



Umayatul Mufidah

**STRATEGI PROMOSI
PENERIMAAN
PESERTA DIDIK BARU
DI SMK MA'ARIF 9 KEBUMEN**

STRATEGI PROMOSI

PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI SMK

MA'ARIF 9 KEBUMEN

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Ayat (1) Huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.100.000.000 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Ayat (1) Huruf c, Huruf d, Huruf f, dan/atau Huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 Ayat (1) Huruf a, Huruf b, Huruf e, dan/atau Huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

STRATEGI PROMOSI

PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI SMK

MA'ARIF 9 KEBUMEN

Umayatul Mufidah



**STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI
SMK MA'ARIF 9 KEBUMEN**

Penulis : Umayatul Mufidah
Editor : Sulis Rokhmawanto, Faisal
Tata letak : RGB Desain
Desain cover : Rani RGB

Cetakan I, Januari 2022

Diterbitkan oleh:

Magnum Pustaka Utama

Jl. Parangtritis KM 4, RT 03, No 83 D
Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul, DI Yogyakarta
Telp. 0878-3981-4456, 0821-3540-1919
Email: penerbit.magnum@gmail.com
Homepage: www.penerbitmagnum.com

bekerjasama dengan

IAINU Kebumen Press

Jln. Tentara Pelajar No. 55-B, Kebumen 54312
ISBN : 978-623-6911-45-7

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Madrasah/sekolah swasta tentunya perlu getol melakukan promosi dirinya kepada masyarakat luas, utamanya kepada orangtua dan calon peserta didik baru. Kegetolan yang dilakukan tentunya juga memerlukan sejumlah strategi agar apa yang dilakukan menjadi efektif, efisien, dan produktif. Hal inilah yang mendasari penulisan buku ini. Buku ini merupakan hasil riset lapangan yang dilakukan di SMK Maarif 9 Kebumen.

Buku ini mencoba mengulik sejumlah strategi dalam bidang pemasaran (*marketing*) yang dilakukan justru bukan di perusahaan dan industri, akan tetapi dilakukan di dunia pendidikan. Oleh karenanya melalui buku ini penulis mencoba mendeskripsikan lokasi riset sebaik mungkin, melakukan penggalian data dan kemudian menganalisisnya melalui pendekatan strategi promosi dan pemasaran.

Melalui buku ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada keluarga besar Pascasarjana IAINU Kebumen, utamanya kepada Dr. Imam Satibi M.Pd.I. dan Dr. Sulis Rokhmawanti MSI. Berkat bimbingan dan dukungan keduanya buku ini dapat terwujud.

Buku ini tentunya memiliki keterbatasan dan kekurangan, dan karenanya kritik dan saran konstruktif sangat penulis nantikan untuk

keperluan perbaikan dan pengembangan. Selamat membaca dan semoga bermanfaat.

Kebumen, Desember 2021

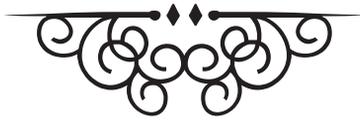
Penulis

Umayatul Mufidah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Memotret Persoalan.....	1
B. Sekilas Lokasi.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Strategi Promosi.....	9
2. Manajemen Pemasaran Pendidikan.....	15
3. Bauran Promosi.....	19
4. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).....	22
5. Pengembangan Mutu Input.....	36
B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian.....	47
B. Tempat dan Waktu.....	48
1. Tempat Penelitian.....	48
2. Waktu Penelitian.....	48
C. Informan Penelitian.....	49

D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Keabsahan Data	53
F. Analisis Data	55
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Deskripsi SMK Ma'arif 9 Kebumen	59
1. Profil SMK Ma'arif 9 Kebumen	59
2. Sejarah SMK Ma'arif 9 Kebumen	59
3. Pendiri SMK Ma'arif 9 Kebumen	65
4. Pasca Pendirian	66
5. Perkembangan SMK Ma'arif 9 Kebumen	68
6. Visi, Misi, dan Tujuan SMK Ma'arif 9 Kebumen.....	70
7. Keadaan Guru dan Karyawan	71
B. Identifikasi Pasar Peserta Didik	73
1. <i>Advertising</i> dalam PPDB di SMK Ma'arif 9 Kebumen.....	79
2. <i>Personal Selling</i> dalam PPDB.....	82
3. <i>Publicity</i> dalam PPDB	83
4. <i>Sales Promotion</i> dalam PPDB.....	87
C. Segmentasi Pasar dan Positioning	88
D. Differensiasi Produk PPDB.....	92
E. Komunikasi Pemasaran PPDB	93
F. Pelayanan Sekolah di SMK Ma'arif 9 Kebumen.....	95
BAB V PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103



BAB I

PENDAHULUAN

A. Memotret Persoalan

Era globalisasi saat ini menciptakan persaingan ketat yang juga berdampak pada dunia pendidikan. Globalisasi berarti suatu proses keterbukaan yang seluas-luasnya, bebas dari keterbelengguan kultural, bebas dari ketertutupan dan kualitas menjadi salah satu pacuan utama.¹ Pendidikan merupakan kebutuhan dasar manusia dalam mengembangkan dan melanjutkan kehidupannya. Dalam dunia pendidikan para pengelola pendidikan bersaing untuk meningkatkan mutu dan kualitas dari jasa yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena masyarakat akan memilih sekolah dalam rangka pemenuhan kebutuhan pendidikan sesuai dengan keinginan dan kekuatan serta kualitas yang tersedia.² Konsep dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan dan keinginan manusia. Meningkatnya kebutuhan pasar menjadi salah satu faktor dalam dunia pendidikan harus bersaing menjadi yang paling unggul.

¹ Sumaryanto, "Strategi Sukses Bagi Usaha Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Manajemen Proses" *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume 11, Nomor 1 (2011): 48.

² Rahmad Sahid, PPDB Unik (Studi Etnograk), diakses melalui <http://sangit26.blogspot.co.id/2013/07/ppdb-unik-studi-etnograk.html>, pada hari Sabtu, 9 Mei 2020 pukul 10.25 WIB.

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

Rekrutmen peserta didik di sebuah sekolah pada hakikatnya adalah proses pencarian, menentukan, dan menarik pelamar yang mampu untuk dijadikan peserta didik di lembaga pendidikan yang bersangkutan.³ Hal yang fundamental dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) secara kuantitas adalah terpenuhinya kuota peserta didik baru sesuai daya tampung yang tersedia. Sedangkan secara kualitas merupakan momentum untuk menjaring calon peserta didik yang memiliki potensi kecerdasan yang baik dan berkualitas di bidang akademik, kepribadian, keimanan dan ketakwaan, sehingga akan berimplikasi pada kualitas proses maupun kualitas hasil pendidikan.

Persaingan yang ketat saat ini memaksa lembaga pendidikan untuk merancang, menggunakan strategi pemasaran yang baik dan tepat dalam menarik calon peserta didik baru. Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat, lembaga pendidikan dapat bertahan dan semakin berkembang. Persaingan antar lembaga pendidikan kejuruan sebenarnya memberikan keuntungan bagi konsumen terutama calon peserta didik baru. Hal ini disebabkan karena konsumen memiliki banyak pilihan dalam memutuskan lembaga sekolah mana yang cocok untuk kebutuhan mereka tersebut.

Promosi jasa pendidikan merupakan salah satu variabel bauran pemasaran jasa pendidikan yang harus dilakukan sekolah untuk

³ Muhamad Mustari, *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 111.

memasarkan produk jasa pendidikan. Aktivitas promosi jasa pendidikan bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara sekolah dan pelanggan jasa pendidikan, tetapi juga sebagai alat untuk memengaruhi pelanggan jasa pendidikan di dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁴

Menjelang tahun ajaran baru, proses penerimaan calon peserta didik baru wajib telah selesai dilaksanakan. Pengelolaan yang dimulai pada proses penerimaan calon peserta didik baru harus segera diimplementasikan oleh sekolah. Tindakan awal pada penerimaan peserta didik baru yaitu mengadakan pertemuan kepala sekolah dengan guru-guru yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab dalam penerimaan peserta didik baru guna menyusun rencana publikasi penerimaan peserta didik baru.

Saat ini animo masyarakat yang dahulunya menyekolahkan anaknya di tingkat SMA mulai berkurang, sekarang SMK menjadi salah satu pilihan penting, bahkan dalam beberapa hal SMK mampu mengalahkan dominasi calon peserta didik yang ingin bersekolah ke SMA. Secara realita, hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat yang semakin menyadari bahwa kompetensi serta keterampilan yang mumpunilah yang akan mampu bersaing di dunia kerja. Sehingga dalam memilih lembaga pendidikan lanjutan mereka mempertimbangkan hal tersebut, dan lembaga sekolah yang menyediakan berbagai bidang keterampilan sesuai yang dibutuhkan oleh dunia kerja saat ini adalah SMK.

Di mana di SMK, orientasi pendidikan lebih ditekankan pada bagaimana setelah menyelesaikan studi bisa segera mendapatkan pekerjaan. Mungkin hal ini dianggap lebih realistis mengingat beban hidup masyarakat yang semakin berat, sementara biaya studi untuk melanjutkan ke perguruan tinggi semakin mahal. Pilihan tahapan selangkah demi selangkah merupakan strategi yang lebih cerdas. Hal ini dikarenakan, setelah lulus SMK, peserta didik masih dapat meneruskan pendidikan ke perguruan tinggi atau ada juga yang berpikir bahwa yang terpenting bekerja terlebih dahulu untuk

⁴ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 134.

mendapatkan penghasilan, namun setelah itu bisa melanjutkan ke bangku kuliah.

Tujuan pendidikan kejuruan saat ini cenderung fokus pada fungsi tunggal yaitu menyiapkan peserta didiknya untuk bekerja pada bidang tertentu sebagai pekerja atau karyawan. Pendidikan kejuruan selalu diharapkan selaras secara simbiosis dengan kebutuhan dunia kerja, namun dalam kenyataannya tidak selalu demikian karena keduanya memiliki dinamika kepentingan yang tidak selalu sama.⁵ SMK Ma'arif 9 Kebumen merupakan salah satu lembaga penyelenggara jasa pendidikan kejuruan di Kabupaten Kebumen. SMK Ma'arif 9 Kebumen merupakan lembaga pendidikan yang bernaung di bawah yayasan organisasi Nahdlatul Ulama tepatnya Lemabaga Pendidikan Ma'arif yang berlokasi di Jalan Raya Klirong, Desa Klegenwonosari, Kecamatan Klirong, Kabupaten Kebumen.

Untuk bertahan di persaingan global saat ini bukan merupakan hal mudah bagi Sekolah Menengah Kejuruan, namun SMK Ma'arif 9 Kebumen telah membuktikan bahwa sebagai penyelenggara pendidikan formal mampu bersaing dan bertahan di era globalisasi saat ini dengan persaingan yang sungguh ketat. Situasi kompetisi pendidikan yang naik turun dengan kehadiran kompetitor baru yang tidak terduga menyebabkan keberhasilan kompetisi pendidikan di masa lalu tidak dapat menjadi ukuran dalam rangka menghadapi kompetisi pendidikan di masa mendatang. Untuk itu, penting bagi sebuah lembaga penyelenggara pendidikan memilih strategi pemasaran yang efektif.

Dalam pemasaran lembaga pendidikan SMK Ma'arif 9 Kebumen juga mempunyai strategi untuk melakukan promosi lembaganya. Apalagi saat ini Negara tercinta Indonesia sedang dilanda musibah pandemi wabah virus *covid-19* yang juga berdampak dalam dunia pendidikan. Adanya virus *covid-19* menyebabkan hampir semua bidang aktivitas dikerjakan di rumah. Meskipun begitu, SMK Ma'arif

⁵ Slamet, "Pengembangan SMK Model", *Cakrawala Pendidikan*, No.1, vol XXXII, (2013), hlm. 14.

9 Kebumen tetap eksis melaksanakan kegiatan marketing jasa pendidikan seperti dengan menyediakan *website* yang dapat diakses oleh para calon *customers* dengan harapan masyarakat luas dapat mengetahui dan mengakses informasi-informasi tentang SMK Ma'arif 9 Kebumen dengan alamat domain *www.smkmaarif9kebumen.sch.id* yang sangat membantu dan juga memudahkan calon peserta didik baru untuk mengenal lebih jauh tentang SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Dengan mengakses melalui *website* tersebut atau dengan mendaftar melalui *link* *ppdb.smk-maarif9kebumen.com* calon peserta didik baru dapat dengan mudah mendaftar melalui *online* dari rumah tanpa harus datang ke sekolah. Dalam *website* ini tersedia berbagai *tools-tools* yang dapat diakses seperti informasi profil lembaga SMK Ma'arif 9 Kebumen, selain itu juga berisi tentang foto-foto dan dokumentasi kegiatan-kegiatan yang berada di dalam lembaga maupun kegiatan di luar SMK Ma'arif 9 Kebumen seperti halnya partisipasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam mengikuti kegiatan di dalam maupun di luar kabupaten.

B. Sekilas Lokasi

Sejak tahun pelajaran 2015/2016 sampai tahun pelajaran 2019/2020 jumlah peserta didik mengalami peningkatan. Berikut adalah tabel perkembangan jumlah peserta didik di SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Peserta Didik⁶

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Peserta Didik		Total
		L	P	
1	2015/2016	544	354	898
2	2016/2017	508	414	922
3	2017/2018	528	421	949
4	2018/2019	525	403	928
5	2019/2020	613	434	1047

⁶ Hasil wawancara dengan salah satu Panitia PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen, pada tanggal 13 April 2020.

Keberhasilan tersebut tidak lepas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan sekolah. SMK Ma'arif 9 Kebumen berusaha untuk melakukan berbagai inovasi dan menciptakan nilai yang lebih agar dapat bersaing dengan sekolah lainnya. Sebaik apapun program yang dibuat apabila tidak didukung dengan manajemen pemasaran yang baik maka tidak banyak yang kenal dengan lembaga SMK Ma'arif 9 Kebumen.

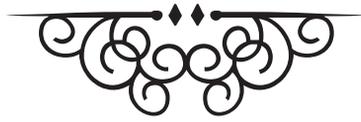
SMK Ma'arif 9 Kebumen melakukan promosi salah satunya dengan melakukan penyebaran brosur di lingkungan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Melihat dari kegiatan promosi yang diterapkan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen sebenarnya tidaklah jauh berbeda dengan sekolah SMK swasta yang lain, tetapi animo masyarakat untuk memilih SMK ini cukup banyak dibandingkan dengan SMK swasta lain, berdasarkan dari data yang telah peneliti jelaskan sebelumnya. Fenomena inilah yang menarik perhatian bagi peneliti untuk meneliti mengenai strategi promosi yang digunakan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam menarik minat masyarakat sehingga mampu menarik jumlah peserta didik yang banyak di masa awal berdirinya.

Selain hal di atas, latar belakang penelitian ini juga bermula dari ketertarikan peneliti terhadap pemasaran jasa yang dilakukan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen, karena meski di tengah kompetisi pemasaran jasa pendidikan yang sangat ketat saat ini SMK Ma'arif 9 Kebumen, mampu bertahan dan bersaing unggul dengan penyelenggara pendidikan lainnya, sehingga dapat memperoleh input sesuai yang diharapkan. Peneliti merasa penasaran sebenarnya strategi-strategi jitu apakah yang sudah dilakukan SMK Ma'arif 9 dalam hal merekrut peserta didik baru, sehingga sekolah tersebut menjadi SMK favorit calon-calon peserta didik baru.

Berdasarkan uraian di atas dan dibuktikan dengan jumlah animo pendaftar yang terus meningkat setiap tahunnya maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang strategi promosi PPDB yang dilakukan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen sehingga layanan pendidikan

menjadi baik dan mutu input peserta didik terus meningkat setiap tahunnya. Setidaknya gambaran tersebut menunjukkan bahwa peminat layanan puas dengan layanan yang diberikan. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian tentang strategi promosi PPDB di SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Adapun permasalahan yang penulis coba gali jawabannya adalah tentang bagaimana *advertising* Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen, bagaimana *personal selling*, bagaimana *publicity*, dan tentang bagaimana *sales promotion*. Tujuannya adalah untuk mengetahui strategi promosi di sekolah lokasi tersebut terkait dengan *advertising*, *personal selling*, *publicity*, dan *sales promotion*.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Strategi Promosi

a. Pengertian Strategi Promosi

Secara harfiah, kata strategi dapat diartikan sebagai “seni (*art*) melaksanakan, stratagem yakni siasat atau rencana”.⁷ Selanjutnya pengertian tersebut diperkuat oleh para ahli diantaranya adalah pengertian strategi menurut Chandler yang dikutip oleh Mudrajad Kuncoro, menyatakan bahwa “strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”.⁸ Strategi secara umum dapat didefinisikan sebagai “garis besar haluan bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.”⁹

⁷ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 214

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 1

⁹ A. Tabani Rusyan, dkk., *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992), hlm. 165

Dua pakar strategi yaitu Hamel dan Prahalad (1995), mendefinisikan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.¹⁰ Ukuran keberhasilan dalam menerapkan strategi adalah mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Jadi, semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka semakin puas dan strategi pun dianggap berhasil.

Dalam perkembangannya, strategi tidak lagi diartikan hanya sebuah seni, tetapi merupakan ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari. Dengan demikian, istilah strategi yang diterapkan dalam dunia pendidikan, khususnya dalam kegiatan perekrutan atau promosi adalah suatu seni atau ilmu untuk mempengaruhi orang lain sedemikian rupa sehingga tujuan-tujuan yang ditetapkan dapat dicapai secara efektif dan efisien.

Dalam konteks pendidikan, strategi adalah usaha sistematis dan terkoordinasi untuk secara terus menerus memperbaiki kualitas pelayanan, sehingga fokusnya diarahkan ke pelanggan, dalam hal ini peserta didik, orang tua peserta didik, pemakai lulusan, guru, karyawan, pemerintah dan masyarakat.¹¹ Pelayanan pendidikan yang fokus pada kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui langkah menggali kebutuhan, keinginan, dan permintaan komunitas pendidikan (*stakeholder*) sebagai dasar untuk menciptakan produk dan layanan jasa yang prima, prospek, dan potensial.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah program yang meliputi tujuan yang ingin

¹⁰ Husein Umar, *Desan Penelitian Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010), hlm. 17

¹¹ E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 216

dicapai oleh lembaga pendidikan disertai dengan tindakan atau langkah-langkah khusus untuk mencapai tujuan tersebut sebagai usaha untuk merespon lingkungannya. Diperlukan suatu struktur yang jelas, terarah, serta bagaimana menjalankan tugas dan kewajiban tersebut, sehingga dapat saling memberikan motivasi atau dukungan agar semua bagian ataupun sistem di dalam struktur tersebut mampu menjalankan tugas yang di kerjakan dan dapat selesai tepat pada waktunya.

Sedangkan pengertian dari promosi menurut Tjiptono mengemukakan bahwa “Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan”.¹²

Menurut Sistaningrum dalam bukunya yang berjudul Manajemen Penjualan Produk mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi ”konsumen aktual” maupun ”konsumen potensial” agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Dan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang.¹³

Menurut Asauri mengemukakan bahwa promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang

¹² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), hlm. 219

¹³ Widyantinyas Sistaningrum, *Manajemen Penjualan Produk*, (Jakarta: Kanisius, 2002), hlm. 98

mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut acuan atau bauran promosi (*promotional mix*) yang terdiri dari *advertising*, *personal selling*, promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas (*publicity*).¹⁴

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan lembaga sekolah untuk memperlancar dan melakukan program promosi produk, barang dan jasa dari produsen kepada konsumen sesuai dengan pasar sasaran.

Strategi promosi menurut Moekijat adalah: “Kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli”. Pendapat lain diutarakan oleh Lamb, Hair, McDaniel (2001: 146), strategi promosi adalah: “Rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan”.¹⁵

Dalam penelitian ini membahas tentang strategi promosi. Dari beberapa arti yang telah dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah proses perencanaan dan pelaksanaan kegiatan yang akan dijalankan dengan maksud membujuk konsumen untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran yaitu strategi promosi SMK Ma'arif 9 Kebumen Tahun Pelajaran 2020/2021 untuk mendapatkan peserta didik baru sesuai dengan yang sudah di rencanakan sehingga dapat meningkatkan mutu input.

b. Tujuan Strategi Promosi

Promosi bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat supaya berpartisipasi dalam pembelian. Promosi juga bertujuan untuk

¹⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2010), hlm. 223

¹⁵ Moekijat, *Manajemen pemasaran*, (Bandung : Mandar maju, 2000), hlm. 443

memotivasi masyarakat untuk membeli produk atau jasa sebuah perusahaan serta menjadi sarana untuk membangun hubungan dengan pelanggan.

Tujuan promosi menurut Kotler dan Armstrong yaitu, sebagai berikut:¹⁶

- 1) Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang
- 2) Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan
- 3) Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak
- 4) Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

Rossiter dan Percy (dalam Tjiptono, 2002) mengklasifikasikan tujuan promosi sebagai efek dari komunikasi sebagai berikut:

- 1) Menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan (*category need*)
- 2) Memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada konsumen (*brand awareness*)
- 3) Mendorong pemilihan terhadap suatu produk (*brand attitude*)
- 4) Membujuk pelanggan untuk membeli suatu produk (*brand purchase intention*)
- 5) Mengimbangi kelemahan unsur bauran pemasaran lain (*purchase facilitation*)
- 6) Menanamkan citra produk dan perusahaan (*positioning*)

¹⁶ Philip Kotler dan Armstrong, Garry, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 205

c. Manfaat Promosi

Manfaat promosi menurut Terence A. Shimp (2000) ada lima, yaitu sebagai berikut:

1) Memberikan Informasi (*Informing*)

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

2) Membujuk (*Persuasing*)

Media promosi yang baik akan mampu membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Seringkali promosi berupaya untuk membangun permintaan merek perusahaan yang lebih spesifik.

3) Mengingatkan (*Reminding*)

Promosi menjaga agar merek perusahaan tetap *fresh* dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan, dampak promosi di masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh didemonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen yang belum membeli merek yang tersedia.

4) Menambah Nilai (*Adding Value*)

Terdapat tiga cara mendasar dimana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran mereka yaitu, inovasi, penyempurnaan kualitas, dan mengubah persepsi konsumen. Promosi yang efektif menyebabkan merek

dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

- 5) Mendampingi Upaya-Upaya Lain dari Perusahaan (*Assisting*) Promosi membantu perwakilan penjualan. Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wiraniaga sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan yang prospektif. Upaya, waktu, dan biaya periklanan dapat dihemat karena lebih sedikit waktu yang diperlukan untuk memberi informasi kepada prospek tentang keistimewaan serta keunggulan produk dan jasa.

2. Manajemen Pemasaran Pendidikan

a. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Para ahli mengemukakan pengertian pemasaran secara berbeda-beda dalam penyajian dan penekanannya, namun semuanya mempunyai pengertian yang hampir sama antara satu dengan yang lain. Berikut beberapa definisi mengenai pemasaran yang dimaksud. Menurut *The American Marketing Association* menyebutkan “*Marketing is the planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals*”.¹⁷

Definisi di atas mengandung arti bahwa pemasaran adalah suatu konsep, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Sedangkan menurut *Chartered Institute of Marketing*, menyebutkan bahwa pemasaran adalah “*Management process of anticipating, identifying, and satisfying customer requirements*

¹⁷ Graham J Holey, et al., *Marketing Strategy and Competitive positioning*. (London: Prentice Hall, 2008), hlm.7.

profitably”,¹⁸ tersirat bahwa pemasaran adalah suatu proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi, dan memuaskan keinginan atau kebutuhan pembeli demi meraih laba.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa bernilai dengan pihak lain.

Jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bisa diraba dan terlihat oleh mata yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain. Kotler dalam Ara Hidayat dan Imam Machali mengartikan jasa sebagai “*a service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product*” Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak yang lainnya yang secara prinsip tidak terwujud dan tidak menyebabkan kepindahan kepemilikan.

Menurut Herman Malau Jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran,¹⁹ yaitu sebagai berikut:

1) Tak Terwujud (intangibility)

Jasa tidak dapat diraba karena tidak ada wujudnya, tidak dapat dilihat, dan tidak dapat disimpan. Jasa cenderung berupa kinerja bukan berupa objek sehingga lebih sulit bagi konsumen melakukan penilaian.

¹⁸ P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.1.

¹⁹ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran “Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.59.

2) Beragam Tak Bervariasi

Beragam yaitu jasa tidak dapat distandarisasikan. Jasa mempunyai variasi dalam bentuk, kualitas, dan jenisnya tergantung siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Kualitas jasa tergantung kepada orang yang memberikan pelayanan. Perbedaan pelayanan sangat ditentukan oleh kecakapan, kecepatan, atau kualitas dari masing-masing orang. Keragaman atau variasi pelayanan menjadi karakter dari bisnis jasa.

3) Tidak dapat dipisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi dan penerima. Pada umumnya ketika jasa dihasilkan, pada waktu itu juga jasa itu dikonsumsi oleh konsumen. Berbeda dengan barang dimana barang pada umumnya diproduksi, ditempatkan di gudang, dan dikonsumsi kemudian. Misalnya, untuk menerima pendidikan, seorang guru dan muridnya bertemu di ruang kelas. Kualitas pendidikan mungkin tinggi, tetapi apabila siswa kesulitan berinteraksi dengan gurunya, ketersediaan buku yang tidak memadai, barangkali dia tidak akan puas dengan pendidikan tersebut.

4) Tidak memerlukan tempat penyimpanan

Penyimpanan prouk yang berwujud menjadi masalah yang terasosiasi dengan biaya gudang, tetapi berbeda dengan jasa karena jasa tidak bisa disimpan. Jasa akan hangus dengan waktu.

b. Konsep Pemasaran Pendidikan

Menurut Umam dengan adanya konsep pemasaran maka suatu lembaga pendidikan mengerti apa keinginan dan kebutuhan para konsumen, sehingga suatu lembaga pendidikan dapat memunculkan suatu produk yang diinginkan oleh masyarakat.²⁰

²⁰ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia,

Adapun menurut David Wijaya mendefinisikan tujuan utama pemasaran jasa pendidikan untuk²¹:

- 1) Memenuhi misi sekolah dengan tingkat keberhasilan yang besar
- 2) Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan
- 3) Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan
- 4) Meningkatkan efisiensi pada aktifitas pemasaran jasa pendidikan.

Pada perkembangannya, istilah pemasaran tidak hanya dipakai oleh organisasi atau lembaga profit. Penggunaan istilah marketing saat ini sudah berkembang disegala sektor kegiatan manusia. Kenyataan ini diungkap oleh Morris sebagaimana dikutip oleh Muhaimin, bahwa dewasa ini tidak ada organisasi baik itu bisnis maupun non bisnis yang dapat terlepas dari pemasaran (*marketing*), organisasi tersebut dapat memilih untuk mengerjakannya demi kebaikan organisasi atau meninggalkannya untuk kemundurannya. Sehingga pendidikan pun juga menggunakan istilah pemasaran untuk memasarkan jasa pendidikannya.²² Untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga, maka lembaga pendidikan mengembangkan berbagai upaya strategi yang dikenal strategi bauran pemasaran.

Oleh karena itu, jika lembaga pendidikan mencoba melaksanakan kegiatan marketing yang berorientasi pada konsumen, maka seluruh personel staff, baik guru maupun tenaga administrasi harus menghayati betul apa misi mereka. Pendekatan marketing juga akan menuntut mereka untuk terus

2003), hlm. 35.

²¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm.17

²² Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 54.

berupaya memperbaiki dari dan jasa yang ditawarkannya dalam memberikan pelayanan yang bermutu, sehingga stakeholder akan terus menggunakan jasa yang telah diberikan.

3. Bauran Promosi

a. Pengertian Bauran Promosi

Promosi merupakan alat komunikasi dan bentuk penyampaian pesan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga, dan tempatnya. Ada beberapa cara dalam mendukung jalannya kegiatan promosi, yang disebut dengan *promotional mix*. Stanton dalam bukunya David Wijaya yang berjudul Pemasaran Jasa Pendidikan mendefinisikan bauran promosi (*promotional mix*) merupakan perpaduan strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan pribadi, serta alat promosi lainnya yang seluruhnya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.²³

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *promotion mix* atau bauran promosi merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat, sehingga penyedia jasa pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan jasa pendidikan.

b. Jenis-Jenis Bauran Promosi

Ada empat jenis bauran promosi (*promotional mix*) yang akan dibahas yaitu: periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*).²⁴

²³ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 135.

²⁴ Etta Memang Sangdji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Kumpulan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 18

1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*Advertising*) yaitu bentuk-bentuk komunikasi bukan pribadi yang dilakukan pemasar jasa pendidikan dengan tujuan menginformasikan, mengedukasi, atau membujuk khalayak pasar sasaran jasa pendidikan, antara lain siaran radio (*broadcast*), materi tercetak (*print*), internet, papan reklame (*outdoor advertising*), dan surat langsung (*direct mail*).²⁵ Menurut Drs. Basu Swastha mendefinisikan bahwa periklanan adalah komunikasi non individu, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga, non lembaga, non laba, serta individu-individu.²⁶ *Advertising* memiliki fungsi antara lain:²⁷

- a) Membantu dalam memperkenalkan barang baru dan kepada atau dimana barang itu dapat diperoleh
- b) Membantu dan mempermudah penjualan yang dilakukan oleh para penyalur
- c) Membantu salesman dalam memperkenalkan adanya barang tertentu dan pembuatannya
- d) Memberikan keterangan/ penjualan kepada pembeli atau calon pembeli,
- e) Membantu mereka yang melakukan penjualan,
- f) Membantu ekspansi pasar.

Sedangkan, tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan dari lembaga pendidikan. Tiap-tiap media mempunyai tujuan yang berbeda. Sedikitnya ada empat macam tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi yaitu.²⁸

²⁵ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 137

²⁶ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran Cet. 1*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), hlm. 229

²⁷ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran...*, 230

²⁸ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran...*, 231

2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), yaitu komunikasi langsung atau tatap muka antara penjual jasa pendidikan dan calon pelanggan jasa pendidikan untuk memperkenalkan produk jasa pendidikan ke calon pelanggan jasa pendidikan, serta membentuk pemahaman pelanggan jasa pendidikan tentang produk jasa pendidikan sehingga mereka akan mencoba dan membelinya.²⁹

3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas (*Publicity*) memiliki arti upaya yang dilakukan pemasar jasa pendidikan untuk memicu minat positif terhadap sekolah dan produk jasa pendidikan melalui penyebaran berita baru, melaksanakan konferensi pers, menyelenggarakan peristiwa istimewa, dan mendanai aktivitas yang patut dijadikan berita oleh pihak ketiga sekolah, yang meliputi hubungan pers (*pers conference*) sekolah, peristiwa istimewa (*special event*) sekolah, pameran dan pameran kegiatan (*trade show and exhibitions*) sekolah, dan kegiatan sponsor (*sponsorship*) yang dilakukan sekolah.³⁰

4) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), yaitu bentuk insentif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan jasa pendidikan dan perantara jasa pendidikan untuk merangsang pembelian produk jasa pendidikan seperti pengambilan sampel (*sampling*) produk jasa pendidikan, kupon (*coupon*) produk jasa pendidikan, potongan harga (*discount*) produk jasa pendidikan, tawaran pengembalian tunai (*sign-up rebates*) produk jasa pendidikan, hadiah (*gifts*), dan promosi berhadiah (*prize promotion*).³¹ Jadi, *sales*

²⁹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 138

³⁰ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 137

³¹ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 137

promotion dapat juga diartikan sebagai aktivitas penjualan selain penjualan pribadi, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas *retail* dalam bentuk peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

4. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

a. Pengertian Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional mengartikan bahwa peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu.³² Sedangkan menurut Oemar Hamalik, peserta didik merupakan suatu komponen masukan dalam sistem pendidikan, yang selanjutnya diproses dalam proses pendidikan, sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional.³³

Rekrutmen peserta didik baru disebuah lembaga pendidikan (sekolah) pada hakikatnya merupakan proses pencarian, menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk menjadi peserta didik di lembaga pendidikan (sekolah) yang bersangkutan.³⁴ Sedangkan menurut Rohiat, penerimaan siswa baru merupakan proses pelayanan dan pencatatan siswa dalam penerimaan siswa baru, setelah melalui seleksi masuk siswa baru dengan persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan dan terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan seperti penetapan daya tampung, penetapan persyaratan siswa yang akan di terima, dan pembentukan panitia penerimaan siswa baru.³⁵

³² Direktorat Jendral Pendidikan Islam Departemen Agama RI, *Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah Tentang Pendidikan*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2006), hlm. 5

³³ Tim Dosen UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 205

³⁴ Tim Dosen UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 208

³⁵ Rohiat, *Manajemen Sekolah*, (Bandung: PT Refika Aditma, 2009), hlm. 25

Penerimaan peserta didik baru (PPDB) merupakan proses pendaftaran dan pelayanan kepada siswa yang baru masuk sekolah, setelah mereka memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh sekolah tersebut. Dalam penerimaan peserta didik baru ini kepala sekolah perlu membentuk panitia penerimaan peserta didik baru. Rekrutmen peserta didik di sebuah lembaga pendidikan pada hakikatnya merupakan proses pencarian, menarik peserta didik untuk sekolah di lembaga yang bersangkutan.³⁶

Penerimaan peserta didik baru bukan sekedar menerima peserta didik yang ingin memasuki suatu sekolah, melainkan juga menyeleksi apakah calon-calon peserta didik ini telah memenuhi syarat yang telah ditetapkan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan penerimaan peserta didik baru masalah panitia, persyaratan calon, pendaftaran, tes, seleksi, pengumuman hasil seleksi dan orientasi peserta didik baru.³⁷ Tujuan penerimaan peserta didik baru ini adalah untuk menghasilkan peserta didik yang kompeten sesuai dengan standar kompetensi lulusan.

b. Kriteria Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Dalam sistem penerimaan peserta didik baru terdapat kriteria-kriteria untuk menentukan bisa atau tidaknya seseorang diterima sebagai peserta didik. Kriteria PPDB tersebut terdapat tiga macam yaitu:

- 1) Kriteria Acuan Patokan (*Standard Criterion Referenced*) yaitu suatu penerimaan peserta didik yang didasarkan atas patokan-patokan yang ditentukan sebelumnya.³⁸

Dalam kriteria ini sekolah mengacu pada patokan yang

³⁶ Mohamad Mustari, *Manajemen Pendidikan* (Jakarta; Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 111

³⁷ Muljani A. Nurhadi, *Administrasi Pendidikan di Sekolah*, (Yogyakarta; Andi Offset, 1983), hlm. 147

³⁸ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 46

sudah disepakati dalam rapat penerimaan peserta didik baru yang dilakukan sebelum tahun ajaran baru. Biasanya patokan-patokan ini digunakan untuk mendapatkan peserta didik sesuai dengan harapan sekolah.

- 2) Kriteria Acuan Norma (*Norm Criterion Referenced*) yaitu penerimaan calon peserta didik yang didasarkan atas keseluruhan prestasi calon peserta didik yang mengikuti seleksi.³⁹

Kriteria acuan norma berdasarkan pada seleksi PPDB dalam mendapatkan peserta didik yang mempunyai prestasi. Biasanya dalam hal ini kriteria ini di pakai oleh sekolah-sekolah unggulan yang menggunakan proses seleksi ketat untuk dapat menyaring input-input yang berkualitas.

- 3) Kriteria yang di dasarkan atas daya tampung sekolah, dalam hal ini sekolah terlebih dahulu menentukan berapa jumlah daya tampungnya, atau berapa calon peserta didik baru yang akan diterima.⁴⁰ Kriteria ini didasarkan pada daya tampung dimana disesuaikan kemampuan sekolah untuk menampung calon peserta didik.

Biasanya penentuan daya tampung calon peserta didik dilakukan oleh panitia PPDB dengan melakukan analisa kebutuhan melalui analisa sarana prasarana yang tersedia, analisa guru yang ada dan rasio kelas yang tersedia. Melalui analisis kebutuhan sekolah dapat melihat berapa banyak sekolah dapat menerima peserta didik baru. Dengan melihat daya tampung yang tersedia sekolah dapat memberikan pelayanan sesuai dengan kemampuan sekolah.

c. **Prosedur Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru**

Prosedur penerimaan peserta didik baru adalah membentuk panitia penerimaan peserta didik baru, rapat penentuan PPDB, pembuatan dan pemasangan pengumuman, pendaftaran peserta

³⁹ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 46

⁴⁰ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 46

didik baru, seleksi, penentuan peserta didik yang diterima, pengumuman peserta didik yang diterima dan registrasi peserta didik yang di terima.⁴¹ Penerimaan peserta didik termasuk salah satu aktivitas penting dalam proses belajar mengajar di sekolah, karena penerimaan ini menentukan beberapa kualitas input yang dapat diterima oleh sekolah tersebut. Maka perlu adanya prosedur untuk mengawal pelaksanaan PPDB di sekolah.

Langkah-langkah rekrutmen atau penerimaan peserta didik baru adalah sebagai berikut⁴²:

1) Pembentukan Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru

Kegiatan langkah awal dalam proses penerimaan peserta didik baru yaitu pembentukan panitia PPDB yang dibentuk oleh kepala sekolah dengan susunan sebagai berikut:⁴³

- a) Ketua Umum : Kepala sekolah
- b) Ketua Pelaksana : Waka Urusan Kesiswaan
- c) Sekretaris : Kepala tata usaha atau guru
- d) Bendahara : Bendahara sekolah
- e) Pembantu Umum : Guru

Seksi-seksi:

- a) Seksi Kesekretariatan : Pegawai tata usaha
- b) Seksi Publikasi : Guru
- c) Seksi Pendaftaran : Guru
- d) Seksi Seleksi : Guru
- e) Seksi Pengawasan : Guru

2) Rapat Penerimaan Peserta Didik Baru

Rapat PPDB dilakukan sebelum PPDB dimulai. Biasanya rapat tersebut dipimpin oleh wakil kepala sekolah bidang kesiswaan yang menjabat sebagai ketua pelaksana PPDB.

⁴¹ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 47

⁴² Tim Dosen UPI, *Manajemen Pendidikan...*, hlm. 208-209

⁴³ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 49

Rapat ini membahas tentang gambaran tugas masing-masing panitia dan membicarakan kegiatan dan ketentuan apa saja yang akan dilakukan di kegiatan PPDB. Dalam rapat ini, semua peserta rapat berhak mengeluarkan saran atau masukan sesuai dengan kapasitas mereka sebagai bagian dari PPDB. Hal ini dilakukan agar konsep penerimaan dari tahun ke tahun memiliki peningkatan yang lebih baik. Hasil rapat penerimaan peserta didik baru tersebut, dicatat dalam buku notulen rapat. Adapun hal-hal yang tercantum dalam buku notulen rapat antara lain sebagai berikut.⁴⁴

- a) Tanggal rapat
 - b) Waktu rapat
 - c) Tempat rapat
 - d) Agenda rapat
 - e) Daftar hadir peserta rapat
 - f) Hal-hal yang menjadi keputusan rapat
- 3) Pembuatan dan Pengiriman atau Pemasangan Pengumuman
- Setelah rapat mengenai penerimaan peserta didik baru selesai, selanjutnya seksi pengumuman membuat pengumuman yang berisi hal-hal sebagai berikut:⁴⁵
- a) Gambaran singkat mengenai sekolah
 - b) Persyaratan pendaftaran peserta didik baru meliputi surat keterangan tanda tamat belajar (STTB) atau surat keterangan kepala sekolah yang dinyatakan lulus, berkelakuan baik yang diperoleh dari kepolisian atau kepala sekolah, berbadan sehat atau surat keterangan dari dokter, salinan STTB dengan daftar nilai yang dimiliki, salinan raport peserta didik, membayar uang pendaftaran, melampirkan pasfoto ukuran 4x6, batasan umur (akta kelahiran).

⁴⁴ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 52

⁴⁵ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 54

- c) Cara pendaftaran, dalam melakukan pendaftaran peserta didik baru dapat dilakukan dengan dua cara yaitu kolektif yang dilakukan oleh kepala sekolah dan secara individual yang dilakukan oleh masing-masing calon peserta didik.
 - d) Waktu pendaftaran, dalam kegiatan pendaftaran waktu sangat penting dimana memuat keterangan kapan waktu diselenggarakan pendaftaran dan kapan dilakukan penutupan pendaftaran agar peserta didik dapat mendaftarkan tepat pada waktunya. Waktu pendaftaran ini meliputi hari, tanggal dan juga waktu pelayanan yang diberikan oleh panitia agar calon peserta didik mendapatkan pelayanan yang baik ketika melakukan pendaftaran.
 - e) Tempat pendaftaran, biasanya berada di sekolah atau di tempat yang dapat dijangkau oleh calon peserta didik. Tempat pendaftaran ini merupakan tempat untuk calon peserta didik dapat memperoleh informasi mengenai pendaftaran, formulir, dan hal-hal yang menyangkut pendaftaran.
 - f) Biaya pendaftaran, memuat mengenai informasi berapa yang harus di bayarkan dan juga kepada siapa pembayaran dilakukan dan bagaimana cara pembayaran dilakukan.
 - g) Waktu dan tempat seleksi dilakukan
 - h) Pengumuman hasil seleksi, dimana sekolah melakukan pengumuman hasil seleksi yang dilakukan. Biasanya sekolah memberikan pengumuman melalui pengumuman melalui surat atau di tempat pada mading sekolah.
- 4) Pendaftaran calon Peserta Didik Baru
- Setelah pembuatan dan pemasangan pengumuman tentang PPDB maka langkah selanjutnya adalah pendaftaran calon

peserta didik baru. Dalam hal ini panitia menyiapkan perlengkapan yang harus disediakan pada saat pendaftaran PPDB, seperti loket pendaftaran, loket informasi, dan formulir pendaftaran.⁴⁶

Loket pendaftaran harus dibuka secukupnya agar para calon pendaftar tidak terlalu lama mengantri. Dan hal yang harus disiapkan di loket pendaftaran yaitu seorang petugas yang mengatur antrian calon pendaftar agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan dan mengganggu kenyamanan calon pendaftar. Sedangkan loket informasi disediakan untuk calon peserta didik yang membutuhkan informasi mengenai hal-hal yang belum jelas dalam pengumuman PPDB. Loket ini juga berguna untuk memberi keterangan kepada calon peserta didik baik apabila ada kesulitan saat mengisi formulir pendaftaran maupun kesulitan dalam teknis PPDB lainnya.

Formulir pendaftaran, hendaknya disediakan secukupnya berdasarkan rencana awal dalam rapat penentuan PPDB, karena banyak atau tidaknya formulir yang tersedia dapat mempengaruhi siswa yang akan di terima. Karena semakin banyak formulir itu dikontribusikan maka peluang sekolah untuk mendapatkan siswa yang sesuai dengan keinginan sekolah semakin besar. Setelah formulir di berikan kepada calon siswa maka semua calon siswa mempunyai peluang yang sama untuk mengikuti tes seleksi yang akan menentukan diterima atau tidaknya siswa di sekolah tersebut.

Calon peserta didik harus mengetahui tentang kapan formulir boleh diambil, bagaimana cara pengisian formulir tersebut, dan kapan dikembalikan formulir yang sudah terisi. Apabila formulir pendaftaran membutuhkan penjelasan atau petunjuk dalam mengisi form tersebut maka

⁴⁶ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 57

sekolah harus menerbitkan petunjuk pengisian formulir atau adanya petugas yang memberikan informasi petunjuk pengisian formulir tersebut.

Panitia PPDB harus jelas memberikan batas waktu pengembalian formulir dan juga ada penjelasan mengenai konsekuensi apabila formulir dikembalikan melewati batas waktu yang di tentukan.

5) Seleksi Calon Peserta Didik Baru

Seleksi menurut Mathis dan Jackson adalah proses pemilihan orang-orang yang memiliki kualifikasi yang dibutuhkan untuk mengisi lowongan pekerjaan di sebuah organisasi. Sedangkan menurut M.T.E. Hariandja, seleksi merupakan proses untuk memutuskan pegawai yang tepat dari sekumpulan calon pegawai yang didapat dari sekumpulan calon pegawai yang didapat melalui proses perekrutan baik internal maupun eksternal.⁴⁷

Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwasanya seleksi adalah suatu kegiatan penyaringan atau pemilihan calon peserta didik melalui beberapa kriteria yang sudah ditetapkan agar peserta didik yang masuk mempunyai potensi yang diperlukan oleh lembaga pendidikan tersebut.

Seleksi dalam bidang pendidikan merupakan kegiatan pemilihan calon peserta didik untuk mrnjadi peserta didik di lembaga pendidikan sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan.⁴⁸ Dengan adanya seleksi sekolah dapat menerima peserta didik sesuai dengan daya tampung sekolah. Seleksi yang di lakukan selain nilai ujian nasional atau NEM, maka seleksi dengan menggunakan tes akademik maupun tes administrasi.

⁴⁷ Akhmad Subekhi dan Mohammad Jauhar, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2012), hlm. 140

⁴⁸ Tim Dosen UPI, *Manajemen Pendidikan...*, hlm. 209

Apabila sekolah mengadakan seleksi perlu adanya petugas maupun pegawai yang mengawasi jalannya proses seleksi yang berlangsung, untuk lancarnya proses seleksi maka perlu adanya pengaturan pengawas maupun peserta tes agar pengawas dapat mengerjakan tugasnya sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan. Untuk itu perlu adanya tata tertib pengawas dalam pelaksanaan tes yaitu:

- a) Datang satu setengah jam sebelum pelaksanaan tes di mulai, agar adanya persiapan sebelum tes dimulai
- b) Menandatangani daftar hadir pengawas di sekretariat lokasi tes
- c) Menerima naskah soal tes dan lembar jawabannya, daftar absensi peserta, album foto peserta dan berita acara pelaksanaan tes
- d) Memakai tanda pengawas yang disediakan oleh panitia di saku baju kiri
- e) Datang di ruang pengawasan setengah jam sebelum tes dimulai
- f) Mempersilakan calon peserta didik masuk ruangan dengan menunjukkan kartu peserta tes
- g) Pengawas memberi tahu kepada peserta tes, bahwa hanya diperbolehkan membawa alat-alat tulis saja
- h) Memeriksa letak tempat duduk peserta tes, apakah sesuai atau tidak dengan nomor yang tertempel pada kursi
- i) Membacakan tata tertib peserta didik dengan jelas
- j) Membagikan soal dan lembar jawaban kepada peserta didik serta memberikan aba-aba ketika tes sudah dapat di mulai
- k) Mengedarkan absensi ketika peserta tes mengerjakan soal-soal tes
- l) Membuat atau mengisi berita acara

- m) Mengingatkan waktu penyelesaian ketika waktu kurang 10 menit, pengawas juga mengingatkan peserta untuk mengecek kembali identitas atau jawaban telah di isi dengan lengkap atau belum
- n) Ketika waktu tes sudah selesai, maka pengawas mengambil lembar jawaban secara urut dan memberikan aba-aba bahwa peserta boleh meninggalkan ruangan tes. Kemudian memberikan lembar tes kepada seksi pengawas atau panitia PPDB.

Tidak hanya pengawas saja yang mempunyai tata tertib, tetapi peserta tes juga memiliki tata tertib yang harus ditaati, agar mereka dapat mengikuti seleksi dengan baik, tenang, tertib dan nyaman dalam mengerjakan tes seleksinya. Adapun tata tertibnya ,yaitu.⁴⁹

- a) Sehari sebelum pelaksanaan ujian, peserta didik harus mengetahui ruangan dan tempat tes.
- b) Peserta didik sudah berada di lokasi ujian lima belas menit sebelum tes di mulai
- c) Peserta tidak boleh masuk ruangan sebelum mendapatkan aba-aba dari pengawas
- d) Peserta dapat berpakaian bebas asalkan rapi dan sopan
- e) Saat memasuki ruangan harus menunjukkan kartu peserta
- f) Tidak diperbolehkan membuka soal sebelum diberikan aba-aba dan pada saat berlangsungnya tes tidak diperbolehkan keluar ruang tanpa izin pengawas
- g) Tidak di perbolehkan meminjam alat tulis teman
- h) Peserta harus mengerjakan sendiri soal-soal tes tanpa berbuat curang atau menoleh, melirik dan membantu peserta lainnya

⁴⁹ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 61

- i) Peserta tidak boleh meninggalkan ruangan sebelum diperbolehkan oleh pengawas serta waktu pengerjaan harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - j) Pelanggaran atas tata tertib berakibat tidak diikuti sertakannya peserta dalam seleksi perta didik.
- 6) Rapat Penentuan Peserta Didik yang Diterima

Rapat penentuan ini dilakukan setelah proses seleksi yang sudah berlangsung. Penentuan tersebut harus didasarkan pada proses seleksi yang digunakan, misalnya sistem penerimaannya yang berdasarkan DANEM, maka ketentuan siswa yang diterima harus berdasarkan atas ranking DANEM yang dibuat, sedangkan sekolah yang menggunakan sistem PMDK, ketentuan penerimaannya didasarkan atas hasil ranking nilai raport peserta. Dan sistem penerimaan menggunakan system tes maka penentuannya berdasarkan hasil tes.⁵⁰

Penentuan penerimaan peserta didik ini disesuaikan dengan daya tampung sekolah tersebut, karena daya tampung dalam menerima peserta didik harus disesuaikan dengan layanan yang diberikan sekolah berupa guru yang ada, fasilitas yang sesuai dengan pemakai atau peserta didik yang diterima dan jumlah siswa yang sudah ditetapkan di dalam kelas. Penentuan daya tampung perlu dilakukan supaya sekolah dapat menerima peserta didik sesuai dengan daya tampung sekolah atau kemampuan sekolah dalam menerima peserta didik baru. Dalam penentuan ini biasanya dilakukan analisis kebutuhan yang diperhitungkan sesuai dengan jumlah guru, bangku atau meja perkelas baru serta fasilitas yang tersedia. Analisis ini dilakukan untuk memberikan layanan prima kepada setiap peserta didik. Setelah rapat dilakukan maka selanjutnya menentukan

⁵⁰ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 65

peserta didik yang diterima melalui 3 macam yaitu peserta didik yang lulus tes atau yang diterima, peserta didik yang masuk dalam bangku cadangan dan peserta didik yang tidak lulus atau tidak diterima oleh sekolah.

7) Pengumuman

Kegiatan setelah rapat penentuan peserta didik maka dilakukan pengumuman hasil seleksi yang dilakukan dengan pengumuman. Supaya calon peserta didik dapat mengetahui mereka masuk dalam kategori peserta didik yang diterima, dicadangkan atau yang tidak diterima. Dalam pengumuman terdapat dua macam jenis pengumuman yaitu pengumuman terbuka dan pengumuman tertutup.⁵¹ Pengumuman terbuka dimana pengumuman itu dilakukan secara transparan atau pengumuman melalui majalh dinding sekolah berisi hasil seleksi dan keterangan peserta didik yang diterima atau tidak sesuai dengan nomor ujian seleksi yang dapat dilihat oleh khalayak ramai atau semua orang. Sedangkan pengumuman tertutup merupakan pengumuman melalui surat yang dikirim kepada semua peserta seleksi, pengumuman ini berisi penerimaan atau tidaknya peserta didik tersebut.

8) Pendaftaran Ulang

Setelah memberikan pengumuman kepada para pendaftar maka kegiatan selanjutnya kegiatan daftar ulang yang dilakukan oleh peserta didik yang sudah dinyatakan lulus oleh panitia PPDB. Biasanya sekolah memberikan informasi mengenai syarat yang harus dilengkapi oleh calon peserta didik yang sudah diterima dan batas waktu penyerahan. Apabila peserta didik melewati waktu pendaftaran ulang yang sudah ditentukan maka peserta didik tersebut dianggap gugur atau mengundurkan diri.

⁵¹ Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 66.

Dengan demikian pihak sekolah memberikan panggilan atau informasi kepada peserta didik cadangan untuk mendaftarkan kembali supaya dapat diterima oleh sekolah tersebut. Pemberitahuan biasanya dilakukan panitia setelah melihat kuota peserta didik yang sudah melakukan daftar ulang atau menggugurkan dirinya. Apabila masih ada kuota yang kosong maka dapat diisi oleh peserta didik cadangan.

Pemanggilan peserta cadangan biasanya dilakukan berdasarkan ranking nilai ketika penentuan penerimaan peserta didik yang diterima dan yang menjadi cadangan. Dalam hal ini peserta cadangan juga harus memenuhi persyaratan baik dalam kelengkapan dokumen yang harus diserahkan sesuai waktu yang sudah ditentukan pihak sekolah atau panitia.

Daftar ulang yang dilakukan peserta didik kemudian diproses dalam buku induk sekolah. Buku induk ini memuat data-data peserta didik yang masuk di sekolah tersebut. Buku ini sangat penting untuk dapat mengetahui data yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran di sekolah.⁵²

Dari langkah-langkah penerimaan peserta didik di atas merupakan kegiatan yang saling bersinambungan dan juga saling integrasi seperti sebuah sistem yang tidak dapat di lupakan salah satu dari mereka, sehingga dapat menentukan dan menerima peserta didik sesuai dengan kebutuhan atau keinginan sekolah. Pengelolaan PPDB ini harus dilakukan dengan rencana yang matang serta jadwal yang tetap, sehingga kegiatan belajar mengajar dapat dimulai di hari pertama setiap tahun ajaran baru.

d. Kendala dalam Penerimaan Peserta Didik Baru

Dalam kegiatan yang terlaksana pasti terdapat masalah yang

⁵² Ali Imron, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah...*, hlm. 68

dapat menghambat jalannya proses penerimaan. Ada beberapa masalah yang terjadi yaitu:⁵³

- 1) Adanya peserta didik dengan hasil tesnya, jumlah dan nemnya serta kecakapannya sama dan mereka sama berada pada batas bawah penerimaan. Dalam hal ini sekolah berhadapan dengan peserta didik yang kemampuannya sama tetapi harus memilih satu atau beberapa dari mereka untuk masuk di sekolah tersebut. Hal ini mempersulit sekolah untuk menentukannya dengan adil.
- 2) Adanya calon peserta didik dari segi kemampuannya masih kalah dibandingkan dengan yang lainnya sementara yang bersangkutan mempunyai kekuasaan yang tinggi di daerah tersebut. Ini merupakan masalah yang sering terjadi di sekolah-sekolah yang menjurus pada sikap *nepotisme* karena kekuasaan orangtua, sekolah harus meluluskan peserta didik yang sebenarnya tidak memenuhi standar ditetapkan. Hal ini akan menyebabkan diskriminasi dalam penerimaan peserta didik, maka perlu adanya ketegasan sekolah untuk tidak melihat kekuasaan, rasa atau hal lain yang menyebabkan diskriminasi.
- 3) Terbatasnya daya tampung sarana prasarana sekolah. Sarana dan prasarana sekolah merupakan salah satu hal yang harus dipertimbangkan untuk menentukan daya tampung sekolah dalam penerimaan peserta didik baru. Karena dengan adanya pertimbangan sarana dan prasarana maka sekolah bisa menerima sesuai kapasitas sekolah. Pada kenyataan banyak sekolah yang mengabaikan pertimbangan sarana dan prasarana yang akan mengakibatkan kenyamanan dan pelayanan siswa yang berujung pada keterampilan serta mutu lulusan sekolah tersebut.

⁵³ Eka Prihatin, *Manajemen Peserta Didik*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 66

5. Pengembangan Mutu Input

a. Pengertian Mutu Input

Secara umum mutu adalah gambaran dan karakteristik menyeluruh dari bidang atau jasa yang menunjukkan dalam kemampuan memuaskan kebutuhan yang diharapkan atau tersirat. Dalam konteks pendidikan, mutu mencakup input, proses dan output pendidikan.⁵⁴

Mutu dalam konteks pendidikan, berkaitan dengan upaya memberikan pelayanan yang paripurna, dan memuaskan bagi para pemakai jasa pendidikan. Dalam sistem penyelenggaraan pendidikan, aspek mutu (*quality*) juga akan selalu berkaitan erat dengan bagaimana input peserta didik, sampai bagaimana output lulusan yang dihasilkan.⁵⁵ Dalam bidang pendidikan, mutu berkenaan dengan program dan hasil pendidikan yang dapat memenuhi harapan sesuai dengan tingkat dan perkembangan masyarakat dan dunia kerja.

b. Karakteristik Mutu Pendidikan

Mutu pendidikan diukur secara universal baik dari segi *input*, proses, *output* maupun *outcome*. Aada 13 karakteristik yang dinilai dalam hal mutu pendidikan yaitu :⁵⁶

- 1) Kinerja (*performan*)
- 2) Waktu wajar (*timelines*)
- 3) Handal (*reliability*)
- 4) Data tahan (*durability*)
- 5) Indah (*aesteties*)
- 6) Hubungan manusiawi (*personal interface*)

⁵⁴ Depdiknas, *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah* (Jakarta, 2001), hlm. 24

⁵⁵ Bedjo Sujanto, *Guru Indonesia dan Perubahan Kurikulum : Mengorek Kegelisahan Guru* (Jakarta: Sagung Seto, 2007), hlm. 116

⁵⁶ Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktek Dan Riset Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 411

- 7) Mudah penggunaannya (*easy of use*)
- 8) Bentuk khusus (*feature*)
- 9) Standar tertentu (*comformence to specification*)
- 10) Konsistensi (*concistency*)
- 11) Seragam (*uniformity*)
- 12) Mampu melayani (*serviceability*)
- 13) Ketepatan (*acuracy*)

Kinerja (*performan*) berkaitan dengan aspek fungsional sekolah yang terdiri dari kinerja guru dalam mengajar. “Guru merupakan salah satu pelaku dalam kegiatan sekolah. Oleh karena itu ia dituntut untuk mengenal tempat bekerjanya itu. Guru perlu memahami faktor-faktor yang langsung dan tidak langsung menunjang proses belajar mengajar”⁵⁷. Waktu wajar (*timelines*) yaitu sesuai dengan waktu yang wajar meliputi memulai dan mengakhiri pelajaran tepat waktu, waktu ulangan tepat. Handal (*reliability*) yaitu usia pelayanan bertahan lama. Meliputi pelayanan prima yang diberikan sekolah menjadi prinsip agar pihak yang dilayani merasa senang dan puas atas layanan yang diberikan sehingga menjadi pelanggan yang baik dan setia.

Daya tahan (*durability*) yaitu tahan banting, misalnya meskipun krisis moneter, sekolah masih tetap bertahan. Indah (*aesteties*) misalnya eksterior dan interior sekolah ditata menarik, guru membuat media-media pendidikan yang menarik. Hubungan manusiawi (*personal interface*) yaitu menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan profesionalisme. Hal ini bisa dicapai apabila terjalin komunikasi yang sehat. “Dari komunikasi itu bisa diperoleh suasana yang akrab dan harmonis, bahkan bisa mendamaikan dua pihak yang bertikai”⁵⁸. Mudah penggunaannya

⁵⁷ Soetjipto, Rafli Kosasi, *Profesi Guru*, (Jakarta : renika Cipta, 2000), Cet. Ke-1, hlm.146

⁵⁸ Soetjipto, Rafli Kosasi, *Profesi Guru...*, hlm. 251.

(*easy of use*) yaitu sarana dan prasarana dipakai. Misalnya aturan-aturan sekolah mudah diterapkan, bukubuku perpustakaan mudah dipinjam dikembalikan tepat waktu.

Bentuk khusus (*feature*) yaitu keunggulan tertentu misalnya sekolah unggul dalam hal penguasaan teknologi informasi (komputerisasi). “Persyaratan pertama bagi kepemimpinan pengajaran adalah guru hendaknya memiliki visi mengenai unggulan dalam mengajar”⁵⁹. Standar tertentu (*comformence to specification*) yaitu memenuhi standar tertentu. Misalnya sekolah telah memenuhi standar pelayanan minimal. Konsistensi (*concistency*) yaitu keajegan, konstan dan stabil, misalnya mutu sekolah tidak menurun dari dulu hingga sekarang, warga sekolah konsisten dengan perkataanya. Seragam (*uniformity*) yaitu tanpa variasi, tidak tercampur. Misalnya sekolah melaksanakan aturan, tidak pandang bulu, seragam berpakaian. Mampu melayani (*serviceability*) yaitu mampu memberikan pelayanan prima. Misalnya sekolah menyediakan kotak saran dan saransaran yang masuk mampu dipenuhi dengan baik sehingga pelanggan merasa puas. Ketepatan (*acuracy*) yaitu ketepatan dalam pelayanan sesuai dengan yang diinginkan pelanggan sekolah.

c. Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan

Untuk meningkatkan mutu madrasah menurut Sudarwan Danim melibatkan lima faktor yang dominan : (1) Kepemimpinan Kepala sekolah; (2) Siswa/ anak sebagai pusat; (3) Pelibatan guru secara maksimal; (4) Kurikulum yang dinamis; (5) Jaringan Kerjasama”⁶⁰. Kepala sekolah harus memiliki dan memahami visi kerja secara jelas, mampu dan mau bekerja keras, mempunyai dorongan kerja yang tinggi, tekun dan tabah dalam bekerja, memberikan layanan yang optimal, dan disiplin kerja yang

⁵⁹ Cyril Poster, *Gerakan Menciptakan Sekolah Unggulan*, (Jakarta : Lembaga Indonesia Adidaya, 2000), Cet. Ke-1, h. 101

⁶⁰ Sudarwan Danim, *Visi Baru Manajemen Sekolah*, (Jakarta : Bumi Aksar, 2007), h. 56

kuat. Pendekatan yang harus dilakukan adalah “anak sebagai pusat “ sehingga kompetensi dan kemampuan siswa dapat digali sehingga sekolah dapat menginventarisir kekuatan yang ada pada siswa .

Jaringan kerjasama tidak hanya terbatas pada lingkungan sekolah dan masyarakat semata (orang tua dan masyarakat) tetapi dengan organisasi lain, seperti perusahaan / instansi sehingga output dari sekolah dapat terserap didalam dunia kerja Peningkatan mutu pendidikan harus mengambil langkah sebagai berikut:

- 1) Pemerintah menanggung biaya minimum pendidikan yang diperlukan anak usia sekolah baik negeri maupun swasta yang diberikan secara individual kepada siswa.
- 2) Optimalisasi sumber daya pendidikan yang sudah tersedia, antara lain melalui *double shift* (contoh pemberdayaan SMP terbuka dan kelas jauh)
- 3) Memberdayakan sekolah-sekolah swasta melalui bantuan dan subsidi dalam rangka peningkatan mutu pembelajaran siswa dan optimalisasi daya tampung yang tersedia.
- 4) Melanjutkan pembangunan Unit Sekolah Baru (USB) dan Ruang Kelas Baru (RKB) bagi daerah-daerah yang membutuhkan dengan memperhatikan peta pendidikan di tiap-tiap daerah sehingga tidak mengganggu keberadaan sekolah swasta.
- 5) Memberikan perhatian khusus bagi anak usia sekolah dari keluarga miskin, masyarakat terpencil, masyarakat terisolasi, dan daerah kumuh.
- 6) Meningkatkan partisipasi anggota masyarakat dan pemerintah daerah untuk ikut serta menangani penuntasan wajib belajar pendidikan dasar 9 tahun.⁶¹

⁶¹ Indra Djati Sidi, *Menuju Masyarakat Belajar*, (Jakarta : Logos, 2003), h. 73

Sedangkan peningkatan mutu sekolah secara umum dapat diambil suatu strategi dengan membangun akuntabilitas pendidikan dengan pola kepemimpinan, seperti kepemimpinan sekolah Kaizen yang menyarankan :⁶²

- 1) Untuk memperkuat tim-tim sebagai bahan pembangun yang fundamental dalam struktur perusahaan
- 2) Menggabungkan aspek–aspek positif individual dengan berbagai manfaat dari konsumen
- 3) Berfokus pada detail dalam mengimplementasikan gambaran besar tentang perusahaan
- 4) Menerima tanggung jawab pribadi untuk selalu mengidentifikasi akar penyebab masalah
- 5) Membangun hubungan antar pribadi yang kuat
- 6) Menjaga agar pemikiran tetap terbuka terhadap kritik dan nasihat yang konstruktif
- 7) Memelihara sikap yang progresif, berpandangan ke masa depan
- 8) Bangga dan menghargai prestasi kerja
- 9) Bersedia menerima tanggung jawab dan mengikuti pelatihan.

Menurut Lewis peningkatan mutu organisasi apapun didukung oleh empat kekuatan pendorong, atau pilar, yang menggerakkan organisasi menuju penerapan pelayanan mutu. *Total Quality Management in any organization is supported by four driving forces, or pillars, that move the organization toward the full application of quality service. The four pillars of the House of Quality are customer service, continuous improvement, processes and facts, and respect for people. All are distinct, but equal in potential strength. All four must be addressed; minimizing one weakens the others. By not addressing one, the entire house of Quality will fall.*⁶³

⁶² Sudarwan Danim, *Visi Baru Manajemen Sekolah...*, hlm. 225.

⁶³ Ralph G. Lewis, Douglas H. Smith, *Total Quality in Higher Education*, (Florida: St. Lucie Press, 1994), h. 91

Empat pilar mutu yang dimaksud yaitu (1) Layanan pelanggan, (2) Perbaikan terus-menerus, (3) Proses dan fakta-fakta, (4) Menghormati orang. Setiap lembaga pendidikan masalahnya berbeda tetapi inti permasalahannya sama. Keempat pilar harus ditangani dengan baik dalam rangka meminimalkan kesalahan. Salah satu pilar tidak dijalankan dengan baik dapat meruntuhkan mutu pendidikan secara keseluruhan.

d. Penjamin Mutu Pendidikan

“Penjaminan mutu pendidikan merupakan suatu konsep dalam manajemen mutu pendidikan”⁶⁴. Madrasah yang dikelola dengan manajemen mutu pendidikan harus memberi jaminan bahwa pelayanan pendidikan yang diberikan dapat memenuhi bahkan melampaui harapan para pelanggan baik pelanggan internal maupun eksternal. Pelanggan internal yaitu guru dan karyawan. Pelanggan eksternal terdiri dari pelanggan eksternal primer (peserta didik), pelanggan eksternal sekunder (orang tua, masyarakat, pemerintah), dan pelanggan eksternal tersier (pemakai lulusan). “Orang tua puas dengan layanan terhadap anaknya maupun layanan kepada orang tua”.

Sistem penjaminan mutu pendidikan sangat penting dilakukan agar madrasah benar-benar mengelola pendidikan yang bermutu, sehingga menjadi madrasah yang diidolakan masyarakat. “Bila tidak ada penjaminan mutu berdasarkan pagu yang baku ini akan dapat menimbulkan disparitas mutu pendidikan lintas sekolah dan lintas daerah”⁶⁵. Demikian pula konsep mutu perlu dibakukan agar terdapat persepsi yang sama. “Lembaga pendidikan dikatakan bermutu jika input, proses, dan hasilnya dapat memenuhi persyaratan yang dituntut oleh pengguna jasa pendidikan”

⁶⁴ R. Ibrahim, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*, (Jakarta : Imtima, 2007), h. 341

⁶⁵ R. Ibrahim, *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan...*, hlm. 341.

B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan

Untuk mendukung penelaahan yang lebih komprehensif, maka penulis melakukan kajian awal karya-karya yang mempunyai relevansi terhadap topik yang akan diteliti, yaitu antara lain sebagai berikut:

1. A.Ubaidillah (2017) *Rekrutmen Peserta Didik dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan (Studi Multisitus di MAN 1 Malang dan SMA Negeri 3 Malang)*. Tesis. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.⁶⁶ Penelitian yang dilakukan oleh saudara A. Ubaidillah ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu, untuk menggambarkan, memaparkan, dan mengungkapkan hasil penelitian mengenai rekrutmen peserta didik, dengan jenis penelitian multisitus. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi seleksi penerimaan peserta didik dalam menyaring calon peserta didik yang berkualitas terdapat empat macam, yaitu menggunakan strategi presentasi, menggunakan seleksi yang ketat dan terintegrasi, membuka dua jalur pendaftaran, dan menggunakan strategi pencitraan. Proses penerimaan peserta didik baru secara keseluruhan terdiri dari pembentukan kepanitiaan, mengadakan rapat koordinasi pada seluruh panitia, mengadakan sosialisasi PPDB, pendaftaran peserta didik baru, melakukan seleksi peserta didik baru, penentuan peserta didik yang diterima, pengumuman hasil seleksi, dan daftar ulang. Sedangkan implikasi pelaksanaan seleksi penerimaan peserta didik baru untuk peningkatan mutu lembaga pendidikan, antara lain: mempermudah dalam menentukan minat dan bakat peserta didik, mempermudah dalam pengembangan potensi peserta didik, dan mempermudah pelaksanaan proses.

⁶⁶ A. Ubaidillah, *Rekrutmen Peserta Didik dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan (Studi Multisitus di MAN 1 Malang dan SMA Negeri 3 Malang)*. Tesis, (Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, (2017)

2. Fathur Rohman (2015) *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan di Pondok Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Manggis Mojosongo Boyolali)*. Tesis. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.⁶⁷ Penelitian yang dilakukan oleh saudara Fathur Rohman adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif. Sedangkan pendekatan yang digunakan ialah pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan memberikan makna terhadap data yang berhasil dikumpulkan dan dari makna itu ditarik kesimpulan dengan memaparkan secara deskriptif. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan mengadakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dalam waktu dan melalui metode yang berbeda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi promosi yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Manggis sudah mengikuti langkah-langkah promosi, mulai dari identifikasi audien sasaran, menentukan tujuan, merancang pesan, pelaksanaan promosi, hingga evaluasi hasil. Promosi yang dilakukan antara lain dengan presentasi profil pesantren ke beberapa sekolah sasaran, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, dan promosi melalui even atau kegiatan-kegiatan seperti mengadakan olahraga dan perayaan hari besar keagamaan. Adapun media promosi yang paling efektif menggunakan brosur. Keberhasilan strategi promosi bisa dilihat dari semakin bertambahnya santri dalam setiap tahunnya, dan semakin antusiasnya masyarakat dalam berpartisipasi aktif pada setiap kegiatan di pesantren baik membantu secara fisik maupun non fisik. Berikut indikator keberhasilan diantaranya,

⁶⁷ Fathur Rohman, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan di Pondok Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Manggis Mojosongo Boyolali)*. Tesis. (Yogyakarta: Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2015).

Pondok Pesantren Manggis mampu menjaga kepercayaan orang tua santri terutama dalam aspek keuangan. Selain itu, Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an juga mempunyai pengelolaan komunikasi yang baik kepada orang tua santri, serta pandai mengatur penyelenggaraan aspek akademis dan nonakademis selama satu tahun ajaran.

3. Jurnal Pitria Utami dan Arief Sudrajat (2015), yang berjudul "Praktek Sosial Peserta Didik dalam Memasuki SMA Negeri 1 Kedungwaru di Kabupaten Tulungagung" dengan fokus masalah bagaimana praktek sosial peserta didik dalam memasuki SMA Negeri 1 Kedungwaru yang memiliki predikat sebagai sekolah berlabel favorit? Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan strukturalis genetis Pierre Bourdieu dengan menggunakan konsep teori (Habitus x Modal)+Ranah = Praktek.⁶⁸
4. Tesis Muhammad Halim Kusuma (2016), dalam penelitiannya yang berjudul "*Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten*" yang memfokuskan pada (1) Perencanaan strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru, (2) Pelaksanaan target perolehan peserta didik baru, dan (3) Keunggulan strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru yang digunakan SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten. Menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan disaing penelitian etnografi.⁶⁹

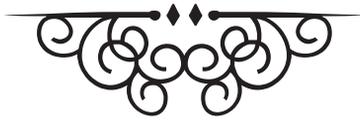
Tesis dan jurnal di atas membahas tentang pembahasan pemasaran pendidikan dan rekrutmen. Namun penelitan tersebut juga mempunyai perbedaan dilihat dari pembahasannya tentang apa yang diteliti dan aspek langkah-langkah yang dilakukan dalam

⁶⁸ Pitria Utami dan Arief Sudrajat, *Praktek Sosial Pseserta Didik dalam Memasuki SMA Negeri 1 Kedungwaru di Kabupaten Tulungagung*, *Jurnal Paradigma*. Volume 3 Nomor 1 Tahun 2015.

⁶⁹ Muhammad Halim Kusuma, *Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten*, Tesis, (Surakarta: Pascasarjana Administrasi Pendidikan, 2016), hlm.3

pemasaran pendidikan. Tesis pertama lebih menekankan pada strategi pemasaran dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan, dengan strategi langsung dan strategi tidak langsung. Strategi langsung yaitu promosi menyebarkan brosur, kalender, pamflet, memasang baliho, spanduk, media cetak dan media televisi. Promosi tidak langsung dengan mengadakan beberapa even seperti gebyar maulid, gebyar muharram, wisuda, mengikuti even lomba baik tingkat daerah provinsi, maupun internasional.

Sedangkan pada penelitian ini, peneliti mengangkat judul Strategi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen Tahun Pelajaran 2020/2021. Penelitian ini akan menggali tentang bagaimana *advertising, personal selling, publicity, dan sales promotion* PPDB, serta pelayanan sekolah yang diterapkan SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam penerimaan peserta didik baru selama masa *Covid-19*.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian Kualitatif adalah suatu pendekatan yang juga disebut pendekatan investigasi karena biasanya peneliti mengumpulkan data dengan cara bertatap muka langsung dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian.⁷⁰ Selain itu, pendapat Sugiyono dalam bukunya M. Djamal mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif yaitu penelitian yang objeknya bersifat ilmiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data secara induktif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna.⁷¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif yaitu menggambarkan, memaparkan dan mengungkapkan hasil penelitian terkait strategi promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen tahun pelajaran 2020/2021 sehingga penelitian dapat tergambar secara jelas. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut atau perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang

⁷⁰ Syamsuddin dan Vismania, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 74

⁷¹ M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hlm. 9-10

diajak wawancara, diobservasi, diminta memberikan data, pendapat, pemikiran, dan persepsinya.⁷²

Penelitian deskriptif tidak menggunakan dan melakukan pengujian hipotesis, yang juga berarti tidak membangun dan mengembangkan teori. Akan tetapi biasa digunakan untuk mencari informasi dalam mengambil keputusan atau memperoleh suatu kesimpulan. Data deskriptif ini pada umumnya dikumpulkan melalui suatu survey angket, wawancara, atau observasi.⁷³ Akan tetapi dalam penelitian ini data deskriptif di kumpulkan melalui wawancara, observasi dan juga studi dokumentasi.

B. Tempat dan Waktu

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMK Ma'arif 9 Kebumen yang beralamat di Jalan Raya Klirong, Desa Klegenwonosari Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. Salah satu alasan yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian ini karena penulis merasa tertarik dengan lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan LP Ma'arif tersebut. SMK Ma'arif 9 Kebumen merupakan salah satu sekolah kejuruan di Kabupaten Kebumen yang perkembangannya sangat pesat. Sekolah yang baru didirikan sejak tahun 2003, kini bangunan gedungnya sudah sangat megah, fasilitas sarana dan prasarana pembelajarannya memadai, dan yang paling menarik sekolah tersebut sangat diminati oleh masyarakat khususnya calon peserta didik baru. Terbukti dari tahun-ketahun jumlah peserta didik yang mendaftar di SMK Ma'arif 9 Kebumen terus meningkat.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang penulis gunakan untuk melaksanakan penelitian adalah dua bulan, dimulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2021.

⁷² Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, cet kesepuluh, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 94.

⁷³ Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 7

C. Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan sumber lain dalam penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai data penelitian. Dalam penelitian ini informan penelitian yang digunakan oleh penulis, antara lain yaitu:

1. Kepala Sekolah

Kepala sekolah sebagai sumber informasi terkait kondisi terkini SMK Ma'arif 9 Kebumen dan informasi mengenai strategi promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen secara umum.

2. Waka Humas

Waka Humas sebagai sumber informasi data pokok mengenai strategi promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Bersama Waka Humas penulis mencari informasi lebih lanjut terkait berbagai langkah dan strategi yang dilakukan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam merekrut calon peserta didik baru melalui berbagai macam promosi. Pada tahun pelajaran 2020/2021 Indonesia sedang dilanda pandemi *covid-19* yang mana juga berdampak pada pelaksanaan penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen, disini penulis menggali info lebih dalam terkait langkah jitu yang dilakukan SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam menarik minat konsumen pendidikan supaya mereka berminat dan mendaftar untuk melanjutkan belajar di SMK Ma'arif 9 Kebumen.

3. Panitia PPDB

Panitia PPDB disini sebagai sumber informasi terkait pelaksanaan penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen baik secara *online* maupun secara manual yang mana peserta didik secara langsung datang ke SMK Ma'arif 9 Kebumen dengan membawa berbagai persyaratan yang sudah ditentukan oleh panitia PPDB di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Untuk tahun pelajaran 2020/2021 80% pelaksanaan PPDB dilaksanakan secara *online*

karena dampak dari pandemi *covid-19*.

4. Wali Murid Peserta Didik

Wali murid peserta didik sebagai sumber informasi lebih jauh terkait alasan memilih SMK Ma'arif 9 sebagai pilihan sekolah lanjutan untuk . Padahal di luar sana masih banyak sekolah-sekolah lanjutan yang bahkan statusnya Negeri yang sudah lebih dijamin oleh pemerintah.

5. Calon Peserta Didik Baru

Calon peserta didik baru merupakan sumber informasi yang memberikan alasan mengapa mereka lebih memilih SMK Ma'arif 9 Kebumen dibanding sekolah-sekolah lainnya.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah pencatatan peristiwa-peristiwa atau keterangan-keterangan atau seluruh elemen populasi yang akan menunjang atau mendukung penelitian. Untuk memperoleh data yang akurat maka dilakukan teknik untuk mengumpulkan data, sehingga data yang diperoleh berfungsi sebagai data valid dan obyektif, jadi tidak menyimpang dari bahasan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi (pengamatan), *interview* (wawancara), dan dokumentasi⁷⁴, sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.⁷⁵ Dalam penelitian ini metode observasi yang dilakukan menggunakan model observasi terus terang yaitu melakukan pengumpulan data dengan menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 156

⁷⁵ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan...*, hlm. 220

peneliti sedang melakukan penelitian.⁷⁶ Observasi ini dilakukan dengan cara penulis datang ke SMK Ma'arif 9 Kebumen. Selain itu, penulis juga melakukan pencatatan terkait strategi promosi penerimaan peserta didik yang dilakukan SMK Ma'arif 9 Kebumen untuk dilaporkan dalam tesis ini. Data yang peneliti gali adalah data-data yang dimiliki SMK Ma'arif 9 Kebumen seperti dokumen sekolah, profil sekolah, data penerimaan siswa baru dalam bentuk foto maupun tulisan dan sebagainya yang berkaitan dengan strategi promosi PPDB. Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berupa *item-item* tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi.⁷⁷ Dalam penelitian ini, selama melakukan observasi penulis juga menggunakan pedoman observasi baik pedoman observasi untuk kepala sekolah, waka humas, panitia PPDB, orang tua peserta didik, dan calon peserta didik baru. Pedoman observasi untuk kepala sekolah berisi tentang gambaran umum SMK Ma'arif 9 Kebumen dan kondisi sekolah pada saat ini. Pedoman observasi untuk waka humas berisi tentang bagaimana strategi promosi PPDB yang dilakukan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam rangka merekrut calon peserta didik baru tahun pelajaran 2020/2021. Sedangkan pedoman observasi untuk panitia PPDB berisi tentang bagaimana perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen. Penulis juga membuat pedoman wawancara terhadap wali peserta didik yang berisi tentang alasan mengapa memilihkan SMK Ma'arif 9 Kebumen sebagai sekolah lanjutan untuk putra dan putrinya serta seperti apa tingkat kepuasan mereka terhadap layanan pendidikan di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Pedoman wawancara untuk calon siswa baru berisi

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R dan D*, cet ketujuh, (Jakarta: Alfa Beta, 2007), hlm. 312

⁷⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: RINEKA CIPTA, 2014), hlm. 272.

alasan mengapa memilih SMK Ma'arif 9 Kebumen daripada sekolah-sekolah lain dalam rangka meningkatkan kemampuan dan membentuk jati diri putra dan putrinya.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab.⁷⁸ Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁷⁹ Jenis wawancara yang digunakan oleh penulis adalah wawancara bertahap. Wawancara bertahap yaitu wawancara yang mana peneliti melakukannya dengan sengaja datang berdasarkan jadwal yang ditetapkan sendiri untuk melakukan wawancara dengan informan dan peneliti tidak sedang observasi partisipasi, ia bisa tidak terlibat intensif dalam kehidupan sosial informan, tetapi dalam kurun waktu tertentu, peneliti bisa datang berkali-kali untuk melakukan wawancara. Sifat wawancaranya tetap mendalam tetapi dipandu oleh pertanyaan-pertanyaan pokok.⁸⁰ Dalam melakukan wawancara, penulis membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, baik untuk kepala sekolah, waka humas, panitia PPDB, wali peserta didik, maupun calon siswa baru. Selain itu penulis juga menggunakan alat bantu berupa seperangkat alat tulis dan *handphone* yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar. Seperangkat alat tulis digunakan untuk mencatat secara singkat hal-hal penting yang ditangkap saat wawancara dengan informan. Sedangkan *handphone* digunakan sebagai alat perekam supaya informasi-

⁷⁸ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 130.

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi...*, hlm. 194.

⁸⁰ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, hlm. 130-131.

informasi penting dari informan yang belum tercatat dapat tersimpan dan diputar kembali sewaktu-waktu dibutuhkan. Adapun pihak-pihak yang akan penulis wawancarai adalah Kepala Sekolah, panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), Waka Humas, Waka Kesiswaan, perwakilan beberapa wali peserta didik dan pesera didik baru beserta pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh atau hubungan dengan kegiatan strategi promosi PPDB di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Sebelum melakukan wawancara, penulis menyiapkan bahan wawancara berupa pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan permasalahan penelitian.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat, *legger*, agenda dan sebagainya.⁸¹ Selain metode dokumentasi dalam penelitian ini penulis juga menggunakan studi kepustakaan atau hasil penelitian-penelitian terdahulu. Analisis dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Dalam pendokumentasian ini, peneliti akan menggali informasi dari dokumen-dokumen yang menunjang penelitian antara lain video, foto, rekaman, profil, rancangan kegiatan, dokumen tertulis tentang strategi promosi PPDB, dan lain sebagainya. Dokumen ini diharapkan akan membantu mempertajam analisis penelitian ini.

E. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.⁸² Hal ini dilakukan penulis untuk menguji kredibilitas data yang telah diperoleh. Uji triangulasi yaitu teknik

⁸¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, hal. 274

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R...*, hlm. 270

pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan untuk pengecekan atau pembanding terhadap data.

Triangulasi bukan bertujuan mencari kebenaran, tetapi meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data dan fakta yang dimilikinya. Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pembanding terhadap data itu.⁸³

Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber, berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Triangulasi metode atau triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.⁸⁴ Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Triangulasi metode mencakup penggunaan berbagai model kualitatif, jika kesimpulan dari setiap metode adalah sama, maka kebenaran ditetapkan.

Triangulasi sumber ini digunakan untuk membandingkan, mengecek ulang derajat kepercayaan informasi melalui program-program berbeda. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui strategi-strategi promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam meningkatkan mutu input. Dengan langkah ini peneliti membandingkan dan mengecek dari dokumentasi penulis yang didapat melalui wawancara.

Sedangkan untuk mengetahui secara mendalam pelaksanaan strategi promosi PPDB dalam meningkatkan mutu input di SMK Ma'arif 9 Kebumen, penulis menggunakan triangulasi metode, yaitu dengan mengecek keabsahan data yang penulis dapatkan dari

⁸³ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik...*, hlm. 219

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R...*, hlm. 241

hasil dokumentasi, hasil observasi, dan kegiatan PPDB, dan hasil wawancara dari informan.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan.⁸⁵ Analisis data juga dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh peneliti dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁸⁶

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa analisa data merupakan proses pengorganisasian dan pengaturan data ke dalam kategori dan suatu uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang dirumuskan. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman dalam bukunya Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/ verification*.⁸⁷

Berikut, teknik analisis data yang penulis lakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles and Huberman:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang

⁸⁵ Samsudin, *Desain Penelitian Pendidikan*, cet 2, (Semarang: Unnes Press, 2009), hlm. 118

⁸⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet kedua puluh, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 248

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R...*, hlm. 337.

pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan data yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁸⁸ Pada tahap ini, penulis mengumpulkan semua data yang diperoleh selama melakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada kegiatan promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Setelah datanya terkumpul kemudian penulis memilah-milahnya sesuai dengan satuan konsep dan temanya sehingga menjadi lebih fokus sesuai dengan obyek penelitiannya. Reduksi data berlangsung selama proses penelitian sampai tersusunnya laporan akhir penelitian.

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah *mendisplaykan* data atau menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori *flowchart* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.⁸⁹ Pada penelitian ini penulis menyajikan data dalam bentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif. Data-data hasil pemilahan dalam tahap reduksi kemudian disusun oleh penulis sehingga terbentuk suatu pola hubungan antara satu data dengan data lainnya. Karena datanya tersusun sesuai urutan yang sudah ditentukan maka laporan hasil penelitiannya dapat dipahami dengan mudah baik oleh penulis sendiri maupun oleh pembaca.

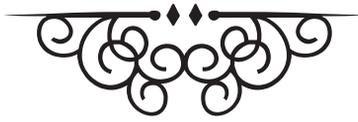
⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R...*, hlm. 338.

⁸⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R...*, hlm. 341

3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁹⁰ Setelah analisis dilakukan, selanjutnya penulis menyimpulkan masalah yang telah ditetapkan oleh penulis sebelum melakukan penelitian.

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R...*, hlm. 345



BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi SMK Ma'arif 9 Kebumen

1. Profil SMK Ma'arif 9 Kebumen

Berikut ini profil SMK Ma'arif 9 Kebumen:⁹¹

Nama Sekolah	: SMK Ma'arif 9 Kebumen
NPSN/NSM	: 20330304
Alamat	: Jalan Raya Klirong-Kebumen
Kode Pos	: 54381
Status Sekolah	: Swasta
Akreditasi	: A
NPWP	: 033056888523000
Tahun Berdiri	: 2003
Bangunan Sekolah	: Milik Sendiri.

2. Sejarah SMK Ma'arif 9 Kebumen

Membuka lembaran sejarah berdirinya SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) Ma'arif 9 Kebumen di Klirong, sungguh merupakan suatu yang menarik dan unik untuk dilakukan. Ternyata dibalik kemegahan

⁹¹ Dokumentasi profil SMK Ma'arif 9 Klirong dikutip pada tanggal 16 Juni 2021.

SMK Ma'arif 9 Kebumen yang nampak pada saat ini apabila di kaji secara mendalam menyimpan berbagai alur historis yang elok dan eksotik. Banyak hal yang tidak terbaca oleh banyak kalangan umum tentang keberadaan yang sesungguhnya dari eksistensi SMK Ma'arif 9 Kebumen. Disamping itu, selama ini banyak orang yang mengalami kesulitan apabila ingin mengetahui alur sejarah secara utuh, terinci, dan sistematis tentang latar belakang sejarah SMK Ma'arif 9 Kebumen.⁹²

Terbatasnya sumber literatur yang ada menjadi kendala utama dalam mengkaji keberadaan historis SMK Ma'arif 9 Kebumen. Apabila hal ini tidak secepatnya terjawab maka dikhawatirkan lambat tahun akan mengalami keterputusan sejarah yang berakibat pada penyimpangan akar filosofi visi dan misi perjuangan apa yang dicita-citakan oleh *founding fathers* (pendiri).⁹³

Oleh karena itu, tulisan ini bermaksud membantu para pembaca yang ingin berselancar kilas balik sejarah lahirnya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Tulisan ini akan menjadi sangat penting khususnya bagi generasi pendatang yang terlibat dalam ikatan akademis keluarga besar baik sebagai tenaga pendidik dan kependidikan maupun sebagai peserta didik serta *stakeholder* SMK Ma'arif 9 Kebumen. Mereka semua harus mengetahui latar belakang sejarah berdirinya SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Pengurus MWC NU (Majlis Wakil Cabang Nahdlatul Ulama) Kecamatan Klirong memiliki peranan yang kuat dalam memprakarsai lahirnya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Secara organisai MWC NU Kecamatan Klirong merupakan penggagas resmi berdirinya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Diawali dengan dibangunnya kantor MWC NU sejumlah 4 ruang kelas dan 2 ruang kecil yang semula akan dijadikan pusat sekretariat organisasi NU dari MWC, Muslimat, IPNU/IPPNU, Ansor, Fatayat, dan lainnya kemudian berkembang ide dari

⁹² Dokumentasi profil SMK Ma'arif 9 Klirong dikutip pada tanggal 16 Juni 2021.

⁹³ Dokumentasi profil SMK Ma'arif 9 Klirong dikutip pada tanggal 16 Juni 2021.

pengurus MWC yang mengusulkan pemanfaatan ruang atau kelas untuk penyelenggaraan pendidikan yang berbasis NU. Ide pendirian sekolah ini kemudian berkembang menjadi besar dan ditetapkan sebagai program MWC NU Klirong, oleh KH. Chumroni, BA selaku Ketua Tanfidziah MWC NU Kecamatan Klirong pada saat itu. Beliau merupakan motor utama penggagas ide berdirinya SMK Ma'arif 9 Kebumen.⁹⁴

Pada awalnya Pengurus MWC NU Klirong mengalami kebimbangan tentang bentuk sekolah yang akan diselenggarakan. Atas dasar masukan dari berbagai pemikiran anak muda generasi NU di Klirong, setelah dilakukan kajian-kajian kemudian diputuskan untuk mengambil jurusan SMK berbasis teknologi dan bismen. Karena adanya aturan keorganisasian di NU, bahwa penyelenggaraan pendidikan di bawah NU dikelola oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif maka selanjutnya terkait persyaratan formal juga menggunakan atas nama Lembaga Pendidikan Ma'arif Cabang Kebumen dan bukan menggunakan bendera MWC NU Klirong.⁹⁵

Lembaga Pendidikan Ma'arif Nahdlatul Ulama merupakan salah satu aparat departemen di lingkungan organisasi Nahdlatul Ulama (NU). Didirikannya lembaga ini bertujuan untuk mewujudkan cita-cita pendidikan NU. Bagi NU, pendidikan menjadi pilar utama yang harus ditegakkan demi mewujudkan masyarakat yang mandiri. Di NU ditemukan tiga pilar, yaitu, wawasan ekonomi kerakyatan, wawasan keilmuan, sosial, budaya, dan wawasan kebangsaan.

Untuk merealisasikan pilar-pilar tersebut ke dalam kehidupan bangsa Indonesia, NU secara aktif melibatkan diri dalam gerakan-gerakan sosial keagamaan untuk memberdayakan ummat. Gerakan pemberdayaan ummat di bidang pendidikan yang sejak semula

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021

menjadi perhatian para ulama pendiri (*the founding fathers*) NU kemudian dijalankan melalui lembaga yang bernama Lembaga Pendidikan Ma'arif Nahdlatul Ulama (LP Ma'arif NU).⁹⁶

Orientasi pendirian sekolah SMK Ma'arif 9 di Klirong didasari adanya kepentingan besar pengurus MWC NU untuk melakukan pengembangan paham *ahlussunah wal jama'ah an nahdliyah* khususnya para generasi muda. Bentuk SMK dianggap memiliki peranan strategis sebagai sarana pengembangan paham NU di Klirong. Dengan dukungan dari warga *nahdliyin* Klirong optimistis dapat memperoleh dukungan animo yang kuat. Apalagi Kecamatan Klirong banyak diasumsikan sebagai basisnya priyayi yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pendidikan. Sikap percaya diri juga didukung dengan rencana tempat sekolah yang strategis dipinggir jalan raya Kebumen-Petanahan yang dilewati angkutan transportasi umum.⁹⁷

Dukungan lain yang menjadi dasar pertimbangan adalah banyaknya SLTP di Klirong yang berkembang secara pesat khususnya dalam kuantitas jumlah siswa. Diharapkan dari lulusan SLTP sekitar lokasi pendirian sekolah seperti MTs Negeri Klirong, SMP Negeri Klirong dan SMP PGRI Klirong mau bergabung untuk meneruskan di SMK yang terdekat. Mereka tidak perlu jauh jauh mencari sekolah ke kota dengan biaya transportasi tinggi.

Lembaga Pendidikan Ma'arif Cabang Kebumen atas inisiatif para ulama yang mengharapkan adanya SMK di Kecamatan Klirong, diawali dengan diskusi-diskusi kecil oleh para ulama dan kyai-kyai sepuh serta tokoh-tokoh muda NU tentang eksistensi NU di Klirong. Akhirnya muncul berbagai ide yang mengarah dididirikannya sekolah di Kecamatan Klirong sebagai wahana kaderisasi dan pengembangan organisasi NU ditingkat lokal. Ide ini selanjutnya bergulir dan direspon

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

secara resmi sebagai program unggulan MWC Kecamatan Klirong. Sebagai dewan pendiri, secara organisatoris sekolah ini dibidani oleh Majelis Wali Cabang (MWC) Klirong masa bakti pada waktu tersebut di Kecamatan Klirong yang mengharapkan adanya sekolah berbasis kejuruan.⁹⁸

Menjawab kapan waktu berdirinya SMK Ma'arif 9 Kebumen berdiri, bukanlah suatu yang mudah. Untuk dapat menjawab hal itu, kita harus menentukan lebih dahulu acuan yang menjadi tolak ukur untuk menghitung tanggal lahirnya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Banyak hal yang dapat menjadi pedoman untuk menentukan hari lahirnya sekolah. Apabila ditinjau dari aspek legal formal keberadaan SMK Maarif 9 Kebumen, tentunya harus merujuk kepada surat izin operasional dari Pemerintah Daerah melalui Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kebumen pada saat itu sebagai pihak pemangku pendidikan.⁹⁹

Apabila kita mendasarkan pada surat tersebut maka dapat diketahui bahwa hari lahirnya SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah tanggal 13 April 2003. Sedangkan apabila merujuk secara informal yakni peresmian sekolah oleh Bupati Rustriningsih, M.Si pada saat itu, justru dilaksanakan lebih awal pada 10 Maret 2003. Hal ini disebabkan dengan adanya proses administrasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah sehingga suratnya baru dapat ditandatangani dan diserahkan satu bulan setelah peresmian. Dengan demikian maka 10 Maret juga dapat dijadikan tonggak kelahiran SMK Maarif 9 Kebumen. Persepsi yang kedua ini nampaknya lebih soheh dan kuat untuk dijadikan rujukan. Hal ini disebabkan dengan publikasi atau *launching* yang telah disampaikan ke masyarakat pada saat itu secara besar-besaran melalui pengerahan massa dalam bentuk pengajian akbar.¹⁰⁰

⁹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

Untuk dapat memperoleh legalitas surat keputusan izin operasional sekolah, pada saat itu bukanlah merupakan suatu yang mudah. Ada beberapa tahapan yang harus berproses sebelumnya, yakni diawali dengan:

- a. Pembentukan Tim pendiri oleh PCLP Kebumen
- b. Pengajuan Proposal
- c. Pengadaan sarana dan prasarana pendukung
- d. Visitasi

Setelah dilakukan visitasi oleh tim dari Dinas Pendidikan Kabupaten Kebumen maka selanjutnya dirapatkan di tingkat Kabupaten guna memperoleh setuju dan tidaknya pendirian sekolah. Alhamdulillah berkat kesiapan dan kelengkapan prasarana yang ada, SMK Ma'arif 9 Kebumen dinyatakan disetujui oleh Dinas Pendidikan.¹⁰¹ Sebagai modal awal yang pada saat itu dimiliki oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen hanyalah kesiapan ruang sejumlah 3 ruang kelas, 1 ruang praktek, 1 ruang kantor, 1 ruang kepala sekolah dan 1 ruang dapur. Sarana bangunan merupakan milik MWC yang sejak awal telah disiapkan untuk kantor MWC dan persiapan pendirian SMK. Pembangunan ruang dilakukan oleh panitia pembangunan dari MWC NU Klirong yang telah bekerja secara keras melalui penggalangan swadaya masyarakat warga NU di Kecamatan Klirong baik melalui jariah maupun sumbangan material seperti kayu, bambu, dan material yang lain. Adapun tanah yang di tempati merupakan tanah waqaf dari warga NU. Pekerjaan yang paling berat dilakukan oleh pendiri adalah menyiapkan visitasi. Tim peninjau lapangan tidak ingin mengetahui dari mana asal muasal sarana kelengkapan penunjang akademik, yang pasti harus benar benar berwujud secara fisik tentang alat kelengkapan akademik. Demikian pula dengan administrasi calon tenaga pendidikan dan kependidikan harus dapat ditunjukkan secara nyata sesuai dengan kompetensi keilmuan yang

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

diperlukan dengan dibuktikan ijazah terakhir.¹⁰²

Segala hal telah dilakukan oleh pendiri untuk dapat membertanggungjawabkan isi proposal. Dimulai dengan dekorasi ruang kelas dan pemenuhan alat praktik. Mengingat pengajuan tim pendiri ada dua jurusan yakni teknik (teknologi) dan Bisnis Manajemen maka bagaimana caranya melengkapi sarana praktik itupun dilakukan. Berkat adanya kerjasama dan dukungan dari SMK-SMK Ma'arif lainnya yang telah berdiri lebih awal maka hal tersebut dapat diwujudkan dengan cepat. Bantuan dukungan alat praktik pada saat itu untuk alat komputer dan bengkel berasal dari SMK Ma'arif 4 ditambah dengan SMK Ma'arif 7.¹⁰³

3. Pendiri SMK Ma'arif 9 Kebumen

Secara kelembagaan atau formal, SMK Maarif 9 Kebumen dibidani oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif Cabang Kebumen. Lembaga ini merupakan departementasi dari organisasi besar *Jam'iyah Nahdlatul Ulama* khususnya di tingkat cabang Kebumen. Dalam hal pendirian SMK Ma'arif 9 Kebumen, PCLP Ma'arif NU Kebumen lebih berperan sebagai payung hukum pendirian sebagai dasar yuridis penyelenggaraan yang dikuatkan pada akte notaris pendirian/badan hukum, selebihnya peran utama dikendalikan oleh pendiri secara penuh. Pada saat itu PCLP Ma'arif Kebumen dijabat oleh Drs. H. Ari Tasiman dan Drs. Ridwan sebagai sekretaris. Sebagai penanggungjawab penyelenggara PC LP Ma'arif Kebumen mengeluarkan Surat Keputusan tertanggal 1 Januari 2003 tentang Tim Pendiri Sekolah.¹⁰⁴

Susunan nama-nama pendiri SMK Ma'arif 9 Kebumen yaitu:¹⁰⁵

¹⁰² Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

¹⁰³ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

¹⁰⁵ Dokumentasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dikutip pada tanggal 16 Juni 2021.

Penasehat	: KH. Margono Rustam KH. Agus Kahfi KH. M Chotim K. Nurudin
Ketua I	: H. Chumroni, BA.
Ketua II	: Drs. Mustofa Depe, M.Pd.
Sekretaris	: Fuad Hasim . S.Ag.
Sekretaris II	: Budiyono S.Pd.
Bendahara I	: Hj. Siti Maemunah
Bendahara II	: Ir. Sri Heri Susanti
Sie. Personalia	: Muhadi.S A.Md
Sie. Kurikulum	: Imam Satibi M.Pd.I.
Sie. Sarana Prasarana	: K. Ahmad Musholi

Berkat kekompakan dan kerja keras para pendiri akhirnya proses perizinan berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala yang berarti. Surat izin operasional penyelenggaraan SMK Ma'arif 9 Kebumen di Klirong terbit sebagaimana kompetensi keilmuan yang diajukan yakni jurusan teknologi dan bismen dengan prodi otomotif, perkantoran/ sekretaris dan pemasaran/penjualan. Penggabungan antara teknologi dan bismen diharapkan mampu mengakomodir kebutuhan animo masyarakat di Kecamatan Klirong dan sekitarnya.¹⁰⁶

4. Pasca Pendirian

Setelah semua proses pendirian selesai, maka tugas pendiri adalah menyiapkan operasionalisasi guna penerimaan siswa baru tahun pelajaran 2003/2004. Disadari oleh pengurus bahwa tahap operasional merupakan pekerjaan yang jauh lebih berat dibandingkan proses mencari izin operasional. Para pendiri kemudian membentuk diri dan berubah nama menjadi pengurus sekolah dan komite sekolah. Maka

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

dibentuklah pengurus dengan komposisi 9 H. Chumroni, BA. sebagai Ketua Pengurus dan Imam Satibi, M.Pd.I., sebagai ketua komite. Anggota pengurus dan komite merupakan unsur yang sama (rangkap jabatan) supaya terjadi satu kesatuan atau soliditas. Pengurus sekolah adalah merupakan tangan panjang dari PCLP selaku pemangku sekolah ma'arif.¹⁰⁷

Tugas pengurus tahap berikutnya adalah menetapkan personil pelaksana atau pengelola sekolah. Maka disepakati oleh semua pengurus salah satu unsur personil pendiri yaitu Bapak Fuad Hasyim, S.Ag. ditunjuk melaksanakan amanah memangku jabatan sebagai Kepala Sekolah pertama. Berbagai upaya untuk memajukan sekolah dimulai dari rekrutmen guru dan staf, pembentukan panitia penerimaan siswa baru, dan pemenuhan sarana prasarana pembelajaran. Berkat kerja keras antara pengurus dan pihak sekolah maka penerimaan siswa baru dapat memenuhi target 3 kelas.¹⁰⁸

Program tahun berikutnya yang dilakukan sekolah adalah pengembangan area sekolah. Hal ini mengingat keterbatasan ruang dan lahan kosong yang ada. Upaya penggalan dana melalui wali siswa kelas sepuluh angkatan pertama ternyata dapat digunakan untuk pembebasan tanah di sekitarnya. Selanjutnya sekolah di bawah kepemimpinan Fuad Hasyim, S.Ag. berjuang keras melalui usulan bantuan pemerintah baik daerah, propinsi, maupun pemerintah pusat untuk memperoleh bantuan RKB (Ruang Kelas Baru). Demikian pula dengan pemenuhan sarana praktek juga menjadi fokus pengembangan sekolah. Selama kurang lebih 5 tahun di bawah kepemimpinan Fuad Hasim, S.Ag. telah berhasil menambah 7 ruang kelas baru berikut sarana praktek.

Keberhasilan lain yang telah dilakukan sekolah adalah memfasilitasi perpindahan (relokasi) SMP Ma'arif 3 yang semula di Dorowati,

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

¹⁰⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 16 Juni 2021.

dapat di pindah di lokasi kompleks mesjid kauman Klirong. Hal ini diharapkan kedepan dapat menjadi basis utama input animo SMK Ma'arif 9 Kebumen. SMK Ma'arif 9 Kebumen memberikan kesempatan pendidikan kepada masyarakat dengan membuka 3 (tiga) program keahlian yaitu:

- a. Teknik mekanik Otomotif
- b. Bisnis manajemen pemasaran
- c. Akuntansi.

Alhamdulillah dengan amanat yang sudah diberikan tersebut beberapa perubahan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Perubahan tersebut tampak nyata dilihat dari meningkatnya jumlah siswa dari tahun ke tahun, fasilitas dan infrastruktur sampai pada open manajemen pengelolaan sekolah. Pendiri dan pengelola merasa tertantang untuk selalu meningkatkan mutu layanan pendidikan, maka SMK Ma'arif 9 Kebumen mengembangkan sayap menjalin relasi dengan beberapa perusahaan terkait, di sekitar Kebumen, Semarang, Bekasi dan Jakarta. Hal tersebut dimaksudkan memberikan kesempatan serta peluang kerja bagi alumni SMK Ma'arif 9 Klirong.

5. Perkembangan SMK Ma'arif 9 Kebumen

Tahun 2003 adalah sebagai tahun dimana SMK Ma'arif 9 Kebumen mulai melangkah kaki pertama memasuki ajaran baru 2003/2004. Modal kami gedung aset Majelis Wakil Cabang NU Klirong dan perlengkapan sekolah sebagian milik SMP Ma'arif 3 Kebumen yang tidak terpakai. Dengan semangat membara, walaupun tidak ada uang sepeserpun untuk operasional sekolah. Keuangan pertama diperoleh dari iuran guru dan karyawan SMK Ma'arif 9 Kebumen, selama tahun ini segala keterbatasan yang ada menjadi pendorong semangat untuk terus melangkah.¹⁰⁹

Memasuki tahun kedua, gedung MWC Klirong (Gedung Utara) tidak mampu menampung siswa yang ada, dengan meminjam gedung

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

di Lingkungan Masjid Kauman Klirong (Eks MTs Negeri Klirong), di gedung tersebut kami menempati selama 4 tahun. Pada tahun ini sekolah mulai mampu membeli perlengkapan praktek minimal untuk praktek otomotif maupun akuntansi, dan kami mempunyai dua lokasi kegiatan belajar mengajar. Gedung Utara di gunakan untuk praktek dan 3 ruang kelas yang digunakan untuk kegiatan belajar mengajar di sebelah selatan.¹¹⁰

Tahun ketiga samapai dengan keempat mulai mampu manglembangkan dengan membeli tanah di sebelah timur Gedung MWC NU. Diawali dengan membeli tanah milik Bapak Projo Sutirto seluas kurang lebih 27 ubin, setahun kemudian membeli tanah milik Bapak Sanisman seluas kurang lebih 26 ubin dan membeli tanah milik Bapak Pasikun seluas kurang lebih 26 ubin. Perlengkapan dan peralatan praktek maupun kantor sudah mulai tertata.¹¹¹

Pada tahun kelima pondasi bangunan dari pembelian tanah pertama ditancapkan. Di atas tanah tersebut direncanakan di bangun empat buah ruang kelas berlantai dua. Sementara itu, di tanah pembelian kedua di bangun gedung berlantai 2 dengan 6 ruang kelas. Dana Pembangunan gedung tersebut diperoleh dari berbagai sumber. Berkat kerja keras dari berbagai pihak, gedung 6 kelas dua lantai pada tahun keenam dapat ditempati. Meskipun pembangunan gedung menjadi prioritas utama kami, tetapi sarana penunjang pembelajaran tidak lupa untuk terus ditingkatkan.

Pada tahun keenam pondasi bangunan untuk empat ruang kelas berlantai dua sebelumnya dilanjutkan pembangunannya. Hasil kerja keras seluruh keluarga besar Ma'arif 9 Kebumen dan sumber dana dari berbagai pihak pada tahun ketujuh gedung 4 ruang 2 lantai ini sudah bisa di tempati. Mulai tahun ketujuh ini mulai mapan dari segi gedung atau ruang kelas, dan menempati satu lokasi yaitu di gedung utara.¹¹²

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah, M.Pd, pada tanggal 17 Juni 2021.

¹¹¹ Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah, M.Pd, pada tanggal 17 Juni 2021

¹¹² Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

Dalam usia yang kedelapan atau sewindu ini, seluruh semangat dan tenaga kami curahkan untuk membangun dan mempertahankan Ma'arif 9 Kebumen ini. Inovasi-inovasi baru terus kami kembangkan demi kemajuan sekolah ini.¹¹³

6. Visi, Misi, dan Tujuan SMK Ma'arif 9 Kebumen

Visi, misi, dan tujuan SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah sebagai berikut:

a. Visi

Visi SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah “Menjadi SMK unggulan yang menghasilkan lulusan yang kompeten, *smart*, dan berkarakter Islam nusantara”.¹¹⁴

b. Misi

Misi SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah sebagai berikut:¹¹⁵

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan mengacu pada standar BSNP yang dikembangkan dengan muatan lokal dan internasional;
- 2) Menyelenggarakan layanan dan tata kelola secara efektif dan prima berpusat pada kepuasan pelanggan;
- 3) Melakukan kerja sama baik secara nasional maupun internasional dalam pengembangan mutu pendidikan dan pelatihan;
- 4) Menciptakan lingkungan yang kondusif guna mendukung iklim pembelajaran dan pelatihan;
- 5) Memperkokoh dan melestarikan budaya lama yang baik dan mengambil budaya baru yang tidak bertentangan dengan konsep Islam Nusantara.

c. Tujuan

Tujuan SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah sebagai berikut:¹¹⁶

¹¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd, Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹¹⁴ Dokumentasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dikutip pada tanggal 16 Juni 2021.

¹¹⁵ Dokumentasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dikutip pada tanggal 16 Juni 2021

¹¹⁶ Dokumentasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dikutip pada tanggal 16 Juni 2021

- 1) Mempersiapkan peserta didik menjadi manusia produktif, mempunyai kecakapan hidup (Life Skill) dan mampu bekerja mandiri serta dapat diserap oleh Dunia Usaha/ Dunia Industri (DU/DI) sesuai dengan Kompetensi yang dimiliki,
- 2) Membekali peserta didik untuk berkarir, yang mampu bersaing dan mampu beradaptasi di lingkungan kerja serta dapat mengembangkan sikap profesional sesuai kompetensi yang dimilikinya,
- 3) Membekali peserta didik dalam ilmu pengetahuan, teknologi, jiwa wira usaha, maupun melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

7. Keadaan Guru dan Karyawan

Berikut ini daftar data keadaan guru dan karyawan SMK Ma'arif 9 Kebumen:¹¹⁷

Tabel. 2¹¹⁸

Daftar Guru dan Karyawan SMK Ma'arif 9 Kebumen

No	Nama	L/P	Status	Guru Mapel/Tata Usaha *)
1	Hasim Asngari, M.Pd.	L	GTU	BK
2	Siti Rohmah, SE	P	GTU	Produktif Akuntansi
3	Ambar Wahyudah, S.Pt.	P	GTU	Kimia
4	Bambang Setiyono, S.Sos.	L	GTU	Kewirausahaan
5	Khabib Sholeh, S.Ag	L	GTU	PAI
6	Sahlan, S.Pd.I	L	GTU	Penjaser
7	Budi Hartoyo, SE	L	GTU	Produktif Akuntansi
8	Tiri Haryadi, S.Pd.	L	GTU	Bahasa Inggris
9	Warsono, ST	L	GTU	Produktif Otomotif
10	Juriah, SE	P	GTU	Produktif Akuntansi
11	Siti Zubaedah, S.Pd.,M.Pd.	P	GTU	Matematika

¹¹⁷ Dokumentasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dikutip pada tanggal 16 Juni 2021

¹¹⁸ Dokumentasi SMK Ma'arif 9 Kebumen dikutip pada tanggal 16 Juni 202

12	Ari Susilowati, S. IP	P	GTU	PKn
13	Sugeng Utoyo, ST	L	GTU	Produktif Otomotif
14	Drs. Syu'aib Yusuf	L	GTU	Ke-NU-an
15	Dwi Endarwati, S. Pd	P	GTU	BK
16	Inzana Hapsari, S. Pd	P	GTU	Matematika
17	Sukadi, ST	L	GTU	Produktif Otomotif
18	Asih Danarti, S. Pd	P	GTU	Bahasa Inggris
19	Nursodik, S.Pd.	L	GTU	Produktif Otomotif
20	Juni Sunoto, S.Pd	L	GTU	KKPI
21	Siti Zulaikhah, S. Pd	P	GTU	Bahasa Indonesia
22	Ida Mariyana, S. Pd	P	GTU	Fisika & IPA
23	Syaik Makhsum, S. Ag	L	GTU	IPS
24	Isnaen Uji A., S. Pd. T	L	GTU	Produktif Otomotif
25	Najati, S.Pd	P	GTU	Bahasa Indonesia
26	Erwin Rosiandi, S.Pd	L	GTU	Penjasor + Seni Budaya
27	Muntofingah, S.Pd.I	P	GTU	PAI
28	Kuswari, S.Pd.	P	GTU	Prod.Akuntansi & Matematika
29	Siti Masitoh, S.Pd	P	GTU	Bhs Jawa
30	Polyana, S.Pd	L	GTU	BK
31	Sapto Aji Sutoto, S.Pd	L	GTU	Bhs. Inggris + IPS
32	Arif Kurniawan, S.Pd	L	GTT	Matematika, Kimia, IPA
33	Shindy Avianita, S.Pd	p	GTT	Bahasa Jawa, Seni Budaya
34	Nawa Aufa Subkhi, S.Pd.	L	GTT	RPL & KKPI
35	Nur 'Aini Sa'adah, S.Pd.	P	GTT	Matematika & Seni Budaya
36	AGUSNGAFIE, S.Pd.I	L	GTT	PAI
37	Maulida Royatul Millah, S.Pd.	P	GTT	RPL
38	M. Burhanudin Sa'dullah, S.Pd	L	GTT	Seni Budaya
39	Edwar Tri Wijayanto, S.Pd.	L	GTT	Produktif Otomotif
40	Winarti, S.Pd.	P	GTT	PKN
41	Iis Widiyanto, S.Pd.	L	GTT	Produktif Otomotif
42	Wahyu Hidayat, S.Kom	L	GTT	Produktif RPL
43	Adam Aris Nur Yadin, S.Pd.	L	GTT	Bahasa Indonesia
44	Aziz Nur Cahyo, S.Pd.	L	GTT	Produktif Otomotif

45	Nangim Muhtar, M.Pd.	L	GTT	Guru PAI
46	Fifi Alfiyatun, S.Pd.	P		
47	Fajar Arianto, S.Kom	L	GTT	Guru RPL
48	Khoerul Umam, S.Pd.	L	GTT	
49	Maryani	P	PTY	Staff TU Keuangan
50	Andi Dwi Mantoro, A. Md.	L	PTY	Staff TU Administrasi
51	Isro'iyah	P	PTY	Staff TU Keuangan
52	Siti Nurjanah, A.Ma	P	PTY	Staff TU Keuangan
53	Sugiaro	L	PTY	Jubeng
54	Haryadi	L	PTY	Jubeng
55	Gugup Agung Pambudi	L	PTY	Staff TU
56	Farid Ma'ruf, A.Ma.	L	PTY	Staff TU Administrasi
57	Agus Kurniawan	L	PTY	Staff Perpustakaan
58	Praptijo	L	PTY	Penjaga
59	Muslimin	L	PTY	Penjaga
60	Sadali	L	PTY	Penjaga
61	Martono	L	PTY	Penjaga
62	Ontung Wahyudi	L	PTY	Jubeng
63	Zain Muhammad, A.Md	L	PTT	Staff TU
64	Makhmud Arman Maulana	L	PTT	Satpam / Keamanan
65	Farid Ma'ruf	L	PTT	Staff TU
66	Samsubakri	L	PTT	Staff TU
67	Arif Trianto	L	PTT	Staff TU

B. Identifikasi Pasar Peserta Didik

Penerimaan Peserta Didik Baru SMK yang biasa disingkat PPDB menjadi salah satu agenda rutin yang dilaksanakan setiap tahun. Pelaksanaan pendaftaran PPDB jenjang SMK dilakukan dengan dua mekanisme yaitu luar jaringan (*offline*) dan dalam jaringan (*online*). Mekanisme pendaftaran Calon Peserta Didik Baru SMK Ma'arif 9 Kebumen diterapkan pada jalur reguler, sedangkan jalur lainnya masih menerapkan mekanisme luar jaringan (*offline*). Namun pada tahun 2020, Indonesia bahkan dunia sedang ditimpa

pandemi covid-19, yang mana penyebarannya bisa terjadi saat para calon peserta didik dan petugas PPDB bertemu secara langsung. Hal tersebut menyebabkan tidak dapat dilakukannya pendaftaran dengan mekanisme luar jaringan (*offline*).¹¹⁹

Identifikasi pasar peserta didik yang dilakukan SMK Ma'arif 9 Kebumen sudah dilaksanakan sejak tahun 2003 saat pertama kali berdiri. Pasar pertamanya adalah di daerah urut sewu dan sebagian daerah Klirong ke utara. Setiap tahun yang menjadi konsumen tetap kami adalah mereka-mereka yang berasal dari daerah kecamatan Klirong, Petanahan, dan Puring. Mayoritas paling banyak adalah wilayah kecamatan Puring. Adapun di Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2020/2021 tim PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen ingin menambah ke daerah timur yaitu Kecamatan Buluspesantren dan Ambal. Sedangkan untuk daerah barat ingin menambah ke daerah Kecamatan Adimulyo.¹²⁰

Calon peserta didik baru SMK Ma'arif 9 Kebumen mayoritas adalah anak-anak daerah urut sewu. Masyarakat daerah pesisir memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda dengan mereka yang berasal dari kota. Kondisi atau latar belakang calon peserta didik baru SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah mereka yang berasal dari sekolah-sekolah negeri seperti SMP Negeri 1 Klirong, MTs Negeri 5 Kebumen, dan SMP PGRI 1 Klirong, SMP Ma'arif 3 Klirong, SMP Negeri 1 Petanahan, MTs Negeri 6 Kebumen, SMP Negeri 1 Puring, SMP Negeri 2 Puring, MTs Salafiyah Safi'iyah Petanahan, MTs Mafatihul Huda Jogosimo, dan SMP PGRI Puring. Mereka adalah anak-anak dengan kemampuan kecerdasan intelektual menengah ke bawah.¹²¹

Kondisi orang tua calon peserta didik SMK Ma'arif 9 Kebumen rata-rata berasal dari keluarga ekonomi menengah ke bawah. SMK

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹²⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹²¹ Hasil wawancara dengan Ibu Ari Susilowati, M.Pd. selaku waka kesiswaan SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

Ma'arif 9 Kebumen juga membidik calon peserta didik yang tidak dapat meneruskan sekolah ke tingkat SLTA karena faktor ekonomi. Tujuannya dari SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah bukan semata-mata mencari siswa saja, tetapi SMK Ma'arif 9 Kebumen ingin memberikan jalan atau fasilitas kepada mereka yang putus sekolah karena terkendala biaya untuk menggapai cita-citanya. Mayoritas calon wali murid berprofesi sebagai buruh dan tani. Bahkan banyak yang merantau ke luar negeri atau luar kota. Seperti yang kita ketahui bersama tingkat pengetahuan mereka masih minim. Banyak diantara mereka yang orang tuanya merantau, dan mereka tinggal bersama kakek dan nenek dengan kondisi minim perhatian. Hal tersebut yang menjadi tantangan bagi SMK Ma'arif 9 Kebumen untuk memberikan motivasi, membimbing, dan mengarahkan mereka. Karena salah satu tujuan dari SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah ingin memperhatikan masyarakat kecil dengan ekonomi menengah ke bawah, untuk tetap melaksanakan pendidikan.¹²²

Dapat kita ketahui bersama bahwa latar belakang peserta didik SMK Ma'arif 9 Kebumen ini adalah kalangan menengah ke bawah. Seperti salah satu masyarakat Desa Pandanlor, RT 01 RW 03 yang menyekolahkan anaknya di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Beliau memiliki 3 orang anak, dari ketiga anak tersebut memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Anak pertama hanya lulusan MTs swasta di Mts Mafatikhul Huda Jagasima.¹²³ Anak yang kedua didaftarkan di SMK Ma'arif 9 Kebumen, anak yang ketiga masih sekolah Dasar (SD) dikarenakan himpitan ekonomi yang melanda, sehingga mengakibatkan pendidikan ketiga anaknya tidak sama.

Selain itu, penulis juga mewawancarai Bapak Sunandar salah satu wali murid siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen dari Desa Tanggulangin RT 02 RW 02, Kecamatan Klirong. Kondisi Latar belakang beliau ialah

¹²² Hasil wawancara dengan Ibu Ari Susilowati, M.Pd.. selaku waka kesiswaan SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹²³ Hasil wawancara dengan Ibu Nariyah selaku salah satu wali murid dari siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 15 Juni 2021.

suami yang ditinggal merantau istri di Singapura. Beliau berkerja sebagai Petani. Beliau memiliki 2 anak. Anak yang pertama bernama Riski, dia disekolahkan di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Anak beliau yang kedua sekolah di SD. Beliau di rumah tinggal bersama ibu yang sudah sepuh dan kedua anaknya. Beliau sebagai bapak rumah tangga keluarga. Beliau di rumah memiliki sapi dan yang mengurus adalah beliau dibantu anak pertamanya yaitu Riski.¹²⁴

Di antara banyaknya sekolahan di Kebumen beliau memilih SMK dengan pertimbangan setelah lulus anaknya dapat bekerja. Anak beliau sudah dibekali keahlian yang siap diterjunkan di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Adapun yang melatarbelakangi beliau memilih SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah sebagai berikut:

1. Jarak yang dekat karena satu kecamatan sehingga setelah pulang sekolah dapat tetap mengurus sapi yaitu mencari rumput untuk makan sapi.
2. Sekolah berbasis agama sehingga anak saya dapat belajar agama, dengan kondisi saya tidak bisa mengajarkan. Selain itu tersedia pondok pesantren yang gratis.
3. Dari segi biaya terjangkau. SMK Ma'arif 9 Kebumen belum pernah mengeluarkan siswa terkait faktor biaya.
4. Banyaknya alumni SMK Ma'arif 9 Kebumen terserap di dunia kerja.

Beliau juga berpendapat penduduk di Desa Tanggulangin banyak yang menyekolahkan putra putrinya di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Banyak warga yang mengapresiasi SMK Ma'arif Kebumen merupakan sekolah yang kualitasnya bagus, baik dari segi pelayanan, biaya, prestasi, dan lain-lain. Jadi warga disini hampir semuanya menyatakan sangat puas terhadap hasil pendidikan di sekolah di SMK Ma'arif 9 Kebumen.¹²⁵

¹²⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Sunandar selaku salah satu wali murid dari siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 15 Juni 2021.

¹²⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sunandar selaku salah satu wali murid dari siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 15 Juni 2021.

Selain Ibu Nariyah dan Bapa Sunandar, penulis juga mewawancarai salah satu wali murid dari Desa Ayamputih RT 01 RW 03 Kecamatan Buluspesantren, beliau bernama Ibu Juriyah. Beliau dulu pernah bekerja sebagai TKI di Singapura. Kemudian karena anak beliau tidak terurus akhirnya beliau memutuskan untuk pulang. Di rumah kemudian beliau buka usaha warung sayuran. Setiap hari jam 3 pagi beliau dan suami pergi ke pasar pagi untuk kulakan. Pendapatan beliau setiap bulan sekitar Rp 1.500.000-an.¹²⁶ Beliau mendaftarkan anaknya, yang bernama Sandi sekitar bulan Mei. Beliau mengejar pendaftaran jalu khusus agar ada keringanan biaya sebesar 25% SOP, Uang praktek, dan uang infak gedung. Bagi beliau, SMK Ma'arif 9 sudah cukup memuaskan. Dari wali kelas yang komunikatif, peduli dan perhatian, sehingga jika ada apa-apa bisa langsung tersalurkan. Biaya yang cukup memadai untuk kalangan beliau. Di SMK Ma'arif 9 Kebumen sudah terdapat BKK sehingga para alumnipun tersalurkan dengan baik.

Banyak hal yang menjadi alasan kenapa kami atau rata-rata warga di sini menyekolahkan anaknya di SMK Ma'arif 9 Kebumen, yaitu pertama SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah sekolah berlandaskan Islam yang beraluan *ahlusunah wal jamaah* dan tersedianya pondok pesantren secara gratis. Era globalisasi membawa dampak yang luar biasa sehingga pentingnya penanaman ajaran islam sejak sebagai pondasi anak kami agar tidak salah pergaulan. Yang kedua ialah biaya yang relatif terjangkau. Di SMK Ma'arif 9 Kebumen belum pernah mengeluarkan siswa gara-gara nunggak dalam pembayaran. Setiap siswa yang tidak berangkat tanpa keterangan, dari pihak sekolahpun langsung mencari informasi. Wali kelas yang komunikatif sehingga kami mudah melakukan komunikasi. Jarak yang dekat jadi lebih efisien. Terdapatnya BKK, dan guru serta karyawan yang ramah dan welcome. Selain itu terbentuknya komunikasi yang baik dengan masyarakat sehingga menambah kami semakin yakin dan percaya dengan SMK

¹²⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Juriyah selaku salah satu wali murid dari siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 14 Juni 2021.

Ma'arif 9 Kebumen.¹²⁷ Selanjutnya beliau juga menyampaikan bahwa warga masyarakat Ayamputih sini sangat puas menyekolahkan anaknya di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Sekitar 5% masyarakat yang nonIslam tidak menyekolahkan ke SMK Ma'arif 9 Kebumen dan 5% yang menyekolahkan di Kebumen, kemudian alirannya juga *Ahlussunnah Waljama'ah*. Sehingga mereka yang menjadi wali murid merasa lebih nyaman menyekolahkan putra-putrinya di SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Dengan demikian yang menarik minat masyarakat atau orang tua dalam menyekolahkan anaknya di SMK Ma'arif 9 Kebumen meliputi:¹²⁸

1. Biaya pendidikan di SMK Ma'arif 9 Kebumen sangat terjangkau.
2. Guru serta karyawan di SMK Ma'arif 9 Kebumen yang ramah, mengayomi.
3. Penanaman Akhlak sebagai pondasi anak agar tidak salah dalam pergaulan.
4. Kepedulian dan kasih sayang guru terhadap siswa yang sangat luar biasa untuk mencari informasi siswa tanpa keterangan.
5. Komunikasi yang baik dengan masyarakat sehingga menambah kepercayaan masyarakat atau pengguna jasa pendidikan dengan menyekolahkan anaknya di SMK Ma'arif 9 Kebumen.
6. Alumni SMK Ma'arif 9 Kebumen mampu terserap setelah lulus.

Sebelum penerimaan peserta didik baru (PPDB SMK) Ma'arif 9 Kebumen Tahun Pelajaran 2020/2021 berlangsung, hal pertama yang dilakukan oleh sekolah adalah pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru. Kemudian setelah kepanitian sudah terbentuk sekolah melakukan pemilihan secara selektif yaitu dimulai dari penanggung jawab yang dipimpin oleh waka kesiswaan oleh Ibu Ari Susilowati, M.Pd., Ketua panitia PPDB adalah Bapak Erwin Rosiandi,

¹²⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Juriyah selaku salah satu wali murid dari siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 14 Juni 2021.

¹²⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Juriyah selaku salah satu wali murid dari siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 14 Juni 2021.

S.Pd.. Selain itu Struktural dimulai dari Waka Hub-in, Waka Sarpras, Kepala Jurusan program keahlian TKR, Akuntansi, dan RPL semua terlibat dalam panitia dengan dibantu beberapa guru dan staff TU yang kompeten. Cara SMK Ma'arif 9 Kebumen membangun dan mengkomunikasikan kenggulan sekolah kami adalah mengusung nilai-nilai Islam terutama Nahlatul Ulama yang beraliran *Ahlussunah Waljama'ah*. Sekolah juga memiliki beberapa prestasi akademik dan nonakademik.

Selain itu dalam menarik kepercayaan masyarakat, sekolah menerapkan empat jenis bauran promosi (*promotional mix*) yang akan dibahas yaitu: periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*).¹²⁹

1. Advertising dalam PPDB di SMK Ma'arif 9 Kebumen

Advertising (periklanan) yang di bangun sekolah untuk menarik calon peserta didik baru salah satunya dilakukan secara langsung. Secara langsung maksudnya dengan memanfaatkan media cetak seperti brosur, *banner*, baliho. Memanfaatkan media elektronik yaitu web, *Facebook*, Instagram, video profil sekolah.¹³⁰

Penerimaan peserta didik baru tahun 2020/2021 tidak dapat dilakukan seperti tahun-tahun sebelumnya karena adanya pandemi *Covid-19*. Pelaksanaan PPDB lebih menekankan ke promosi menggunakan media sosial dan bantuan siswa. Penggunaan media sosial dipilih secara selektif dengan pertimbangan bahwa sasaran pasar mayoritas adalah masyarakat daerah urut sewu yang minim akan pengetahuan termasuk teknologi. Adapun untuk promosi yang dilakukan pada saat pandemi *Covid-19* ini adalah sebagai berikut.¹³¹

¹²⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Ari Susilowati, M.Pd. selaku waka kesiswaan SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹³⁰ Hasil wawancara Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹³¹ Hasil wawancara Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

a. Penggunaan Media Cetak

1) Brosur

SMK Ma'arif 9 Kebumen menggunakan brosur dalam bentuk buku dan brosur lembaran yang di dalamnya terdapat informasi terkait SMK Ma'arif 9 Kebumen. Pemilihan brosur dalam bentuk buku dengan pertimbangan isinya dapat dimanfaatkan oleh siswa untuk kegiatan belajar. Dengan wujud buku tersebut dapat digunakan oleh siswa untuk belajar. Selain berfungsi sebagai media promosi juga memiliki nilai daya pakai. Sedangkan untuk brosur dalam bentuk lembaran di pasang di majalah dinding pada sekolah-sekolah di tingkat SMP dan MTs yang menjadi mitra SMK Ma'arif 9 Kebumen. Sehingga calon-calon peserta didik baru dapat melihat informasi pendaftaran dan persyaratannya dengan mudah tanpa langsung datang ke SMK Ma'arif 9 Kebumen.¹³²



¹³² Hasil wawancara Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

2) Banner

SMK Ma'arif 9 Kebumen juga memanfaatkan media banner dalam ajang promosi. Banner diisi dengan berbagai informasi seperti beasiswa-beasiswa, tata cara, waktu, dan syarat pendaftaran. Tujuannya adalah agar masyarakat dapat membaca. Banner PPDB di pasang di depan rumah-rumah guru dan karyawan SMK Ma'arif 9 Kebumen. Rumah guru dan karyawan menjadi sekretariat PPDB resmi. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan calon-calon peserta didik baru yang mau mendaftar bisa langsung mendaftar di rumah guru atau karyawan SMK Ma'arif 9 Kebumen.¹³³

3) Baliho

Baliho yang dipilih adalah dalam ukuran besar dan didesain secantik mungkin baik dari segi warna dan tulisan guna menarik masyarakat supaya membaca. Baliho dipasang di daerah-daerah pinggir jalan dan perempatan yang banyak masyarakat berhenti untuk melakukan aktivitas. Baliho di pasang di sepanjang jalan daerah urut sewu, seperti di daerah Kecamatan Puring, Kecamatan Klirong, Kecamatan Buluspesantren, dan Kecamatan Petanahan.¹³⁴

4) Video Profil SMK Ma'arif 9 Kebumen

SMK Ma'arif 9 Kebumen membuat video yang berisi tentang profil SMK Ma'arif 9 Kebumen, keunggulan, prestasi yang dimiliki, dan ajakan untuk mendaftar di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Dalam pembuatan video dikonsep oleh tim serta bekerja sama dengan penyiar radio Bima Sakti yaitu Veril. Video ini kemudian diedarkan melalui media sosial SMK Ma'arif 9 Kebumen, Media sosial pribadi bapak/ibu guru,

¹³³ Hasil wawancara Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹³⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

media sosial siswa kelas XI dan XII, serta para alumni SMK Ma'arif 9 Kebumen. Video bisa diakses di alamat channel youtube: <https://youtu.be/cb6NmHZh37s>¹³⁵

2. *Personal Selling* dalam PPDB

Panitia penerimaan Peserta Didik Baru SMK Ma'arif 9 Kebumen mengadakan sosialisasi atau presentasi secara *live* ke sekolah-sekolah tingkat SMP dan MTs secara berlangsung. SMK Ma'arif 9 Kebumen kurang lebih memiliki 23 mitra sekolah SMP dan MTs yang setiap tahun ikut berpartisipasi dalam perekrutan penerimaan peserta didik baru. Dengan melalui strategi ini sekolah sangat terbantu dalam mempromosikan SMK Ma'arif 9 Kebumen.¹³⁶ Strategi yang disusun adalah menjalin jaringan dengan guru-guru tingkat SLTP yang memiliki peranan besar terhadap siswa di sekolahnya. Sekolah membutuhkan bantuan mereka untuk megarahkan siswa kelas IX mendaftar di SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Dengan terbatasnya aktivitas dan terbatasnya pengetahuan pasaran karena pandemi *covid-19*, strategi yang disusun adalah memperluas tempat pendaftaran selain di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pendaftaran calon peserta didik baru dan tidak keluar dari wilayahnya. Panitia membagi 4 lokasi yaitu di Desa Krandegan, Kecamatan Puring di tempat Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. untuk mempermudah akses wilayah Puring. Kedua di tempat Ibu Rohmah, M.Pd. di Desa Karangglonggong untuk mempermudah daerah timur. Ketiga di tempat Ibu Ambar Wahyudah, S.Pt. di Podolohur untuk mempermudah akses pendaftaran daerah utara. Dan untuk wilayah klirong bertempat di tempat Ibu Juriah, M.Pd.¹³⁷

¹³⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹³⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹³⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Rohmah, M.Pd. pada tanggal 16 Juni 2021.

Selain itu *personal selling* promosi dilakukan dengan melalui pembicaraan atau getok tular. Promosi ini dilakukan dengan memanfaatkan peran siswa kelas XI dan XII dan para wali murid. Selain menjadi alat promosi yang murah dan sangat efektif, dengan menceritakan kepuasan dari SMK Ma'arif 9 Kebumen kepada orang lain, maka orang lain mulai berpikir dan ada rasa tertarik, memiliki rasa yakin dengan mendaftarkan diri atau putra putrinya ke SMK Ma'arif 9 Kebumen. Maka dari itu, SMK Ma'arif 9 sangat memperhatikan kepuasan pelanggan. Pelayanan untuk pelanggan pendidikan dinomorsatukan.¹³⁸

Namun tak bisa dipungkiri, bahwa aktifitas promosi memiliki sebuah kendala dan hambatan. Kendala dan hambatan yang dirasakan jelas sangat terasa karena adanya pandemi *Covid-19*. Panitia PPDB harus memastikan siswa jadi mendaftar atau tidak. Bagi siswa yang belum melakukan daftar ulang dan nomor *handphone* tidak bisa dihubungi, upaya yang dilakukan pertama adalah menggunakan telepon, untuk menanyakan kepastian calon peserta didik mendaftar di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Ketika nomor telepon tidak bisa dihubungi, strategi yang kami lakukan ialah *home visit* atau kunjungan ke rumah calon peserta didik baru tentunya dengan mematuhi protokol kesehatan yaitu menggunakan masker, cuci tangan, dan jaga jarak.¹³⁹

3. **Publicity dalam PPDB**

Publicity dalam penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen melalui pengadaan event-event sosial dengan menonjolkan keterampilan yang dimiliki oleh program keahlian yang disediakan sekolah seperti servis gratis, donor darah dengan diiringi musik *live* dari Marsa Budaya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Kami memiliki grup musik tradisional yaitu angklung sehingga dapat kami manfaatkan sebagai media promosi. Setap tahun saat memperingati hari lahir

¹³⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹³⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

mengadakan lomba-lomba tingkat SMP seperti futsal, karaoke, dan pengadaan bazar guna sebagai penunjang promosi untuk menarik siswa-siswa SLTP datang ke sekolah SMK Ma'arif 9 Kebumen. Namun setelah adanya pandemi Covid-19 ini, sekolah lebih fokus mempromosikan sekolah dengan menggunakan internet dan media sosial.¹⁴⁰

SMK Ma'arif 9 Kebumen menerapkan 5 langkah (Keandalan, Responsif, Keyakinan, Empati, ujud) dalam memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap calon peserta didik baru. SMK Ma'arif 9 Kebumen berpegangan selalu menomorsatukan pelayanan. kami mengejar kepuasan pelanggan. Dengan adanya kepuasan pelanggan ini akan menjadi getok tular atau merekomendasikan kepada masyarakat lain dalam penerimaan peserta didik baru. Dan untuk wali murid akan menyekolahkan kembali putra putrinya ke SMK Ma'arif 9 Kebumen. 5 langkah tersebut diantaranya adalah:¹⁴¹

a. Keandalan

SMK Ma'arif 9 Kebumen memegang penuh keandalan yaitu dapat dipercaya oleh masyarakat. Sekolah siap mencerdaskan, membimbing, membina dan mengantarkan siswa siswi ke pintu kesuksesan. Selain itu, sekolah juga sudah menyediakan Bursa Kerja (BKK) dan sudah menjalin MOU atau kerja sama dengan PT Luar Negeri dan dalam Negeri.

Adapun PT dalam negeri yaitu:

- 1) PT PAMA PERSADA
- 2) PT AHM
- 3) PT ADM
- 4) PT YAMAHA
- 5) PT CEMCO

¹⁴⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹⁴¹ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

- 6) PT HPM
- 7) PT TOYOTA
- 8) PT TOYOSEAL
- 9) PT TOYODENSO

Sedangkan kerjasama PT luar negeri adalah :

- 1) PT WESTERN DIGITAL BHD
- 2) PT VICTORY SINGAPORE
- 3) PT HITACHI
- 4) PT PHILIPS
- 5) PT EPSON
- 6) PT INARY
- 7) PT PLEXSUS
- 8) PT X JAPAN

Dengan adanya kepercayaan masyarakat, mereka akan kembali menyekolahkan putra putrinya di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Hal ini terbukti dengan bertambahnya jumlah peserta didik setiap tahunnya.

b. Responsif

Setiap sekolah mendengar ada keluhan dari pelanggan atau wali siswa, sekolah selalu berusaha memperbaiki dan menanganinya. Para wali kelas selalu memantau keadaan peserta didiknya, sehingga ketika ada yang tidak berangkat tanpa keterangan wali kelas langsung mencari tahu kenapa siswa tersebut tidak berangkat. Jika ada siswa yang sedang memiliki permasalahan para wali kelas bekerjasama dengan guru BK menangani serta memberi motivasi. Selain itu dalam hal administrasi kami pun selalu tanggap akan adanya keluhan.

c. Keyakinan

SMK Ma'arif 9 Kebumen selalu yakin dalam memberikan pelayanan terhadap siswa. Di mulai dari proses KBM, harga,

fasilitas yang diberikan, dan prestasi baik akademik maupun nonakademik. Sekolah kami adalah sekolah swasta dan belum lama berdiri, tetapi kami percaya diri mampu mengantarkan siswa ke pintu kesuksesan.

d. Empati

SMK Ma'arif 9 Kebumen menjunjung rasa empati yang tinggi, terhadap semua siswa, masyarakat, dan lingkungan sekitar. Rasa empati sekolah tidak memandang apakah siswa tersebut sudah membayar sekolah atau belum. Yang terpenting bagi kami adalah mereka menyelesaikan sekolah sampai selesai.

e. Ujud

Tujuan SMK Ma'arif 9 Kebumen berdiri membangun sekolah ini adalah untuk membantu mereka, mengantarkan sampai selesai pendidikan 12 tahun. Persaingan semakin ketat, apabila siswa hanya sampai tingkat SLTP, mereka belum memiliki keterampilan untuk bekal kerja. Sehingga SMK Ma'arif 9 Kebumen hadir untuk membekali mereka keahlian, keterampilan, mendidik mereka siap bekerja.

SMK Ma'arif 9 Kebumen juga memiliki beberapa keunggulan yang dijadikan pertimbangan oleh wali murid dan calon peserta didik. Orang tua banyak mempertimbangkan latar belakang SMK Ma'arif 9 Kebumen, karena mampu memberi ketrampilan terhadap peserta didik. Sehingga kebanyakan alumninya mampu bekerja setelah lulus sekolah. Diantaranya yang melatar belakangi wali murid dan calon peserta didik tertarik memilih SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah:

- 1) Jarak yang dekat karena satu kecamatan sehingga setelah pulang sekolah dapat membantu orang tua di rumah
- 2) Sekolah berbasis agama sehingga anak dapat belajar agama,
- 3) Selain itu tersedia pondok pesantren yang gratis
- 4) Dari segi biaya terjangkau. SMK Ma'arif 9 Kebumen belum pernah mengeluarkan siswa terkait faktor biaya

- 5) Guru serta karyawan di SMK Ma'arif 9 Kebumen yang ramah, mengayomi.
- 6) Komunikasi yang baik dengan masyarakat sehingga menambah kepercayaan masyarakat atau pengguna jasa pendidikan dengan menyekolahkan anaknya di SMK Ma'arif 9 Kebumen
- 7) Penanaman Akhlak sebagai pondasi anak agar tidak salah dalam pergaulan.
- 8) Banyaknya alumni SMK Ma'arif 9 Kebumen terserap di dunia kerja.¹⁴²

4. *Sales Promotion* dalam PPDB

SMK Ma'arif 9 Kebumen menawarkan harga yang masih terjangkau dan tidak mahal. Dapat dibandingkan dengan sekolah- sekolah swasta yang lain. SMK Ma'arif 9 Kebumen membuka pendaftaran dengan 2 jalur yaitu jalur khusus dan jalur umum. Untuk jalur khusus yaitu bagi siswa yang mendaftar dari tanggal 1 Mei s.d. 30 Juni dengan mendapatkan potongan biaya 25% dari uang praktek, SOP, dan infak gedung. Kami juga menawarkan berbagai macam beasiswa dari anak yatim, yatim piatu, jalur prestasi akademik maupun non akademik, dan potongan 10% bagi pemilik KIP. Karena sekarang sedang pandemi *covid-19* untuk biaya daftar ulang kami hanya menafsir Rp 120.000,00 untuk biaya MPLS. SMK Ma'arif 9 Kebumen juga memberikan bahan seragam seragam OSIS secara gratis beserta atribut, kaos kaki, sabuk, dasi, dan topi. Untuk pembayaran, karena situasi sedang pandemi dapat dicicil.¹⁴³

Selain itu, keunggulan pelayanan dalam *brand image* dengan menawarkan fasilitas seragam, wifi, pondok pesantren, kelas yang representatif dilengkapi proyektr LCD, 4 Laborat, perpustakaan yang sudah berAC, Ruang praktek siswa, Bursa Kerja. Selain itu di tahun ini

¹⁴² Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹⁴³ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

kami membuka 2 program keahlian baru yaitu Teknik Bisnis Sepeda Motor dan Tata Boga. Harapannya adalah dengan ada 2 program keahlian tersebut dapat lebih membantu siswa mengantarkan ke cita-citanya.¹⁴⁴

C. Segmentasi Pasar dan *Positioning*

Iklim kompetitif ini menyebabkan mayoritas lembaga pendidikan kesulitan dalam mengelola lembaganya, terutama pendidikan formal berstatus Islam, seperti madrasah. Lembaga yang merupakan pengembangan model pendidikan *Ahlussunnah Waljamaah* ini sebaiknya mampu berkembang dan mengubah diri dengan cepat agar dapat bersaing dengan lembaga pendidikan formal lainnya. Peningkatan mutu lembaga dan pelayanan prima harus digalakkan demi memenuhi tuntutan *stakeholder*. Sekolah perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat melalui segmentasi dan positioning agar dapat sukses memenangkan persaingan di dunia pendidikan.

Saat ini orang-orang memahami pendidikan sebagai sebuah *corporate*, yaitu lembaga pendidikan disebut sebagai organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Dalam hal ini, lembaga pendidikan dipahami sebagai lembaga yang memberikan layanan jasa pendidikan kepada siswa, mahasiswa, ataupun masyarakat umum. Oleh karena itu, pihak sekolah harus mengembangkan strategi pemasarannya agar mutu lembaga pendidikannya semakin meningkat dan dapat menarik banyak siswa. Karena, etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.

Segmentasi merupakan hal pertama yang harus dilakukan oleh sekolah/madrasah untuk mencapai hasil yang optimal. Segmentasi pasar bisa diklasifikasi berdasarkan pembagian wilayah (segmentasi geografi), latar belakang pendidikan siswa dan penghasilan orang tua

¹⁴⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Erwin Rosiandi, S.Pd. selaku ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

(segmentasi demografi), dan minat siswa dalam belajar (segmentasi psikografi), motivasi dan sikap siswa terhadap pendidikan (segmentasi psikologi), serta jaminan dan fasilitas yang diberikan kepada siswa (segmentasi manfaat).

Segmentasi pasar menjadi konsep yang mendasari strategi pemasaran pendidikan. Lembaga pendidikan perlu melakukan segmentasi pasar agar dapat memperoleh hasil pemasaran yang optimal. Proses segmentasi menjadi salah satu kunci sukses lembaga pendidikan. Keberhasilan pemasaran pendidikan tergantung pada pelanggan/pengguna jasa pendidikan dengan menentukan siapa pelanggannya, bagaimana karakteristik pelanggan yang akan mempengaruhi proses pembelian, dan bagaimana daya beli pelanggan tersebut. Semua itu ditentukan pada proses segmentasi pasar jasa pendidikan.

Segmentasi pasar di SMK Ma'arif 9 Kebumen memiliki beberapa variabel, yaitu:¹⁴⁵

1. Segmentasi Demografis, yaitu proses segmentasi konsumen didasarkan pada usia peserta didik.
2. Segmentasi Geografis, yaitu proses segmentasi konsumen didasarkan tempat. Maksudnya orang yang tinggal di daerah yang sama mempunyai kebutuhan dan keinginan sama dan keinginan ini berbeda dengan kebutuhan dan keinginan orang-orang yang tinggal di daerah-daerah lainnya.
3. Segmentasi Psikografis, yaitu proses segmentasi konsumen didasarkan pada minat siswa atau peserta didik terhadap jurusan yang akan dipilih, kegiatan ekstrakurikuler yang akan ditekuni, dan loyalitas peserta didik terhadap sekolah dengan fasilitas dan sarana prasarana yang ditawarkan kepada peserta didik, menghasilkan lulusan yang berkualitas, dan lain- lain.
4. Segmentasi Psikologis, yaitu proses segmentasi didasarkan

¹⁴⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd.I. selaku ketua Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

pada motivasi siswa memilih lembaga pendidikan, kepribadian, persepsi, pengetahuan dan sikap siswa terhadap pendidikannya.

5. Segmentasi Manfaat, yaitu proses segmentasi peserta didik didasarkan pada manfaat dari segi kualitas dan pelayanan yang diberikan sekolah kepada peserta didik.

SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah sekolah berbasis Islam berakhlak *Ahlusunah waljamaah atau Nahdlatul Ulama*. Jadi yang kami bidik adalah mereka yang beragama Islam dan sedia belajar tentang Nahlatul Ulama walaupun mereka berasal dari keluarga mampu atau tidak. Salah satu hadirnya SMK Ma'arif 9 Kebumen, adalah memberikan jembatan kepada peserta didik yang ingin menggapai masa depan walaupun memiliki keterbatasan biaya. Mayoritas siswa SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah mereka berasal dari daerah pesisir pantai yang memiliki keterbatasan dari segi pengetahuan, biaya, dan kesadaran pendidikan.¹⁴⁶

Motivasi mereka rendah tentang masa depan dikarenakan minim pengetahuan tentang pendidikan dan warga sekitar mereka juga memiliki latar belakang pendidikan yang cukup rendah. Orang tua peserta didik yang berasal dari pesisirpun mayoritas minim akan pengetahuan, kurangnya perhatian terhadap anak dan kurangnya kasih sayang terhadap anak.¹⁴⁷ Banyak di antara mereka yang menjadi korban keegoisan orang tua seperti ditinggal oleh orang tua, korban perceraian, sehingga banyak dari mereka disekolahkan oleh saudara yaitu paman/nenek/pakdhe. Tidak sedikit dari mereka yang selesai sekolah mereka bekerja karena himpitan faktor ekonomi. Inilah yang menjadi tantangan kami, memberikan motivasi, menyadarkan mereka tentang pentingnya pendidikan untuk meraih masa depan.

Positioning merupakan hal yang penting dilakukan oleh lembaga pendidikan. Posisi jasa pendidikan bertujuan untuk membedakan

¹⁴⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd.I. selaku ketua Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹⁴⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd.I. selaku ketua Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

suatu sekolah/ madrasah dengan sekolah/madrasah lainnya. *Positioning* akan membantu stakeholder atau pemakai jasa layanan pendidikan menemukan produk jasa pendidikan yang diinginkan. Karena itu, setiap lembaga pendidikan harus bisa memposisikan jasa pendidikannya agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

Positioning berkaitan dengan cara pihak sekolah/madrasah memposisikan lembaga pendidikannya dalam memberikan jasa yang berbeda dengan sekolah/madrasah lainnya. *Positioning* (pemosisian) akan memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga lainnya. Contohnya, dalam konteks lembaga pendidikan menengah, banyaknya jenis MA, SMA Negeri, SMK Negeri atau Swasta menyebabkan calon peserta didik kebingungan memilih jenjang pendidikan selanjutnya. Oleh karena itu, pihak sekolah/madrasah harus bisa memposisikan lembaga pendidikannya agar menjadi pilihan para calon peserta didik.

Pandemi *Covid-19* memiliki dampak yang luar biasa tidak melihat sisi manapun bahkan dalam dunia pendidikan juga terserang imbasnya. Tetapi hal itu tidak menjadi halangan meruntuhkan tekad kami dalam melaksanakan Penerimaan Peserta Didik Baru SMK Ma'arif 9 Kebumen Tahun Pelajaran 2020/2021. Dalam pandemi ini, kami masih sama yaitu mengelompokan pasar kami berdasarkan demografis yaitu karakter pendidikan dan usia. Fokus pelayanan kami adalah dua karakter pendidikan yaitu kalangan Islam modern dan tradisional yang siap dididik sebagai kader *Nahdlatul Ulama* yang berusia 15 tahun sampai dengan 17 tahun. Segmentasi yang kedua berdasarkan banyaknya peminat layanan pendidikan kami. Berdasarkan realita di lapangan untuk pasaran kami secara Geografis mayoritas berasal dari daerah pesisir pantai dan juga daerah wetan kali atau Bulus pesantren, Ayam Putih. Di daerah Klirong bagian utara seperti desa Poduluhur, Tambakagung, Jatimalang dan daerah kulon seperti Adimulyo.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd.I. selaku ketua Kepala

D. Differensiasi Produk PPDB

Diferensiasi layanan jasa pendidikan untuk meraih keunggulan dalam bersaing lembaga pendidikan dapat menerapkan strategi yang salah satunya adalah *differentiation* (membuat serangkaian perbedaan pada penawaran dibandingkan penawaran pesaing). SMK Ma'arif 9 Kebumen salah satunya adalah sekolah yang beraliran Ahlussunnah Waljama'ah memberikan seragam, wifi, pondok pesantren, kelas yang representatif dilengkapi proyektr LCD, 4 Laborat, perpustakaan yang sudah berAC, Ruang praktek siswa, Bursa Kerja.

Dalam sebuah pemasaran, merek (*brand*) mempunyai arti penting bagi pelanggan pendidikan dan berpengaruh dalam nilai pemasaran. Merek (*brand*) yang digunakan SMK Ma'arif 9 Kebumen akan memberikan identitas dan *deferensiasi* terhadap produk jasa SMK Ma'arif 9 Kebumen dengan sekolah/madrasah pesaing lainnya. SMK Ma'arif 9 Kebumen dikenal sebagai lembaga pendidikan formal yang mencetak generasi-generasi penerus bangsa yang berprestasi dan berkualitas baik dari segi akademik maupun ekstrakurikuler. Merek tersebut merupakan kekuatan bagi SMK Ma'arif 9 Kebumen, karena merek yang kuat akan menarik para pelanggan dan menjadi penghalang bagi para pesaing.

Keunggulan pelayanan dalam brand image yang ditawarkan oleh SMK Ma'arif 9 Kebumen selama masa pandemi *Covid-19*. Dalam menciptakan brand image selama pandemi Covid-19 dan sebelum adanya pandemi *Covid-19* masih sama yaitu kami menawarkan fasilitas seragam, wifi, pondok pesantren, kelas yang representatif dilengkapi proyektr LCD, 4 Laborat, perpustakaan yang sudah berAC, Ruang praktek siswa, Bursa Kerja. Selain itu di tahun ini kami membuka 2 program keahlian baru yaitu Teknik Bisnis Sepeda Motor dan Tata Boga. Harapannya adalah dengan ada 2 program keahlian tersebut dapat lebih membantu siswa mengantarkan ke cita-citanya.¹⁴⁹

SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

¹⁴⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd.I. selaku ketua Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

E. Komunikasi Pemasaran PPDB

Di masa-masa pandemi *Covid-19* dan pesatnya perkembangan teknologi komunikasi saat ini, dapat kita lihat dan juga rasakan bahwa isu-isu yang menerpa atau isu-isu yang berkaitan dengan perkembangan teknologi juga semakin berkembang. Ada banyak hal terkait isu-isu politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang berkaitan erat dengan perkembangan teknologi. Jika kita sedikit melihat ke belakang pada saat awal penemuan media cetak yang membuat masyarakat dapat membaca dan mendapat pengetahuan dengan bebas. Pada dasarnya komunikasi tidak selalu berbicara tentang seberapa besar sebuah penyampaian pesan bisa memodifikasi atau mengubah perilaku orang lain, melainkan lebih berbicara pada proses untuk memberikan pengertian pesan agar sang komunikator bisa mengerti pesan yang disampaikan.

Setiap lembaga pendidikan selalu berusaha mengenalkan produk mereka kepada konsumen, menginformasikan pelayanan, produk atau jasa tersebut, serta membuat cara-cara menarik agar konsumen ingin menggunakan jasa pendidikan tersebut. Kegiatan seperti inilah yang dinamakan pemasaran.

Dalam dunia pemasaran di, pemakai internet saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi informasi menjadikan internet sebagai alat pertukaran data dan informasi yang utama. Aplikasinya meluas pada berbagai bidang, terutama yang membutuhkan pertukaran data yang cepat dengan lokasi yang berbeda. Internet banyak mempengaruhi bisnis, banyak perusahaan yang sukses menjual produk dan jasa dengan menggunakan bantuan internet. Dan dengan adanya pandemi *Covid-19* internet sangat membantu pelayanan dan informasi jasa pendidikan. Selain itu juga ikut sertamemutus mata rantai penyebaran virus *Covid-19* yang semakin merajalela penyebarannya di Indonesia.

Selain itu media (sarana) yang dipublikasikan melalui internet adalah sekolah harus membuat website sekolah online untuk menarik peserta didik untuk meninjau bagaimana profil sekolah tersebut,

bentuknya bisa berupa image (gambar), teks (tulisan) atau gabungan keduanya. Selain Profil Sekolah, Website sekolah online juga menyediakan brosur digital yang bisa diunduh. Media publikasinya adalah melalui blog, situs jejaring sosial, facebook, instagram, whatsapp, line, telegram atau situs yang sengaja dibuat khusus untuk sekolah itu sendiri.

Komunikasi yang di bangun sekolah untuk menarik calon peserta didik baru adalah menggunakan 2 cara, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung yaitu dengan memanfaatkan media cetak seperti brosur, banner, baliho. Memanfaatkan media elektronik yaitu web, *Facebook*, *Instagram*, video profil sekolah. Secara langsung Dan setiap tahun kami melakukan sosialisasi ke SMP-Mts Sederajat secara tatap muka degan memberikan brosur berupa buku. Adapun secara tidak langsung yaitu melalui pengadaan event-event sosial dengan menonjolkan keterampilan yang dimiliki oleh program keahlian kami seperti servis gratis, donor darah dengan diiringi musik live dari Marsa Budaya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Kami memiliki grup musik tradional yaitu angklung sehingga dapat kami manfaatkan sebagai media promosi. Setap tahun harlah kami pun mengadakan lomba-lomba tingkat SMP seperti futsal, karaoke, dan pengadaan bazar guna sebagai penunjang promosi untuk menarik siswa-siswa SLTP datang ke sekolah SMK Ma'arif 9 Kebumen. Namun setelah adanya pandemi *Covid-19* ini, sekolah lebih fokus mempromosikan sekolah dengan menggunakan internet dan media sosial.¹⁵⁰

Sebelum penerimaan peserta didik baru/PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen Tahun Pelajaran 2020/2021 berlangsung, hal pertama yang lakukan oleh sekolah adalah pembentukan panitia penerimaan peserta didik baru. Kemudian setelah kepanitian sudah terbentuk sekolah melakukan pemilihan secara selektif yaitu dimulai dari penanggung jawab yang dipimpin oleh waka kesiswaan oleh Ibu Ari Susilowati, S.IP., Ketua panitia PPDB adalah Bapak Erwin Rosiandi,

¹⁵⁰ Wawancara dengan Erwin Rosiandi, S.Pd Ketua PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 15 Juni 2021.

S.Pd.. Selain itu Struktural dimulai dari Waka Hub-in, Waka Sarpras, Kepala Jurusan program keahlian TKR, Akuntansi, dan RPL semua terlibat dalam panitia dengan dibantu beberapa guru dan staff TU yang kompeten. Cara SMK Ma'arif 9 Kebumen membangun dan mengkomunikasikan kenggulan sekolah kami adalah mengusung nilai-nilai Islam terutama Nahlatul Ulama yang beraliran *Ahlussunah Waljama'ah*. Sekolah juga memiliki beberapa prestasi akademik dan nonakademik. Selain itu dalam menarik kepercayaan masyarakat, sekolah menerapkan marketing *mix* yaitu 7 bauran dimulai dari produk, harga, lokasi, promosi, SDM, dan bukti fisik.¹⁵¹

Saat pandemi *Covid-19* ini tentunya pihak sekolah menggunakan beberapa cara dan strategi untuk promosi sekolah. Penerimaan peserta didik baru tahun ini tidak dapat kami lakukan seperti tahun-tahun sebelumnya karena adanya pandemi *Covid-19* sehingga kami lebih menekankan ke promosi menggunakan media sosial dan bantuan siswa. Penggunaan media sosial pun kami pilih secara selektif dengan pertimbangan bahwa pasaran kami mayoritas adalah masyarakat daerah urut sewu yang minim akan pengetahuan termasuk teknologi. Pertama kali strategi yang kami susun adalah menjalin jaringan dengan guru- guru tingkat SLTP yang memiliki peranan besar terhadap siswa di sekolahnya. Kami membutuhkan bantuan mereka untuk megarahkan siswa kelas IX mendaftar di SMK Ma'arif 9 Kebumen.¹⁵²

F. Pelayanan Sekolah di SMK Ma'arif 9 Kebumen

SMK Ma'arif 9 Kebumen saat pandemi *Covid-19* memiliki beberapa pelayanan yang menarik. Keunggulan pelayanan SMK Ma'arif 9 Kebumen adalah:¹⁵³

¹⁵¹ Wawancara dengan Ibu Ari Susilowati, M.Pd. Waka Kesiswaan SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 15 Juni 2021.

¹⁵² Wawancara dengan Ibu Ari Susilowati, M.Pd. Waka Kesiswaan SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 15 Juni 2021.

¹⁵³ Hasil wawancara dengan Bapak Hasim Asngari, M.Pd.I. selaku ketua Kepala SMK Ma'arif 9 Kebumen pada tanggal 17 Juni 2021.

1. **Produk**

Kami berusaha untuk meluluskan siswa yang unggul dan mampu meningkatkan produktivitas peserta didik dan dapat terserap di dunia kerja, hal ini dapat dilihat dengan peningkatan jumlah peserta didik tiap tahunnya.

2. **Price / biaya pendidikan**

SMK Ma'arif 9 Kebumen menawarkan harga yang masih terjangkau dan tidak mahal. Dapat dibandingkan dengan sekolah- sekolah yang lain. Kami membuka pendaftaran ada 2 jalur yaitu jalur khusus dan jalur umum. Untuk jalur khusus yaitu bagi siswa yang mendaftar dari tanggal 1 Mei s.d. 30 Juni dengan mendapatkan potongan biaya 25% dari uang praktek, SOP, dan infak gedung. Setelah jalur khusus ditutup kemudian adalah jalur umum, di sini tidak ada keringan biaya. Kami juga menawarkan berbagai macam beasiswa dari anak yatim, yatim piatu, jalur prestasi akademik maupun non akademik, dan potongan 10% bagi pemilik KIP. Karena sekarang sedang pandemi covid-19 untuk biaya daftar ulang kami hanya menafsir Rp 120.000,00 untuk biaya MPLS. Kita juga memberikan bahan seragam yang terdiri dari seragam OSIS, Pramuka, Identitas, Batik Ma'arif, Identitas SMK Ma'arif 9 Kebumen beserta atribut, kaos kaki, sabuk, dasi, dan topi. Untuk pembayaran melihat situasi sedang pandemi dapat dicicil.

3. **Place / tempat**

Lokasi SMK Ma'arif 9 Kebumen sanat strategis dan mudah diakses karena berda tepat depan jalan raya , serta dapat dijangkau dengan angkutan masal. Sehingga untuk pasaran kami, biaya transportasi relatif ekonomis dan terjangkau ekonomi menengah ke bawah.

4. **Promosi**

Kegiatan promosi yang kami lakukan selama pandemi covid-19 adalah dengan menggunakan media-media sosial sebagai ajang

promosi. Media sosial yang kami gunakan yaitu website sekolah, facebook, instagram. Kami juga memberdayakan anak-anak kelas XI dan XII untuk ikut mempromosikan melalui media akun sosial mereka. Kegiatan promosi secara langsung selama pandemi hampir 80% ditiadakan, seperti kegiatan-kegiatan servis sosialisasi ke sekolah-sekolah tingkat SLTP, pengadaan kegiatan-kegiatan sosial. Selain itu kami masih memanfaatkan public relations. Untuk membuat video tentang profil sekolah kami mengajak kerja sama penyiar radio bima sakti.

5. **People (SDM)**

Guru-guru dan karyawan di sini memiliki standar kompetensi yang hampir sama dengan sekolah lain. Kami selektif dalam menerima guru baru atau karyawan baru dengan melalui tahapan seperti tes pedagogi, tertulis, wawancara, praktek IT, *Microteaching*. Kami lebih menekankan komitmen loyalitas yang tinggi.

6. **Physical Evidence (bukti fisik)**

Saya menyadari bahwa sarana-prasarana merupakan faktor pendukung dalam menunjang proses pembelajaran di sekolah. Di SMK Ma'arif 9 Kebumen sarana dan prasarana sudah memadai. Fasilitas yang kami sediakan:

- a. Ruang kelas representatif
- b. Bengkel otomotif
- c. Laboratorium komputer
- d. Perpustakaan dengan ruang baca yang representatif
- e. Lapangan futsal
- f. Lapangan Volly
- g. Lapangan Bulu Tangkis
- h. Free Wifi
- i. Sudio musik
- j. Mushola

k. Pondok pesantren

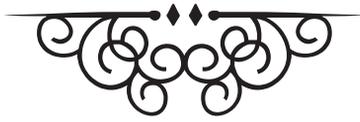
Kami menyediakan pondok pesantren secara gratis khusus untuk siswa laki-laki memiliki keinginan ngaji.

7. **Process**

Agar terlaksana proses pembelajaran yang efektif dan efisien, kami telah memfasilitasi siswa dengan berbagai macam kegiatan belajar mengajar (KBM), fasilitas sarana dan prasarana yang memadai dan kegiatan ekstrakurikuler pramuka, tari, futsal, voley, badminton, english club, tataboga, hadroh, qiroah, pencaksilat, satdisus.

Demikian kenggulan-keunggulan SMK Ma'arif 9 Kebumen dalam menciptakan *brand image* pendidikan di SMK Ma'arif 9 Kebumen. Fasilitas yang diberikan calon peserta didik dalam pemasaran SMK Ma'arif 9 Kebumen selama masa pandemi Covid-19 adalah SMK Ma'arif 9 Kebumen mampu menyediakan dan membagikan masker secara gratis,³³ melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial sebagai daya tarik dan menarik kepercayaan masyarakat untuk menggunakan jasa pendidikan di SMK Ma'arif 9 Kebumen.

Selain itu SMK Ma'arif 9 Kebumen menerapkan 5 langkah (Keandalan, Responsif, Keyakinan, Empati, ujud) dalam memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap calon peserta didik baru. SMK Ma'arif 9 Kebumen berpegangan selalu menomorsatukan pelayanan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam menarik kepercayaan masyarakat, SMK Ma'arif 9 Kebumen menerapkan empat jenis bauran promosi (*promotional mix*) yang akan dibahas yaitu: periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*)

1. *Advertising* dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen. *Advertising* (periklanan) yang dibangun sekolah untuk menarik calon peserta didik baru salah satunya dilakukan secara langsung. Secara langsung maksudnya dengan memanfaatkan media cetak seperti brosur, banner, baliho. Memanfaatkan media elektronik yaitu web, Facebook, Instagram, video profil sekolah.
2. *Personal Selling* dalam Penerimaan Peserta Didik Baru SMK Ma'arif 9 Kebumen. *Personal selling* promosi dilakukan dengan melalui pembicaraan atau getok tular. Promosi ini dilakukan dengan memanfaatkan peran siswa kelas XI dan XII dan para wali murid. Selain menjadi alat promosi yang murah dan sangat efektif, dengan menceritakan kepuasan dari SMK Ma'arif 9

Kebumen kepada orang lain, maka orang lain mulai berpikir dan ada rasa tertarik, memiliki rasa yakin dengan mendaftarkan diri atau putra putrinya ke SMK Ma'arif 9 Kebumen.

3. *Publicity* dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen. *Publicity* dalam penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen melalui pengadaan event-event sosial dengan menonjolkan keterampilan yang dimiliki oleh program keahlian yang disediakan sekolah seperti servis gratis, donor darah dengan diiringi musik live dari Marsa Budaya SMK Ma'arif 9 Kebumen. Kami memiliki grup musik tradisional yaitu angklung sehingga dapat kami manfaatkan sebagai media promosi.
4. *Sales promotion* dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen

SMK Ma'arif 9 Kebumen membuka pendaftaran dengan 2 jalur yaitu jalur khusus dan jalur umum. Untuk jalur khusus yaitu bagi siswa yang mendaftar dari tanggal 1 Mei s.d. 30 Juni dengan mendapatkan potongan biaya 25% dari uang praktek, SOP, dan infak gedung. Kami juga menawarkan berbagai macam beasiswa dari anak yatim, yatim piatu, jalur prestasi akademik maupun non akademik, dan potongan 10% bagi pemilik KIP. Karena sekarang sedang pandemi *covid-19* untuk biaya daftar ulang kami hanya menafsir Rp 120.000,00 untuk biaya MPLS. SMK Ma'arif 9 Kebumen juga memberikan bahan seragam seragam OSIS secara gratis beserta atribut, kaos kaki, sabuk, dasi, dan topi. Untuk pembayaran, karena situasi sedang pandemi dapat dicicil.

B. Saran

Berdasarkan pemaparan implikasi penelitian ini, maka peneliti memberikan rekomendasi dan saran sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

- a. Diperlukan kajian dan penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang strategi promosi penerimaan peserta

didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen

- b. Diperlukan kajian lebih lanjut tentang keberagaman strategi promosi penerimaan peserta didik baru sebagai bandingan dari penelitian ini untuk pendidikan di sekolah lain
- c. Menanamkan niat dan motivasi ibadah didalam melaksanakan tugas- tugas yang diamanahkan dengan penuh tanggung jawab karena hal ini dilakukan semata-mata untuk kemajuan sekolah dalam melaksanakan tujuan pendidikan

2. Saran Praktis

- a. Bagi SMK Ma'arif 9 Kebumen penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan strategi peromosi penerimaan peserta didik baru
- b. Bagi Pascasarjana IAINU KEBUMEN diharapkan penelitian ini dapat memberi sumbangsih dalam pengembangan keilmuan yang berkembang dan *up to date* untuk peningkatan kelembagaan ke depannya.
- c. Bagi Panitia PPDB SMK Ma'arif 9 Kebumen diharapkan penelitian ini menjadi dasar pengembangan strategi promosi penerimaan peserta didik baru agar lembaga pendidikan ini bisa dijadikan sebagai pendidikan formal yang mampu melahirkan peserta didik berakhlak dan memiliki prestasi
- d. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian berikutnya dalam mengungkapkan fenomena lain yang lebih baik. hal ini dimaksudkan untuk menjebatani kajian yang sistematis dan memperkaya khazanah keilmuan di bidang Manajemen Pendidikan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P., *Dasar-dasar Pemasaran Cet. 1*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999)
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: RINEKA CIPTA, 2014
- Al-Qur'an As-Shafa, Al-Qur'an, *Mushaf Terjemah dan Asbabun Nuzul*, Surakarta: SHAFI MEDIA, 2015
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2010
- Danim, Sudarwan, *Visi Baru Manajemen Sekolah*, Jakarta : Bumi Aksar, 2007
- Darmadi, Hamid, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Depdiknas, *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah*, Jakarta, 2001
- Direktorat Jendral Pendidikan Islam Departemen Agama RI, *Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah Tentang Pendidikan*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2006
- Djamal, M., *Paradigma Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015
- Holey, Graham J, et al., *Marketing Strategy and Competitive positioning*, London: Prentice Hall, 2008.

- Imron, Ali, *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta : Erlangga, 2008
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2007
- Kusuma, Muhammad Halim, *Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten*, Tesis, Surakarta: Pascasarjana Administrasi Pendidikan, 2016
- Ibrahim, R., *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*, Jakarta : Imtima, 2007
- Lewis, Ralph G., Douglas H. Smith, *Total Quality in Higher Education*, Florida : St. Lucie Press, 1994
- Malau, Harman, *Manajemen Pemasaran “Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.59.
- Margono, S., *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Renika Cipta, 2004
- Moekijat, *Manajemen pemasaran*, Bandung : Mandar maju, 2000
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet kedua puluh, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004
- Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012
- Mulyasa, E., *Menjadi Kepala Sekolah Profesioanl*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013
- Mustari, Muhamad, *Manajemen Pendidikan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014
- Nurhadi, Muljani A., *Administrasi Pendidikan di Sekolah*, Yogyakarta; Andi Offset, 1983
- Poster, Cyril, *Gerakan Menciptakan Sekolah Unggulan*, Jakarta : Lembaga Indonesia Adidaya, 2000, Cet. Ke-1
- Prihatin, Eka, *Manajemen Peserta Didik*, Bandung: Alfabeta, 2011

- Rohiat, *Manajemen Sekolah*, Bandung: PT Refika Aditma, 2009
- Rusyan, A. Tabani, dkk., *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992
- Sangdji, Etta Memang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Kumpulan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Sistaningrum, Widyanintyas, *Manajemen Penjualan Produk*, Jakarta: Kanisius, 2002
- Sidi, Indra Djati, *Menuju Masyarakat Belajar*, Jakarta : Logos, 2003
- Slamet, "Pengembangan SMK Model", *Cakrawala Pendidikan*, No.1, vol XXXII, 2013
- Soetjipto , Rafelis Kosasi, *Profesi Guru*, Jakarta : renika Cipta, 2000, Cet. Ke-1
- Subekhi, Akhmad dan Mohammad Jauhar, *Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2012
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kualitatif R dan D*, cet ketujuh, Jakarta: Alfa Beta, 2007
- _____, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Sujanto, Bedjo, *Guru Indonesia dan Perubahan Kurikulum : Mengorek Kegelisahan Guru*, Jakarta: Sagung Seto, 2007
- Sukmadinata, Nana Syaodih, *Metode Penelitian Pendidikan*, cet kesepuluh, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015
- Sumaryanto, "Strategi Sukses Bagi Usaha Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Manajemen Proses" *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Volume 11, Nomer 1, 2011
- Syah, Muhibbin, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005
- Samsudin, *Desain Penelitian Pendidikan*, cet 2, Semarang: Unnes Press, 2009

- Syamsuddin dan Vismania, *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007
- Tim Dosen UPI, *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008
- Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2003
- Umar, Khaerul, *Desain Penelitian Manajemen Strategik*, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2010
- Usman, Husaini, *Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006
- Utami, Pitri dan Arief Sudrajat, *Praktek Sosial Pseserta Didik dalam Memasuki SMA Negeri 1 Kedungwaru di Kabupaten Tulungagung*, *Jurnal Paradigma*. Volume 3 Nomor 1 Tahun 2015
- Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016
- Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sahid, Rahmad, PPDB Unik (Studi Etnograk), diakses melalui <http://sangit26.blogspot.co.id/2013/07/ppdb-unik-studi-etnograk.html>

