah.¹⁰³ Dan sesuai dengan teori Taufan Gojali bahwa upaya komunikasi menyeluruh dari sekolah untuk

¹⁰³ Much Fuat Setiawan, "Pengelolaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada SD Muhammadiyah Program Khusus Banyudono" (Tesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), 10.

memengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap warga sekolah terhadap sekolah.¹⁰⁴

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan pelaksanaan publisitas atau humas maka dilakukannya perencanaan publisitas dalam PPDB seperti kegiatan lomba yang mana pesertanya terdiri dari TK dan RA se Kabupaten Jember. Untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat SD Al Baitul Amien 02 Jember memanfaatkan event tersebut dengan mensosialisasikan PPDB di saat pelaksanaan lomba atau *competition*.

d. Perencanaan *Sales Promotion* dalam PPDB

Kegiatan *Sales Promotion* dalam PPDB di SD Al Baitul Amien yaitu mengkonsep pembagian pamflet kepada wali murid dan warga sekolah dengan teknisi setelah rangkaian pamflet sudah tershare kepada wali murid dan warga sekolah, lalu wali murid dan warga sekolah mempromosikan langsung ke tangga, teman sekantor, pada saat kegiatan Pkk dan kegiatan lainnya. Selanjutnya promosi melalui media sosial, dengan memanfaatkan media sosial sekolah sebagai peluang untuk promosi PPDB yang dilakukan oleh seksi kord sekolah.

Hal ini selaras dengan teori William F bahwa *sales promotion* adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen, para penjual perantara. Berbagai cara *sales promotion* yang ditawarkan seperti memberi

¹⁰⁴ Taufan G. "Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang". *Media Mahardhika*, 17(2), 375.

sampel gratis rabat, diskon, kontes, demonstrasi, bonus, hadiah, perlombaan penyaluran dan lainnya.¹⁰⁵

Dan sesuai dengan teori Rutih Hurriyati bahwa promosi penjualan merupakan bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.¹⁰⁶

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan pelaksanaan *sales promotion* maka dilakukannya perencanaan *sales promotion* dalam PPDB seperti merancang konsep untuk melibatkan wali murid ikut dalam mempromosikan PPDB secara langsung (mulut ke mulut) atau juga melalui media sosial yang di share di grup wali murid disetiap sekolah, serta dalam mempromosian PPDB tersebut menawarkan potongan harga seperti, *challenge* bagi pendaftar pertama yang hafal jus 30 dan bagi wali murid yang mendaftarkan putra – putrinya lebih dari 1 maka akan mendapatkan potongan harga untuk kegiatan.

¹⁰⁵ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*,191

¹⁰⁶ Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: ALFABETA, 2015), 35.

2. Pelaksanaan Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

a. Pelaksanaan periklanan dalam PPDB

Strategi bauran promosi yang dilakukan dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu pertama dengan periklanan dan dengan periklanan maka dapat digunakan untuk membangun citra sekolah memberikan informasi tentang program atau kegiatan yang diadakan oleh sekolah dan hal ini sama dengan teori American marketing association yang dikutip dalam buku David Wijaya bahwa periklanan adalah bentuk persentasi dan promosi bukan pribadi tentang ide produk dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.¹⁰⁷

Dalam melakukan promosi melalui periklanan biasanya sekolah menggunakan seperti spanduk dan media sosial atau media elektronik lainnya dan dalam hal ini peneliti menemukan sebuah temuan dalam bauran promosi penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember melalui periklanan dengan media cetak berupa spanduk atau baliho, juga menggunakan media sosial.

¹⁰⁷ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan "Mengapa sekolah memerlukan marketing?"*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 164.

1) Pemasangan Spanduk atau Baliho

Dalam pelaksanaan periklanan dalam PPDB SD Al Baitul Amien 02 Jember juga dengan memasang spanduk di tempat – tempat strategis seperti di pinggir jalan raya dan depan sekolah. Tujuan dari pemasangan spanduk tersebut yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada calon wali murid bahwa pendaftaran peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember sudah dibuka. Jadi memasang spanduk akan membantu siapapun yang membutuhkan informasi lebih lanjut tentang PPDB.

Hal ini selaras dengan teori Mulyani bahwa spanduk merupakan media luar ruang dan iklan visual yang biasanya dipakai untuk menyampaikan pesan secara ringkas di atas kain yang membentang di tempat-tempat umum yang letaknya strategis.¹⁰⁸

Dan sesuai dengan teori Taufan Gojali bahwa dalam upaya mengenalkan keberadaan lembaga kepada masyarakat khususnya kepada siswa/i yang ingin melanjutkan pendidikannya, maka selain dengan kegiatan promosi di atas, lembaga melakukan kegiatan pemasangan spanduk di daerah-daerah tertetu.¹⁰⁹

Jadi, Berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan spanduk yang digunakan SD Al Baitul

¹⁰⁸ Sri Mulyani, “Diksi dan Struktur Fungsional Kalimat Dalam Spanduk Anti Narkoba” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008), 2

¹⁰⁹ Taufan G. “Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang”. *Media Mahardhika*, 17(2), 377.

Amien 02 Jember sebagai media periklanan untuk mempromosikan PPDB dapat berguna untuk menyampaikan informasi yang ditujukan kepada calon siswa dan khalayak umum yang tentunya dikemas dengan kata dan kalimat yang singkat jelas dan mudah dipahami oleh orang yang melihat serta tertarik untuk membaca informasi yang disampaikan.

2) Publikasian Konten Media Sosial

Dalam pelaksanaan pemrosesan media sosial untuk mempromosikan PPDB SD Al Baitul Amien 02 Jember, lebih memanfaatkan media sosial karena sifatnya yang mudah sekali dicapai oleh siapa pun dan tentunya bisa didapat di mana saja. Adapun media sosial yang dimiliki oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember seperti *instagram*, *youtube* dan *website*.

Pada saat ini di era teknologi memang sudah seharusnya semua lembaga pendidikan memiliki jembatan penghubung digital antara lembaga dengan pelanggan atau masyarakat, sehingga ketika ada seorang membutuhkan informasi maka dengan mudah dapat mengakses dan menjangkau nya oleh semua kalangan dan hal ini selaras dengan teori Nurani dan Retno bahwa pemasaran melalui internet khususnya media sosial digunakan

sebagai strategi promosi selain dikenal efektif dan efisien juga menghindari dana promosi besar.¹¹⁰

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan publikasian video, foto kegiatan, profil, dan lainnya di media sosial seperti *Instagram*, *youtube* dan *website*, yang digunakan SD Al Baitul Amin 02 Jember sebagai media periklanan untuk mempromosikan PPDB. Tujuannya memudahkan pelanggan atau masyarakat untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai PPDB yang diselenggarakannya.

b. Pelaksanaan *personal selling* dalam PPDB

Pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan oleh petugas yang telah ditunjuk SD Al Baitul Amien 02 Jember untuk melakukan kegiatan promosi secara langsung atau secara tatap muka dengan calon konsumen, selanjutnya petugas memberikan penawaran terkait produknya, kemudian memberikan gambaran dengan mempresentasikan terkait profil, program, keunggulan sekolah dan prestasi – prestasi yang telah dicapai. Apabila calon konsumen telah terpengaruhi dan dirasa sudah mulai tertarik lalu melakukan follow up atau menindak lanjuti calon konsumen tersebut sampai mereka benar – benar mau mendaftar dan bergabung di Sekolah Dasar Al Baitul Amien

¹¹⁰ Nurani dan Desi Retno, “Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung,” *Jurnal Benefit*, Vol. 8, No.2 (Juli 2021) : 128.

Dalam teori David Wijaya bawa ada orang promosi dengan *personal selling* yaitu persentase lisan dalam bentuk percakapan dengan satu orang calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.¹¹¹ Sedangkan menurut teori bahwa penjualan pribadi (*personal selling*). Panitia PPDB membuat teknik menjajaki target sasaran dengan mengunjungi RA dan TK di Kabupaten Jember serta memberdayakan Alumni untuk menyebarluaskan informasi terkait agenda sekolah dan PPDB.¹¹²

Jadi dengan aktivitas terkena sedih yang diperlukan tersebut dapat memberikan manfaat kepada setiap masyarakat dengan SD Al Baitul Amien 02 Jember mendapatkan calon siswa baru serta mempertahankan dan menjaga pelanggan yang saat ini sudah ada dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik maksimal kepada mereka.

c. Pelaksanaan Publisitas atau Humas dalam PPDB

Pada pelaksanaan Publisitas atau Hubungan Masyarakat dalam PPDB yaitu lomba atau competition yang diselenggarakan setiap tahunnya bertujuan sebagai salah satu media promosi serta mensosialisasikan penyelenggaraan PPDB. Adapun peserta ajang kompetisi bagi siswa - siswi tingkat TK dan RA sekabupaten Jember

¹¹¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan "Mengapa sekolah memerlukan marketing?"*, 165.

¹¹² Silfiah. A.M, Khotibul U dan Hepni, (2020). Strategi Pemasaran dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif (MIMA) 01 KH. Shiddiq Jember. *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 2(1), 13–26.

dan lomba tersebut meliputi lomba *mart kids*, tartil al qur'an, *paper quilling mom and kids*, mendongeng.

Strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember juga menggunakan publisitas atau humas. Publisitas atau humas yaitu upaya komunikasi menyeluruh dari sekolah untuk mempengaruhi persepsi, opini, keyakinan dan sikap warga sekolah terhadap sekolah. Publikasi atau humas yang dilakukan oleh sekolah adalah bertujuan untuk menciptakan sikap yang baik terhadap sekolah serta kualitas yang baik dari jasa pendidikan.¹¹³

Hal ini juga selaras teori Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa hubungan masyarakat yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai komunitas dengan memperoleh publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor atau peristiwa tidak menyenangkan.¹¹⁴

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan publisitas atau humas sebelum diselenggarakannya PPDB yaitu melakukan kegiatan lomba yang digelar setiap tahunnya bertujuan sebagai salah satu media promosi dan mensosialisasikan penyelenggaraan PPDB serta menciptakan kualitas baik jasa pendidikan SD Al Baitul Amien.

d. Pelaksanaan *Sales Promotion* dalam PPDB

¹¹³ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan "Mengapa sekolah memerlukan marketing?"*, 165.

¹¹⁴ Kotler & Amstrong, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 89.

Pada pelaksanaan *sales promotion* dalam PPDB oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember yaitu membagikan pamflet kepada wali murid, dengan diikuti promosi mulut ke mulut yang dilakukan oleh wali murid atas kesadarannya,, karena promosi secara mulut ke mulut itu lebih meyakinkan masyarakat dan paling strategis. Kemudian sekolah juga memberikan *challenges* potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30 serta mendapatkan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu.

Strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember menggunakan promosi penjualan. Hal ini selaras dengan teori *American marketing association* bahwa terdapat variabel bangunan rumus yaitu *sales promotion* atau promosi penjualan aktivitas penjualan selain penjualan pribadi periklanan publisitas yang menurut pembelian konsumen dan efektif dalam bentuk peragaan penunjukan pameran demonstrasi dan sebagainya.¹¹⁵

Sedangkan menurut teori Aminah bahwa promosi penjualan adalah segala kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen hingga penjualan akhir.¹¹⁶

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan *sales promotion* membagikan atau

¹¹⁵ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan “Mengapa sekolah memerlukan marketing?”*, 164.

¹¹⁶ Aminah, N. (2023). “Implementasi Strategi Bauran.” 5(2). <https://doi.org/10.35719/jieman.v5i2.193>

menshare pamflet kepada wali murid dan juga dengan mulut kemulut yang dilakukan panitia kepada wali murid, sekolah juga memberikan challenges potongan harga untuk pendaftar pertama yang hafal juz 30 serta mendapatkan potongan biaya kegiatan bagi wali murid yang memiliki putra-putri lebih dari satu.

3. Evaluasi Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School

Evaluasi strategi bauran promosi adalah kegiatan memperbaiki realisasi perilaku orang yang terlibat dalam strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru, hal ini dikarenakan informasi yang benar dan memadai sangat diperlukan oleh sekolah serta juga di dukung dengan kontrol yang baik.

Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember bertujuan untuk mengetahui berhasil atau tidaknya sekolah dalam melaksanakan kegiatan yang sudah direncanakan tersebut dan membantu menentukan kendala saat melaksanakan PPDB serta dalam adanya evaluasi yang dilakukan dapat berguna untuk mencari solusi atas kendala yang dialami

Hal ini selaras dengan teori Yuniarti, dengan adanya evaluasi nantinya akan menjadikan kegiatan yang dilakukan pada saat itu akan menjadi bahan acuan program selanjutnya untuk lebih baik lagi, baik

melanjutkan program yang sudah ada ataupun akan ada program baru yang dilaksanakan oleh periode selanjutnya.¹¹⁷

Evaluasi tersebut dilakukan ketika kegiatan itu telah dikerjakan, hal tersebut ditujukan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru untuk menjalankan kegiatan yang sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan juga untuk mencari solusi atas kendala yang ditemui dalam hal ini peneliti menulis bahwa dapat evaluasi yaitu evaluasi periklanan evaluasi *personal selling* evaluasi publisitas atau humas dan evaluasi *sales promotion*. Kemudian dari 4 hal tersebut nantinya akan dievaluasi secara keseluruhan di akhir kegiatan.

a. Evaluasi Periklanan dalam PPDB

Pada evaluasi periklanan dalam PPDB yaitu periklanan dalam PPDB, calon siswa dan wali murid mengetahui PPDB itu dari internet seperti *website* dan media sosial lainnya. setiap akhir kegiatan panitia mengakumulasikan atau mengumpulkan dengan membuat kuisisioner untuk mengetahui iklan mana saja yang paling tepat kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target penjualan dalam penerimaan peserta didik baru di SD Al Baitul Amien 02 Jember.

Namun iklan hanya beberapa persen saja, iklan hanya penginformasian secara instan saja dan yang paling akurat adalah

¹¹⁷ Yuniarti Vitri, "Aplikasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Si MAN Malang 1," 10-11.

promosi mulut ke mulut. Hal ini selaras dengan teori Eko Widoyoko bahwa evaluasi ialah kegiatan sebagai proses sistematis dan berkelanjutan yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan menyusun kebijakan yang bertujuan untuk mendeskripsikan, pengumpulan, menginterpretasikan, dan menyajikan informasi yang tentang suatu.¹¹⁸ Aktivitas promosi dan iklan melalui media online terkhusus media social memang disebut sebagai strategi yang efektif serta efisien karena jangkauan yang luas dan minimnya biaya yang diperlukan.¹¹⁹

Kemudian mengadakan evaluasi dalam hal periklanan seperti pemasangan spanduk atau baliho dan pem publikasian dalam media sosial, maka dengan mengakumulasikan dan mengumpulkan jawaban dari calon peserta didik dan calon wali murid peserta didik saat pendaftaran dapat diketahui periklanan mana yang paling tepat berkomunikasi dengan pelanggan Dan ketika sudah mengetahui maka dapat melakukan tindakan untuk membatasi seperti tidak banyak memasang spanduk karena hal tersebut dapat meminimalisir dana yang akan dikeluarkan saat mengadakan kegiatan tersebut di kegiatan PPDB mendatang.

b. Evaluasi *personal selling* dalam PPDB

¹¹⁸ Eko Widoyoko, *Evaluasi Program Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 6.

¹¹⁹ Hamid A. (2016). "Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anak Mereka di SD Kartika Xii-1 Kartika". *Jurnal Universitas sebelas maret* 1–23.

Pada evaluasi *personal selling* PPDB panitia akan mengadakan rapat untuk mendiskusikan hasil intreikasi dan tanggapan atau respon yang sudah dilakukan atau diberikan kepada calon siswa ataupun calon wali murid, hal tersebut untuk mengetahui sisi kekurangan dari intreikasi dan tanggapan atau respon yang kami berikan terutama kepada petugas yang telah ditunjuk oleh pihak lembaga.

Hal ini selaras dengan teori Tjiptono bawa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan titik kualitas pelanggan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan lembaga.¹²⁰

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan evaluasi *personal selling* dalam PPDB untuk mengetahui sisi kekurangan pelayanan. Maka dengan adanya evaluasi ini mampu meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen atau pelanggan tetap dapat merasakan puas dan tertarik pada produk yang ditawarkan.

c. Evaluasi Publisitas atau Humas dalam PPDB

Pada evaluasi publisitas atau hubungan masyarakat dalam PPDB yang dilakukan oleh SD Al Baitul Amien 02 Jember mengadakan kegiatan *competition* antar siswa TK dan RA tahun 2023 yaitu sebagai wadah untuk meningkatkan bakat dan prestasi yang

¹²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.,57

dimiliki oleh siswa tujuannya siswa yang mengikuti kompetisi tersebut dapat melanjutkan sekolah di SD Al Baitul Amien 02 Jember. Maka setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia dalam pelaksanaan kegiatan mulai dari awal persiapan, perencanaan dan pelaksanaan hingga akhir kegiatan, panitia membuat laporan hasil kegiatan yang dilakukan.

Hal ini selaras dengan teori Arikunto dan Jabar bahwa hasil evaluasi yang telah disajikan pada suatu laporan bisa diikuti dengan pengambilan keputusan yaitu dengan menarik kesimpulan tertentu atas dasar hasil evaluasi yang ada.¹²¹ Maka dengan mengadakan evaluasi pada kegiatan tersebut dapat menjadikan kegiatan competition semakin lebih baik dari kegiatan yang sudah dilakukan sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pada PPDB yang akan mendatang.

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan evaluasi publisitas atau humas maka setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia dalam pelaksanaan kegiatan mulai dari awal persiapan, perencanaan dan pelaksanaan hingga akhir kegiatan, panitia membuat laporan hasil kegiatan yang dilakukan. dengan mengadakan evaluasi pada kegiatan tersebut dapat menjadikan kegiatan competition semakin lebih baik

¹²¹ Suharsimi Arikunto dan Cepi Safruddin Abdul Jabar, *Evaluasi Program Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 200.

dari kegiatan yang sudah dilakukan sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pada PPDB.

d. Evaluasi *sales promotion* dalam PPDB

Pada evaluasi *sales promotion* dalam PPDB ketika kegiatan telah dikerjakan maka dengan diadakannya rapat secara keseluruhan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program kerja kedepannya serta memberikan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan dengan rincian bahwa pembagian pamflet efektif bila didukung dengan promosi mulut ke mulut serta mengetahui kendala-kendala seperti missskomunikasi maupun keberhasilan yang sudah dicapai, dan menjadikan PPDB lebih berkualitas dibandingkan dengan kegiatan PPDB dilakukan sebelumnya serta menjadikan PPDB datang jadi lebih baik dan sukses lagi.

Hal ini selaras dengan teori Daryanto bahwa peranan evaluasi lebih bersifat konstruktif karena informasi hasil penilaian dijadikan input bagi perbaikan-perbaikan yang diperlukan di dalam sistem pendidikan yang sedang dikembangkan. selain itu juga dipandang sebagai faktor yang memungkinkan dicapainya hasil pengembangan yang optimal.¹²² Dan sesuai dengan teori Permana bahwa menjelaskan evaluasi merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menyajikan informasi tentang suatu

¹²² Daryanto, *Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), 6.

program untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun program selanjutnya.¹²³

Jadi, berdasarkan temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa dengan evaluasi *sales promotion* dalam PPDB dengan diadakannya rapat secara keseluruhan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program kerja kedepannya serta memberikan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil temuan dan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa evaluasi implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru sebagai berikut : pertama evaluasi dalam hal periklanan seperti pemasangan spanduk atau baliho dan pem publikasian dalam media sosial, maka dengan mengakumulasikan dan mengumpulkan jawaban dari calon peserta didik dan calon wali murid peserta didik saat pendaftaran dapat diketahui periklanan mana yang paling tepat berkomunikasi dengan pelanggan.

Dan ketika sudah mengetahui maka dapat melakukan tindakan untuk membatasi seperti tidak banyak memasang spanduk karena hal tersebut dapat meminimalisir dana yang akan dikeluarkan saat mengadakan kegiatan tersebut di kegiatan PPDB mendatang. Kedua evaluasi *personal selling* dalam PPDB untuk mengetahui sisi

¹²³ Praditya P.P. (2016). "Evaluasi Bauran Promosi Pada Perusahaan Invynia". *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 516.

kekurangan pelayanan. Maka dengan adanya evaluasi ini mampu meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga konsumen atau pelanggan tetap dapat merasakan puas dan tertarik pada produk yang ditawarkan.

Ketiga evaluasi publisitas atau humas maka setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia dalam pelaksanaan kegiatan mulai dari awal persiapan, perencanaan dan pelaksanaan hingga akhir kegiatan, panitia membuat laporan hasil kegiatan yang dilakukan. dengan mengadakan evaluasi pada kegiatan tersebut dapat menjadikan kegiatan competition semakin lebih baik dari kegiatan yang sudah dilakukan sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pada PPDB. Dan yang keempat yaitu evaluasi *sales promotion* dalam PPDB dengan diadakannya rapat secara keseluruhan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program kerja kedepannya serta memberikan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi tersebut sesuai analisis, fokus dan hasil yang telah ditemukan oleh peneliti dan narasumber yang bersangkutan ialah sesuai dengan hasil penelitian data yang diperoleh dan lokasi penelitian serta penjabaran terhadap fokus penelitian skripsi di sini bahwa kesimpulan yang diambil oleh peneliti ialah sebagai berikut :

1. Perencanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru : pertama perencanaan periklanan terdiri dari. a) pembuatan spanduk dilakukan desainan spanduk tersebut seperti menentukan ukuran, model desainan dan konten yang akan ditampilkan dispanduk . b) pembuatan konten media sosial yang dilakukan oleh setiap lembaga. Kedua perencanaan *personal selling* dalam PPDB lebih ditekankan kepada penentuan orang – orang yang bisa dalam bidang promosi secara *personal selling* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Ketiga perencanaan publisitas atau dalam PPDB seperti merancang pengadaan lomba tahunan untuk jenjang TK dan RA sekabupaten Jember. Keempat perencanaan *sales promotion* dalam PPDB seperti mengkonsep pembagian pamflet kepada wali murid dan warga sekolah dengan teknis setelah rangkaian pamflet sudah tershare kepada wali murid dan warga sekolah.

2. Pelaksanaan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru yaitu : pertama pelaksanaan periklanan terdiri dari yaitu a) pemasangan spanduk dilakukan di tempat – tempat strategis seperti di pinggir jalan dan depan sekolah. b) dengan publikasian video, foto kegiatan, profil, dan lainnya di media sosial sekolah. Kedua pelaksanaan *personal selling* melakukan kegiatan promosi secara langsung atau secara tatap muka dengan mampu mempengaruhi calon konsumen sehingga kemudian tertarik dengan produk yang telah ditawarkan. Ketiga pelaksanaan publisitas atau humas sebelum pelaksanaan PPDB yaitu mengadakan lomba setiap tahunnya bertujuan sebagai media promosi, mensosialisasikan program sekolah dan PPDB. Keempat pelaksanaan *sales promotion* dalam PPDB seperti membagikan pamflet kepada wali murid yang diikuti dengan promosi mulut ke mulut oleh wali murid dengan kesadarannya, serta menawarkan potongan harga seperti, *challenge* bagi pendaftar pertama yang hafal jus 30 dan bagi wali murid yang mendaftarkan putra – putrinya lebih dari 1 maka akan mendapatkan potongan harga untuk kegiatan.
3. Evaluasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember yaitu : pertama evaluasi dalam hal periklanan seperti pemasangan spanduk atau baliho dan publikasian dalam media sosial, maka dmengakumulasikan dan mengumpulkan dengan membuat kuisisioner yang nantinya akan dijawab oleh calon peserta didik dan calon wali murid peserta didik saat

pendaftaran dapat diketahui perikanan mana yang paling tepat berkomunikasi dengan pelanggan. Kedua evaluasi *personal selling* dalam PPDB yaitu mengadakan rapat untuk mengetahui sisi kekurangan interaksi dan tanggapan atau respon dari petugas. Maka dengan adanya evaluasi ini mampu meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga konsumen atau pelanggan tetap dapat merasakan puas dan tertarik pada produk yang ditawarkan. Ketiga evaluasi publisitas atau humas maka setelah selesai kegiatan sebagai pertanggung jawaban panitia dalam pelaksanaan kegiatan lomba mulai dari awal sampai akhir, panitia membuat laporan hasil kegiatan yang dilakukan. Keempat evaluasi *sales promotion* dalam PPDB dengan diadakannya rapat secara keseluruhan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk program kerja kedepannya serta memberikan penilaian terhadap apa yang telah dilakukan dengan rincian bahwa pembagian pamflet efektif bila didukung dengan promosi mulut ke mulut.

B. Saran – saran

Dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School, mengenai manajemen pemasaran dalam mengembangkan lembaga pendidikan, khususnya implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru, maka penulis dapat memeberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School diharapkan sekolah terus mempertahankan kualitas, dan prestasi yang sudah diraihny agar

dengan hal tersebut lembaga lebih banyak diminati dan diketahui oleh masyarakat sehingga dapat terus meningkatkan jumlah siswa dalam PPDB serta pelayanan terus memberikan pelayanan terbaik sekolah kepada siswa, wali murid, masyarakat dan stakeholder lainnya.

2. Bagi panitia PPDB Lembaga Pendidikan Al Baitul Amien (LPA).
Diharapkan hendaknya membuat rancangan perencanaan khususnya mengenai kegiatan promosi yang akan dilakukan yang tertuang dalam strategi bauran promosi agar dapat memperoleh hasil yang maksimal dalam penerimaan peserta didik baru ataupun dalam citra sekolah di mata masyarakat
3. Bagi siswa – siswi SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School
semoga selalu semangat dalam melaksanakan setiap kegiatan di sekolah, agar dapat menjadi siswa yang berprestasi dan berkhlaqul karimah yang dapat dijadikan sebagai cara dalam pengembangan diri dan menjadi lulusan terbaik.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaklah perlu dilakukan penelitian lebih lanjut yang nantinya mampu mengungkapkan lebih dalam tentang implementasi strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru atau kegiatan lain yang belum dijelaskan dalam penelitian ini dapat disempurnakan kembali oleh peneliti selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. (1985). *Kumpulan Makalah "Study Implementasi Latar Belakang Konsep Pendekatan Dan Relevansinya Dalam Pembangunan"*, Persadi, Ujung Pandang, Hal 40. 11–28.
- Agnis diwawancara oleh penulis, Jember, 12 Februari 2024.
- ALFATTAH, A. K. S. (2022). *Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pemerintahan Provinsi Sumatera Utara*. 1–51.
- Aminah, N. (2023). Implementasi Strategi Bauran. 5(2).
<https://doi.org/10.35719/jieman.v5i2.193>
- Anisatun N.U, *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama, 2022). 16.
- Arikunto S. dan Jabar A. C.S, *Evaluasi Program Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 200.
- Aprilia Lestari, H., & Rosdiana, W. (2018). Implementasi Kebijakan Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb) Di SMA Negeri 4 Kota Madiun Tahun 2017. *Publika*, 6(5), 1–7.
- Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 43.
- Swastha B, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2003), 249.
- Alma B, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: ALFABETA, 2007), 68.
- Damianus Bram. Fenomena turunnya oamor sekolah negeri: minim inovasi, SDM Pendidik Tak Kompeten, April 26, 2023, 08:30.
<https://radarsolo.jawapos.com/pendidikan/841703311/fenomena-turunnya-pamor-sekolah-negeri-minim-inovasi-sdm-pendidik-tak-kompeten>.
- Daryanto, *Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), 6.
- Dwiyama Fajri Dkk, “„Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan,” *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1,” 2020, 66.
- Eko diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.
- Felinda K. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan. In *Journal Idarah At-Ta’lim* (Vol. 1, Issue 1, pp. 42–52).
<http://etheses.uin-malang.ac.id/17089/>

Gojali, T. (2019). Strategi Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2017/2018 Politeknik Tmkm Karawang. *Media Mahardhika*, 17(2), 372. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v17i2.89>.

Hafidz diwawancara oleh penulis, Jember, 1 Februari 2024.

Hermawan Agus, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 106.

Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: ALFABETA, 2015), 35.

Ilimiyah, J. (2023). *Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember Universitas Islam Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Desember 2022 Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Jember*.

Imron Ali, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 41.

Kotler and Amstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2001), 71-72.

Kotler & Amstrong, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 89.

Komarudin, K., Siregar, D. R. S., Zahrudin, Z., & Maftuhah, M. (2022). Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan. *YASIN*, 2(5), 680–694. <https://doi.org/10.58578/yasin.v2i5.560>

Kurniadin D. dan Machali I, *Manajemen Pendidikan: Konsep Dan Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media., 2012), 131.

Lilik diwawancara oleh penulis, Jember, 5 Februari 2024.

Madura J, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 245.

Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>.

Muhib, diwawancara oleh penulis, Jember, 22 Januari 2024.

Mulyani Sri, “Diksi dan Struktur Fungsional Kalimat Dalam Spanduk Anti Narkoba” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008), 2.

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. (2018). Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 51 Tahun 2018 Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, Dan Sekolah Menengah Kejuruan. *Permendikbud*, 1–25. jdih.kemdikbud.go.id

Mustari M, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 20214), 111.

- Maziyah, S. A., Umam, K., & Hepni, H. (2020). Strategi Pemasaran dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif (MIMA) 01 KH. Shiddiq Jember. *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 2(1), 13–26. <https://doi.org/10.35719/jieman.v2i1.19>
- Novitasari, U. D. (2023). *Strategi Promosi Madrasah dalam Proses Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di MAN 2 Kota Madiun*. 1–88. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/22250/>
- Nur Asnawi dan Masykuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Indah Rahmawati (ed.)). 2011.
- Nurani dan Retno D, “Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung,” *Jurnal Benefit*, Vol. 8, No.2 (Juli 2021) : 128.
- Oktaviani, F. (2022). *Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SDIT Al-Iman Bojongsari Depok*.
- Onny F. S. dan Novelia U., *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FKIP Hamka, 2017), 64.
- Penyusun, T. (2020). *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (T. Penyusun (ed.); Issue 1). 2020.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. (2019). Permendikbud Nomor 44 Tahun 2019. *Permendikbud*, 1–25. <https://jdih.kemdikbud.go.id>
- Permana, W. A. (2020). Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan . *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 83–96. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.5989>
- Perwita, D., & Widuri, R. (2023). Telaah pendidikan: preferensi orang tua memilih sekolah swasta daripada sekolah negeri. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 11(1), 64. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v11i1.14779>
- Priyanto Sidik, “Perencanaan Media Promosi SMP Sultan Agung Sayegan” (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), 37.
- Rahmawati, Y. T. N. (2023). Manajemen Pemasaran Sekolah Melalui Teknologi Informasi dan Komunikasi. *IJEMA: Indonesian Journal Of ...*, 13–25. <http://ejurnal.staiattaqwa.ac.id/index.php/mipi15/article/view/208%0Ahttp://ejurnal.staiattaqwa.ac.id/index.php/mipi15/article/download/208/187>
- RI, K. A. . Juz 11--20. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*, 277.
- Rifa'i, M. . Manajemen Peserta Didik. In Rsydi Ananda & muhammad Fadhli (Ed.), *CV. Widya Puspita* (Vol. 53, Issue 9).2018

Rizal diwawancara oleh penulis, Jember, 27 Januari 2024.

Sadono sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 209.

Saputri Marzydha N., “Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Negeri Kendal” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2022), 31-36.

SD Al Baitul Amien 02 Jember, Profil SD A Baitul Amien 02 Jember, 2024.

Setiawan Much Fuat, “Pengelolaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada SD Muhammadiyah Program Khusus Banyudono” (Tesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), 10.

Setiawan Guntur, *Implementasi Dalam Birokrasi Pembangunan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), 39.

Subadi, T. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif* (E. F. Hidayati (ed.); 1st ed.). 2006.

Sulhan Ahmad, “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Sekitar Di MA At-Tahzib Kekait Gunungsari,” *Penelitian Keislaman 2* (2017), 147.

Sugiyono, P. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/R&T)* (S. Y. Suryandari (ed.); 1st ed.). 2015.

Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyaakarta: ANDI, 2015), 226.

Turmudzi, I. (2017). Strategi Pemasaran Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Mts Ihsanniat Jombang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 2(2), 188–196.

Usman Nurdin, *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum* (Jakarta: Grasindo, 2002), 70.

Widoyoko Eko, *Evaluasi Program Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 6.

Wijaya D, *Pemasaran Jasa Pendidikan “Mengapa sekolah memerlukan marketing?”*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 164.

Yudha diwawancara oleh penulis, Jember, 25 Januari 2024.

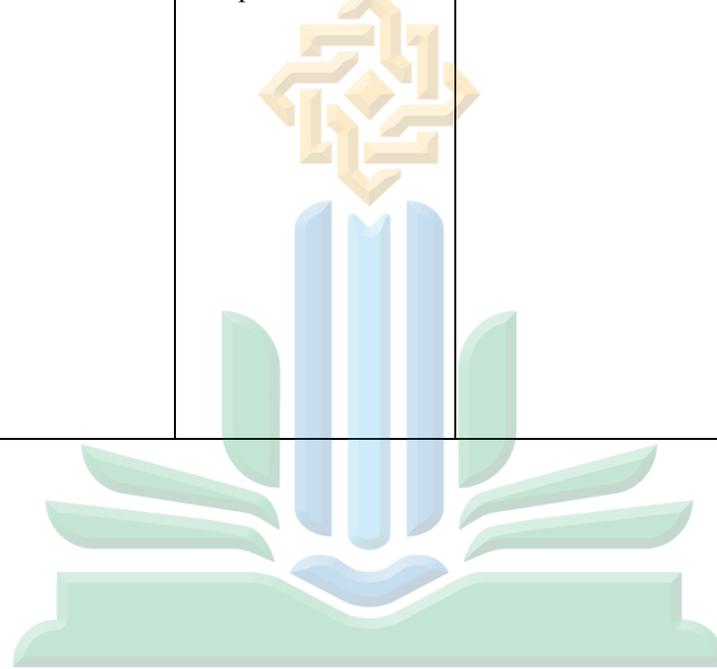
Yuniarti Vitri, “Aplikasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Si MAN Malang 1,” *Sinteks Jurnal Teknik 1* (2016): 10–11.

DAFTAR LAMPIRAN

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS MASALAH
Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 (Full Day School) Jember	1) Implementasi Strategi Bauran Promosi	1) Implementasi, Strategi Bauran Promosi	1) Periklanan 2) <i>Personal Selling</i> (penjualan perseorangan) 3) Publisitas/Humas 4) <i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan)	Data primer informan wawancara: 1) kepala sekolah SD Al Baitul Amin 02 Jember 2) Panitia PPDB SD Al Baitul Amin 02 Jember 3) Wali Murid SD Al Baitul Amin 02 Jember	1) Pendekatan penelitian kualitatif deskriptif 2) Jenis penelitian: Studi kasus 3) Lokasi penelitian: SD Al Baitul Amin 02 Jember 4) Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, dokumentasi 5) Analisis data kualitatif • Kondensi data • Penyajian data • Penarikan kesimpulan atau verifikasi 6) Keabsahan data	1. Bagaimana Perencanaan Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 (Full Day School) Jember? 2. Bagaimana Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 (Full Day School) Jember? 3. Bagaimana Evaluasi
	2) Penerimaan Peserta didik Baru	2) Implementasi Strategi Bauran Promosi 1. Persiapan Penerimaan Peserta Didik Baru	1) Perencanaan 2) Pelaksanaan 3) Evaluasi 1) Prosedur Perencanaan PPDB 2) Proses pelaksanaan	Data Sekunder : 1) dokumentasi 2) buku – buku atau sumber terkait yang relavan		

			PPDB 3) Pengelompokan peserta didik		triangulasi Sumber dan triangulasi Teknik	Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 (Full Day School) Jember?
--	--	--	--	--	---	--



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firman Asirullah
Nim : 202101030009
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak dapat unsur-unsur penciptakan karya penelitian atau karya ilmiah pernah dilakukan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan sebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka Saya bersedia untuk proses sesuai peraturan perundang-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 20 Mei 2024

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Firman Asirullah

NIM. 202101030009

INSTRUMEN PENELITIAN

A. Instrumen Observasi

1. Observasi tentang Perencanaan Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember Full Day School.
2. Observasi tentang Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember Full Day School
3. Observasi tentang Evaluasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember Full Day School

A. Data Narasumber dan Instrumen Wawancara

1. Kepala Sekolah
 - a) Bagaimana profil sejarah berdirinya SD Al Baitul Amien 02 Jember ini bapak?
 - b) Apa saja visi dan misi dari SD SD Al Baitul Amien 02 Jember?
 - c) Berapa jumlah siswa, pendidik dan tendik di SD Al Baitul Amien 02 Jember?
 - d) Apa saja struktur organisasi SD Al Baitul Amien 02 Jember?
 - e) Bagaimana Perencanaan Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember?
 - f) Bagaimana Pelaksanaan Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember?
 - g) Bagaimana evaluasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru Di Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember?
 - h) Bagaimana cara menyikapi peluang dan ancaman terhadap strategi bauran promosi dalam PPDB?

2. Panitia PPDB

- a) Bagaimana prosedur perencanaan kegiatan PPDB di LPA?
- b) Bagaimana alur dari pendaftaran PPDB yang diterapkan di LPA?
- c) Bagaimana proses komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi terkait promosi PPDB?
- d) Bagaimana pelaksanaan strategi bauran promosi dalam PPDB melalui periklanan dan penjualan personal?
- e) Bagaimana pelaksanaan strategi bauran promosi dalam PPDB melalui publisitas atau humas dan promosi penjualan?
- f) Bagaimana evaluasi dilakukan terhadap strategi bauran promosi dalam PPDB?

3. Guru

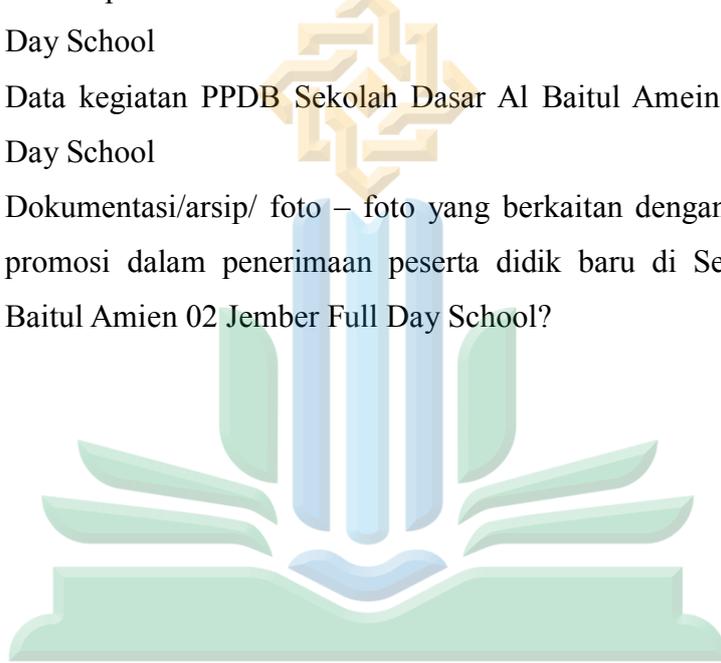
- a) Apakah guru juga terlibat dalam kepanitiaan PPDB ?
- b) Apakah guru juga ikut serta dalam proses pelaksanaan promosi dalam PPDB?
- c) Bagaimana proses pelaksanaan promosi dalam PPDB itu dilakukan?
- d) Bagaimana proses komunikasi yang dilakukan dalam penyampaian informasi terkait promosi PPDB?
- e) Bagaimana proses komunikasi guru dengan wali murid dalam penyampaian informasi terkait promosi PPDB?

4. Wali Murid

- a) Bagaimana menurut ibu sebagai wali murid terkait dengan pelayanan yang lembaga berikan selama menjadi wali murid?
- b) Apakah ibu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh lembaga?
- c) Apakah benar ibu selaku wali murid disaat PPDB dibuka juga membantu melakukan promosi?
- d) Apakah benar wali murid juga mempromosikan SD Al Baitul Amien secara (mulut ke mulut)?

B. Dokumentasi

1. Profil Sekolah Dasar Al Baitul Amin 02 Jember Full Day School
2. Visi dan misi Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School
3. Struktural lembaga Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School
4. Data kepanitiaan PPDB Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School
5. Data kegiatan PPDB Sekolah Dasar Al Baitul Amein 02 Jember Full Day School
6. Dokumentasi/arsip/ foto – foto yang berkaitan dengan strategi bauran promosi dalam penerimaan peserta didik baru di Sekolah Dasar Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School?



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



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://ftik.uinkhas-jember.ac.id](http://ftik.uinkhas-jember.ac.id) Email: tarbiyah.iainjember@gmail.com

Nomor : B-5246/In.20/3.a/PP.009/01/2024

Sifat : Biasa

Perihal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Kepala SD Al Baitul Amin 02 Jember Full Day School

Jln. Imam Bonjol No 45 A Jember, Kaliwates, Kec. Kaliwates, Kab. Jember Prov. Jawa Timur

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

NIM : 202101030009
Nama : FIRMAN ASIRULLAH
Semester : Semester delapan
Program Studi : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai "Implementasi Strategi Bauran Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SDS Al Baitul Amien 02 Jember Full Day School" selama 30 (tiga puluh) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu Hizbullah Muhid, S.E., M.M

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 05 Januari 2024

Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



HOTIBUL UMAM



**YAYASAN MASJID JAMI'
AL BAITUL AMIEN JEMBER**

LEMBAR DISPOSISI

Asal Surat : UIN KHAS JEMBER.

Diterima Tanggal :
10/ JANUARI /2024.

Tanggal Surat : 5. JANUARI 2024.

No Agenda : -

Isi Surat : B/5946/11.20130-3
009/01/2024.

Diteruskan Kepada :

Revisi :

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Permohonan izin Penelitian.
DAL BAITUL AMIEN 02.

ISI DISPOSISI

→ PKO
SD 2.
Kedua di Baitul
Amien 11/24
Musaquni

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**SIDDIQ
IDDIQ JEMBER
UAN**

Kode Pos: 68136
idber@gmail.com

Kab. Jember Prov. Jawa Timur

as Tarbiyah dan Ilmu

ILAM

ntasi Strategi Bauran
itul Amien 02 Jember
lingkungan lembaga

a kasih.

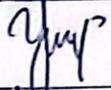
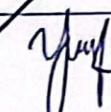
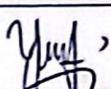
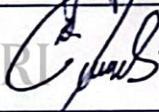
nuari 2024

bidang Akademik,

MAM

085 607 464 556

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
DI SD AL BAITULAMIEN 02 JEMBER FULL DAY SCHOOL

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Keterangan
1	11 Januari 2024	Penyerahan surat izin penelitian yang sudah di ACC yayasan ke SD Al Baitul Amien 02 Jember	
2	16 Januari 2024	Observasi awal	
3	19 Januari 2024	Observasi dan dokumentasi terkait dengan profil lembaga	
4	22 Januari 2024	Wawancara kepala sekolah terkait dengan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi bauran promosi	
5	25 Januari 2025	Wawancara Waka Humas dan sarparas mengenai Promosi PPDB dan sarana dan prasarana	
6	27 Januari 2024	Wawancara Waka Kesiswaan terkait dengan promosi PPDB	
7	1 Februari 2024	Wawancara ketua Panitia PPDB terkait dengan kegiatan PPDB	
8	5 Februari 2024	Wawancara Guru terkait dengan kegiatan competition TK/RA yang dijadikan sebagai peluang promosi lembaga	
9	9 Februari 2024	Dokumentasi pelaksanaan PPDB dan fasilitas SD Al Baitul Amien 02 Jember	
10	12 Februari 2024	Wawancara wali murid terkait dengan kepuasan pelayanan dan pemromosian PPDB	

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Jember 20 Februari 2024

Kepala Sekolah SD Al Baitul
 Amien 02 Jember



Hiyullah Muhib, S.E., M.M



YAYASAN MASJID JAMI' AL BAITUL AMIEN JEMBER
SD AL-BAITUL AMIEN 02 (FULL DAY SCHOOL)

J E M B E R
NSS : 10.2.05.24.11.011

SURAT KETERANGAN

No : 49-B/SD.ABA-02.FDS/JBR/S.Ket/III/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HIZBULLAH MUHIB, S.E., M.M.
Jabatan : Kepala Sekolah
Unit Kerja : SD Al-Baitul Amien 02 (Full Day School) Jember
Alamat Sekolah : JL. Imam Bonjol No. 45A Kaliwates Jember

Menerangkan bahwa :

Nama : FIRMAN ASIRULLAH
NIM : 202101030009
Semester : Delapan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Benar-benar telah melakukan penelitian guna penyusunan skripsi mulai tanggal 11 Januari - 12 Februari 2024 dengan judul "IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PROMOSI DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI SD AL BAITUL AMIEN 02 (FULL DAY SCHOOL) JEMBER".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.



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

Kantor : SD Al-Baitul Amien 02 (Full Day School)
Jl. Imam Bonjol 45 A Kaliwates - Jember Telp. (0331) 485416

**STRUKTUR DAN PERSONALIA LEMBAGA SEKOLAH DASAR AL
BAITUL AMIEN 02 JEMBER FULL DAY SCHOOL**



Yayasan	: Masjid Jami' Al Baitul Amien
Kepala sekolah	: Hizbullah Muhib, S.E., M.M.
Kepala Tata Usaha	: Febri Aldina Damayanti
Bagian Administrasi Dan Kas Masuk	: Kholila
Bagian Keuangan Dan Kas Keluar	: Hartatik Isnaini
Bagian Dapodik	: Eka Susanti
Bagian Keuangan Bos	: Vanindya Miranda
Bagian RT dan Badan	: Lydia Yustika
Kord. Bidang Kesiswaan	: M Rizal Bagus F, S.Pd.
BP	:
Ekstrakurikuler	:
Pengelola Pojka UKS	: Urviana Eka Susanti
Pelayanan Kesehatan RS PTP	:
Perpustakaan	: Bakris Santoso
Kord. Bidang Humas dan Sarpras	: Yudha Purnama, S.Kom.
Laboratorium	: Ergi Shiyam Maghfiroh
Satpam	:
Cleaning Service	: Saiful Bahri
Kord. Bidang Kurikulum	: Lilik Masruroh, S.Pd.
ketua KKG	:
Koordinator Qur'an Dan Ibadah	: M Fatoni

Wali kelas

: seluruh wali kelas 1 sampai 6

**STRUKTUR KOMITE LEMBAGA SEKOLAH DASAR AL BAITUL
AMIEN 02 JEMBER FULL DAY SCHOOL**

Komite

: Drs. H. Misrawie, M.M.

Sekretaris

: Febri Aldina Damayanti

Bendahara

: Elvia Fajar Iqzani, S.Pd.

Pengelola Sumber Daya Sekolah

: Zainal Ansori, M.Pd.

Pengembangan Kualitas Pelayanan Sekolah

: Nury Yasin, M.M.

Sarana dan Prasarana Sekolah

: Mochammad Ra'is, S.Pd.

Satuan Informasi Pelayanan Sekolah

: Rudy Budi Prakoso

Usaha

: Muhammad Ma'ruf, S.Pd.I.



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

JUMLAH SISWA
SD AL BAITUL AMIEN 02 (Full Day School) JEMBER
TAHUN PELAJARAN 2023/2024

NO	KELAS	L	P	JML
1	IA	14	14	28
2	IB	15	13	28
3	IC	14	14	28
4	ID	14	14	28
5	II A	15	13	28
6	II B	15	13	28
7	II C	15	13	28
8	II D	13	15	28
9	III A	16	11	27
10	III B	14	11	25
11	III C	14	12	26
12	III D	15	11	26
13	IV A	0	29	29
14	IV B	0	28	28
15	IV C	24	0	24
16	IV D	25	0	25
17	V A	24	0	24
18	V B	24	0	24
19	V C	0	25	25
20	V D	0	24	24
21	VI A	29	0	29
22	VI B	29	0	29
23	VI C	0	19	19
24	VI D	0	20	20
JML		329	299	628

Jember, 17 Juli 2023
Kepala Sekolah,

HIZBULLAH MUHIB, S.E., M.M

SUSUNAN PANITIA
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU 2023-2024
YAYASAN MASJID JAMI' AL BAITUL AMIEN JEMBER

A. Kepanitiaan

1. Penanggungjawab : Drs. H. Misrawie, MM
Ketua Pengurus Yayasan Masjid Jami' Al Baitul Amien
2. Panitia Pelaksana
 - a. Ketua Panitia : Ir. H. Akhmad Hafidz
 - b. Sekretaris : Nur Huda
 - c. Bendahara : Sumarsono, SE
3. Seksi-seksi :
 - a. Seksi Kord. Sekolah : 1. Nur Hayati Qomariyah, S.Pd
2. Mar'atul Afifah, S.Pd
3. Endang Suprihatin, S.Pd. MM
4. H. Muzakki Hidayat, S.Ag. MM
5. Hizbullah Muhib, MM
6. Nury Yasin Rahmatullah, S.Pd.I. MM
6. Elvia Fajar Iqzani, S.Pd
 - b. Seksi Kesekretariatan : 1. Iksan Al Mustofa
2. Noer Hadi
2. Febrina Lupita Sari
3. Yanuar Rossea Della
4. Juniah Paramudita
5. Maulana Arifianto
6. Febri Aldina Damayanti
7. Vivin Heriyanto
8. Zakiyah Baroroh Baried
 - d. Wawancara : 1. Drs. H. Supriyadi
2. Drs. H. Misrawie, MM
2. Ir. H. Akhmad Hafid
3. Sholikul Hadi, MH
4. Dr. Zainal Anshari, M.Pd.I
5. H. Syaifullah Nuri
6. Dr. Munir Is'adi, SE. M.Ak
 - c. Observasi : 1. Lulukatul Azizah, S.Pd
2. Muhammad Rizal Bagus Firmansyah, S.Pd
d. : 3. Ahmad Jupriyanto
4. Immatul Annisa
 - e. Seksi Humas : 1. Eko Wahyudi
2. Viki Ridlo
3. Dwiki Noval

DOKUMENTASI
LEMBAGA DAN KEGIATAN PPDB



**Halaman SD Al Baitul Amien 02 Jember
Full Day Scholl**



Ruangan Lab Computer



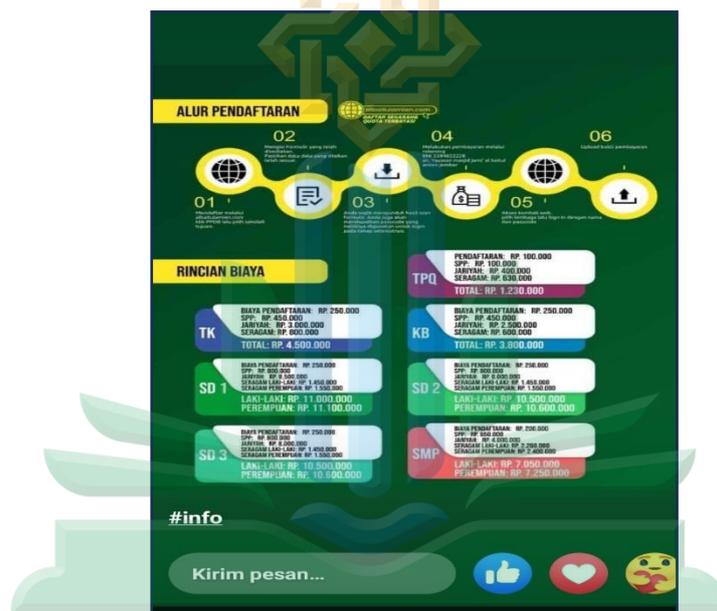
Perpustakaan



Ruang Tata Usaha



Situs Website



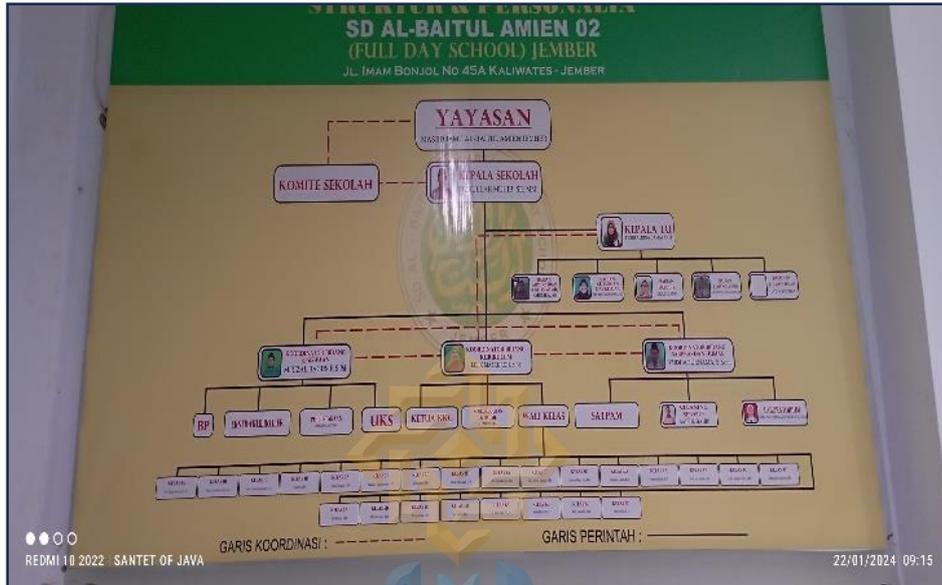
Rincian biaya pendaftaran



Kegiatan Wawancara Wali Murid dalam PPDB



Kegiatan Observasi calon siswa dalam PPDB



Struktur SD Al Baitul Amien 02 Jember Full Day Scholl

SEKOLAH PENGGERAK

VISI & MISI
SD AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER

VISI
"TERWUJUDNYA SD AL BAITUL AMIEN 02 JEMBER
UNGGUL DAN RUJUKAN NASIONAL DALAM PEMBENTUKAN LULUSAN
YANG SHOLEH DAN CERDAS"

MISI

SHOLEH

- Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler bidang keislaman peserta didik
- Menyelenggarakan pembelajaran internalisasi nilai nilai cinta Allah dan rosul dan cinta orang tua dan guru
- Menyelenggarakan pembelajaran nilai-nilai al-Aswaja ahlussunnah waljamaah amnahdiyah
- Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler baca tulis ,terjemah, tafsir , tahfidz al qur'an.
- Menyelenggarakan pembelajaran internalisasi nilai-nilai cinta diri sendiri, cinta sesama, cinta alam sekitar dan cinta bangsa dan negara
- Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler dan pembiasaan hifai adab kepada guru, orang tua, teman dan sesama

CERDAS

- Menyelenggarakan pembelajaran internalisasi nilai nilai kritis, kreatif, kolaboratif dan komunikatif
- Menyelenggarakan pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler d alam bidang penguasaan Bahasa asing (English dan arab)
- Menyelenggarakan pembelajaran internalisasi nilai-nilai ilmu pengetahuan dan teknologi
- Menyelenggarakan pembelajaran ekstrakurikuler bidang mata pelajaran, seni dan olah raga

REDMi 10 2022 | SANTET OF JAVA 18/01/2024 10:20

Visi dan Misi

BIODATA PENELITI



Data Pribadi

Nama : Firman Asirullah
Nim : 202101030009
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi, 06 Juni 1998
Alamat : Dusun Darungan Desa Tegalharjo Kecamatan
Glenmore Kabupaten Banyuwangi
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Institusi : UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
No. HP : 085607464556

Riwayat Pendidikan

SDN 05 Tegalharjo (Lulus Tahun 2012)
MTS Ummul Quro (Lulus Tahun 2015)
MA Ummul Quro (Lulus Tahun 2018)
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2020 – sekarang)