

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

a. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa latin dari kata “*manus*” yang artinya “tangan” dan “*agere*” yang berarti “melakukan”. Kata-kata ini digabung menjadi “*managere*” yang bermakna menangani sesuatu, mengatur, membuat sesuatu menjadi seperti apa yang diinginkan dengan mendayagunakan seluruh sumber daya yang ada. Yang kemudian kata *manager* diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, kata benda *management* dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen.¹ Manajemen dalam artian sempit sebagai penyusunan dan pencatatan data dan informasi secara sistematis dengan tujuan supaya dapat menyediakan keterangan serta memudahkan memperolehnya kembali secara keseluruhan dalam hubungan satu sama lainnya.²

Manajemen menurut George R. Terry adalah kemampuan mengarahkan dan mencapai hasil yang diinginkan dengan tujuan dari usaha-usaha manusia dan sumber daya lainnya. Manajemen

¹ Imam Gunawan, *Manajemen Pendidikan suatu pengantar praktik*, (Bandung: Alfabeta, 2017), Hal. 21

² Melayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, pengertian, dan masalah*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). Hal. 1

juga merupakan suatu proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.³ Adapun dalam pendidikan manajemen dapat diartikan sebagai aktivitas memadukan sumber-sumber pendidikan agar terpusat dalam usaha mencapai tujuan pendidikan yang telah ditentukan sebelumnya.⁴

Dalam kata manajemen terkandung tiga makna, yaitu pikiran (*mind*), tindakan (*action*), dan sikap (*attitude*). Secara istilah kata manajemen dapat diartikan 4 hal sebagai berikut :

- 1.) Kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka mencapai tujuan.
- 2.) Segenap perbuatan menggerakkan sekelompok orang atau mengarahkan segala fasilitas dalam suatu usaha kerja sama untuk mencapai tujuan.
- 3.) Bekerja dengan menggunakan atau meminjam tangan orang lain untuk mencapai tujuan tertentu.
- 4.) Memfasilitasi atau melayani dan menggerakkan orang lain dalam organisasi agar dapat bekerja secara optimal dalam rangka mencapai tujuan bersama secara efektif dan efisien.⁵

³⁾ Muhammad Kristiawan, Dian Safitri, dan Rena Lestari, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, Deepublish, 2017). Hal 1

⁴⁾ Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta: Rinek Cipta, 2014), Hal. 8

⁵⁾ St. Rodiyah, *Manajemen Pendidikan Sebuah Konsep dan Aplikasi*, (Jember: IAIN Jember Press, 2015), Hal. 1-2

Manajemen dapat dipandang sebagai ilmu (*science*) dan seni (*art*) dalam penerapan fungsi-fungsinya. Manajemen merupakan suatu ilmu yang mempelajari cara untuk mencapai suatu tujuan dengan efektif dan efisien dengan bantuan SDM yang ada. Manajemen juga sebagai seni yang berfungsi mengajarkan kita dalam melaksanakan sesuatu hal untuk mencapai tujuan yang nyata sesuai dengan harapan.⁶

Manajemen dapat dianggap sebagai disiplin ilmu yang mencakup unsur ilmiah dan artistik dalam pelaksanaan fungsinya. Bidang manajemen mencakup studi sistematis tentang strategi dan teknik yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif melalui pemanfaatan sumber daya manusia yang tersedia. Manajemen adalah suatu disiplin ilmu yang mencakup penerapan prinsip-prinsip artistik untuk memandu individu dan organisasi secara efektif menuju pencapaian tujuan yang nyata, menyelaraskan tindakan mereka dengan harapan yang telah ditentukan sebelumnya.⁷

Untuk dapat diterima sebagai Peserta Didik Baru (PPDB) pada suatu lembaga pendidikan, calon pendaftar harus memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh sekolah. Kebijakan operasional Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) menyangkut waktu khusus

⁶ Rusyadi Ananda dan Oda Kinanta Banurea, *Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan*, (Medan: CV. Widya Puspita, 2017), Hal. 25

⁷ Ibid., Hal. 15

pendaftaran yang meliputi mulai dan berakhirnya proses pendaftaran.⁸ Adapun fungsi manajemen menurut George R. Terry antara lain sebagai berikut :

1.) *Planning* (Perencanaan)

Sebelum manajer melakukan pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga pengawasan, mereka harus membuat rencana-rencana yang memberikan tujuan dan arahan untuk organisasi. Dalam perencanaan manajer memutuskan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya.” Jadi, perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan keputusan selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan yang baik dapat dicapai dengan mempertimbangkan kondisi diwaktu yang akan datang dalam mana perencanaan dan kegiatan yang diputuskan akan dilaksanakan.⁹ Perencanaan (*Planning*) yaitu membuat prakiraan serta menetapkan tujuan atau sasaran, standar, aturan atau prosedur, jadwal, dan memanfaatkan sumber daya manusia dalam mencapai tujuan atau sasaran yang sudah ditentukan.¹⁰

⁸) Riyuzen Praja Tuala, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah*, (Bandar Lampung: Lintang Rasi Aksara Books, 2018), Hal. 3

⁹) Bisri Mustofa dan Ali Hasan, *Pendidikan Manajemen*, (Jakarta: Multi Kreasi Satu Delapan, 2013), Hal. 45

¹⁰) Mesterjon, *Teori dan Konsep Manajemen Sistem Pembelajaran 4.0*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, Deepublish, 2021), Hal. 18

2.) *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian ialah penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan sumber daya manusia terhadap kegiatan ini, penyediaan faktor-faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukan hubungan wewenang yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan.¹¹

George R. Terry menjelaskan bahwa pengorganisasian merupakan kegiatan dasar manajemen. Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan menyusun semua sumber yang disyaratkan dalam rencana, terutama sumber daya manusia, sedemikian rupa sehingga kegiatan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Dengan pengorganisasian, orang-orang dapat disatukan dalam satu kelompok atau lebih untuk melakukan berbagai tugas. Tujuan pengorganisasian adalah membantu orang-orang untuk bekerja sama secara efektif dalam wadah organisasi atau lembaga.¹²

¹¹) Yayat M. Herujito, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2021), Hal. 89-90

¹²) Sudjana, *Manajemen Program Pendidikan untuk Pendidikan Non Formal dan Pengembangan SDM*, (Bandung: Falah Production, 2004), Hal. 106

3.) *Actuating* (Pelaksanaan)

Kegiatan pelaksanaan ini merupakan pelaksanaan dari apa yang sudah direncanakan dan ditempatkan sesuai tugas dan fungsinya. Pelaksanaan ini juga merupakan pemberian motivasi kepada anggota kelompok untuk senantiasa bekerja keras agar tujuan yang sudah ditetapkan dapat terwujud. Menurut George R Terry mendefenisikan *actuating* adalah tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok suka berusaha untuk mencapai sasaran, agar sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi.¹³

George R. Terry menyatakan bahwa sukses dalam manajemen sebagian dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu :

- a.) Mendapatkan orang-orang yang cakap.
- b.) Mengatakan kepada mereka apa yang hendak dicapai dan bagaimana cara mengerjakan apa yang kita inginkan.
- c.) Memberikan otoritas kepada mereka.
- d.) Menginspirasi mereka dengan kepercayaan untuk mencapai sasaran.¹⁴

¹³⁾ Muhammad Kristiawan, Dian Safitri, dan Rena Lestari. *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, Deepublish, 2017), Hal. 28

¹⁴⁾ Ibid., Hal. 29

4.) *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan merupakan kegiatan mengawasi dalam kegiatan manajemen. Apakah pelaksanaan dan pengorganisasian yang sudah dilakukan dalam tahap awal memberikan pelaksanaan yang lebih terarah. Empat fungsi manajemen ini digambarkan kedalam bentuk siklus karena adanya keterkaitan antara fungsi manajemen yang pertama dan berikutnya.¹⁵

Pengawasan yang baik memerlukan langkah-langkah pengawasan, yaitu: (1) Menentukan tujuan standar kualitas pekerjaan yang diharapkan. Standar tersebut dapat berbentuk standar fisik, standar biaya, standar model, standar penghasilan, standar program, standar yang bersifat *intangibile* (*tidak berwujud*), dan tujuan yang realistis; (2) Mengukur dan menilai kegiatan-kegiatan atas dasar tujuan dan standar yang ditetapkan; (3) Memutuskan dan mengadakan tindakan perbaikan.¹⁶

Pengawasan adalah pengukuran dan koreksi terhadap segenap aktivitas anggota organisasi guna meyakinkan bahwa semua tingkatan tujuan dan rancangan yang dibuat benar-benar dilaksanakan. Pengawasan berfungsi untuk mengukur tingkat efektivitas kerja personal dan tingkat efisiensi penggunaan metode dan alat tertentu dalam usaha mencapai tujuan organisasi

¹⁵⁾ John Suprihanto, *Manajemen*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014), Hal. 5

¹⁶⁾ Didin Kurniadin dan Imam Machali, *Manajemen Pendidikan Konsep dan Prinsip Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2014), Hal. 132

sehingga pengawasan sesungguhnya merupakan alat pengukuran terhadap efektivitas dan efisiensi organisasi.¹⁷

b. Pengertian Pemasaran

Pemasaran memainkan peran penting dalam masyarakat karena keterlibatannya yang komprehensif dalam berbagai aspek kehidupan. Pemasaran mencakup proses memuaskan kebutuhan individu melalui penyediaan produk atau layanan, sehingga memfasilitasi perolehan produk dan pemanfaatan layanan. Proses pemasaran dirancang dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan koordinasi dan manajemen kegiatan pemasaran yang efektif.¹⁸

Dalam bukunya yang berjudul "*The Millennium of Marketing Management*," Philip Kotler berpendapat bahwa pemasaran adalah fenomena sosial dimana individu dan kolektif memperoleh keuntungan melalui generasi, penyediaan, dan pertukaran produk dan jasa yang berharga dengan orang lain. Ini menyiratkan bahwa pemasaran adalah fenomena sosial di mana individu dan kolektif memperoleh barang dan jasa yang diinginkan

¹⁷⁾ Ibid., Hal. 133

¹⁸⁾ Mardia, dkk, *Strategi Pemasaran*, (Yayasan Kita Menulis, 2021), Hal. 1-2

dengan menghasilkan, memberikan, dan saling bertukar penawaran berharga dengan orang lain.¹⁹

Prinsip dasar dalam bidang pemasaran mencakup konsep Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan. Kebutuhan adalah aspek yang melekat pada keberadaan manusia, yang mencakup berbagai kebutuhan mendasar. Selain kebutuhan esensial, individu juga memiliki keinginan yang signifikan untuk waktu luang, perolehan pengetahuan, dan hiburan. Transformasi kebutuhan menjadi keinginan terjadi ketika individu mengarahkan perhatiannya pada objek tertentu yang memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Permintaan mengacu pada kecenderungan konsumen terhadap barang atau jasa tertentu, yang selanjutnya didukung oleh kemampuan finansial mereka untuk melakukan pembelian.²⁰

Strategi pemasaran adalah pendekatan strategis yang digunakan oleh para pemimpin perusahaan atau organisasi untuk mendorong inovasi dan mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Saat terlibat dalam aktivitas pemasaran, penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang komprehensif yang selaras dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dan secara efektif mempromosikan produk atau layanan yang ditawarkan.²¹

¹⁹ Ibid., Hal. 3

²⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (edisi ketiga belas), (Jakarta: Erlangga, 2009), Hal. 12

²¹ Ulfah Ainun Humairaa, *Apa sih, Strategi Pemasaran itu?*, (Pustaka Taman Ilmu, 2021), Hal.6

Rencana pemasaran berfungsi sebagai alat utama untuk memandu dan menyelaraskan upaya pemasaran.²²

Maka dari manajemen pemasaran yang mendalam dan kreatif dapat membuat berjalan lancarnya suatu proses pemasaran. Dengan ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru dalam merencanakan proses pemasaran. Sebagai seorang kepala sekolah harus mempunyai inovasi dan membuat suatu strategi perencanaan baru yang bisa menarik minat calon siswa untuk bergabung dalam lembaga pendidikan tersebut.

2. Kepala Sekolah

Kepala sekolah berperan penting dalam sistem manajemen sekolah, mengawasi berbagai komponen pendidikan, termasuk input, proses, dan output, di lembaga pendidikan. Kepala sekolah mengambil peran penting untuk memastikan pelaksanaan inisiatif pendidikan yang efektif melalui administrasi sekolah, yang mencakup berbagai komponennya. Selain itu, kepala sekolah memikul tanggung jawab untuk mengawasi kecukupan dan kemandirian sumber daya yang tersedia, memungkinkan mereka untuk memenuhi tugas dan fungsinya masing-masing.²³

²²⁾ Muhammad Yusuf Saleh, Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, (Makassar: CV. Sah Media, 2019), Hal. 19

²³⁾ Siti Julaiha, *Konsep Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Tarbiyah Wa Ta'lim: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran, 2019), Vol. 6, No. 3, Hal. 2

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2017, diatur bahwa kepala sekolah dibebaskan dari tanggung jawab mengajar, sehingga menghilangkan beban kerja tambahan yang terkait dengan tugas tersebut. Namun, terlepas dari pengecualian ini, prinsipal tetap berhak menerima tunjangan profesi. Pasal 54 ayat 1 secara tegas menyebutkan bahwa tanggung jawab utama kepala satuan pendidikan meliputi pelaksanaan tugas manajerial, pembinaan pengembangan kewirausahaan, dan pengawasan kegiatan guru dan tenaga kependidikan. Peran penting kepala sekolah merupakan penentu yang sangat menentukan kemajuan dan keberhasilan sekolah.

Kepala sekolah memiliki berbagai tugas dan tanggung jawab yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, koordinasi, pengawasan, dan evaluasi dari semua kegiatan di sekolah. Oleh karena itu, dalam mengejar tujuan pendidikan, adalah tugas kepala sekolah untuk memenuhi peran dan kewajiban mengelola sumber daya dan mengawasi operasional sekolah.²⁴

3. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

a. Pengertian Peserta Didik

Dalam kerangka pendidikan Islam dikemukakan bahwa peserta didik adalah individu dalam keadaan belum dewasa yang memiliki berbagai potensi fundamental yang biasa disebut dengan fitrah yang perlu pembinaan dan peningkatan. Peserta didik adalah

²⁴) Ibid., Hal. 4

individu yang memiliki dimensi jasmani dan rohani serta berada dalam tahap perkembangan yang meliputi aspek fisik, mental, intelektual, dan psikis, belum mencapai kedewasaan yang seutuhnya. Realisasi penuh potensi inheren siswa bergantung pada keterlibatan mereka dalam proses pendidikan.²⁵

b. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)

Calon siswa baru diharuskan melakukan serangkaian langkah, dimulai dengan pengumpulan dokumentasi yang diperlukan dan pengisian formulir yang relevan. Calon siswa baru wajib mematuhi protokol Pangkalan Data Pratama (PPDB), sesuai dengan pedoman prosedur yang ditetapkan oleh lembaga pendidikan. Tujuan utama Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) adalah untuk menjamin pemerataan akses layanan pendidikan yang bermutu bagi seluruh warga usia sekolah.

Proses penerimaan siswa baru yang dikenal dengan Seleksi Siswa Sekolah Negeri (PPDB) dilakukan oleh lembaga pendidikan sesuai dengan kalender akademik. Proses ini melalui beberapa tahapan, antara lain pemberitahuan kepada masyarakat, pendaftaran, pengumuman siswa yang diterima, dan selanjutnya dilakukan pendaftaran ulang. Ada dua metode untuk menyelesaikan proses PPDB. Metode pertama melibatkan pendaftaran offline, yang memerlukan pendaftaran langsung di sekolah. Metode kedua

²⁵Toto Suharto, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2011), Hal. 119

melibatkan pendaftaran online, yang memerlukan pendaftaran melalui situs web resmi PPDB yang dikembangkan oleh sekolah penyelenggara.

Proses penerimaan siswa baru memegang peranan penting bagi sebuah lembaga pendidikan. Proses peningkatan penerimaan siswa baru yang disebut juga dengan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) ini memerlukan penerapan strategi untuk mendukung prakarsa penerimaan siswa yang merupakan kebiasaan yang dilakukan setiap tahun. Penerimaan siswa harus didasarkan pada :

- 1.) Obyektivitas mensyaratkan bahwa penerimaan mahasiswa, baik mahasiswa baru maupun mahasiswa pindahan, harus mengikuti ketentuan umum yang dituangkan dalam keputusan menteri.
- 2.) Transparansi mengacu pada praktik membuat proses penerimaan siswa secara terbuka dapat diakses oleh publik, termasuk orang tua, dengan tujuan untuk mencegah potensi penyimpangan yang mungkin timbul.
- 3.) Akuntabilitas adalah kemampuan untuk memberikan pertanggungjawaban penerimaan mahasiswa secara transparan kepada masyarakat luas, baik proses maupun hasilnya.
- 4.) Di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, program pendidikan bersifat inklusif dan tidak diskriminatif yang

memungkinkan peserta didik dari semua suku, daerah asal, agama, dan kelas sosial dapat berpartisipasi.²⁶

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Ada beberapa judul skripsi yang bertemakan tentang manajemen pemasaran pendidikan dan penerimaan peserta didik baru (PPDB). Berikut adalah judul skripsi-skripsi tersebut :

1. Skripsi Tata Istikomah (2020) IAINU Kebumen yang berjudul Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 1 Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa proses pendataan tentang manajemen penerimaan siswa di SMK Ma'arif 1 Kebumen telah berhasil dilakukan, peneliti menggunakan teori manajemen menurut George R. Terry yaitu *Plan, Organizing, Actuating, and Controlling*.

Penelitian ini memberikan pemeriksaan yang setara terhadap penerimaan mahasiswa baru. Sedangkan perbedaannya penulis skripsi ini hanya berfokus pada manajemen penerimaan peserta didik baru. Penelitian yang akan datang akan fokus pada strategi manajemen pemasaran yang digunakan oleh kepala sekolah untuk meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dan terkait prosedur pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).²⁷

²⁶ Suwardi, Daryanto, *Manajemen Peserta Didik*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2017), Hal. 53

²⁷ Tata Istikomah, *Skripsi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Ma'arif 1 Kebumen*, (IAINU Kebumen: Kebumen), 2020.

2. Skripsi Felinda Karela (2020) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjudul Strategi Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MTs Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan. Dalam skripsinya, Felinda Karela mengupas topik strategi manajemen pemasaran yang ditujukan untuk meningkatkan penerimaan siswa di MTs Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini mendukung anggapan bahwa kepala madrasah dapat memanfaatkan hasilnya untuk menginformasikan pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Strategi pemasaran mencakup beberapa komponen utama, antara lain pembentukan tim PPDB, identifikasi alat pemasaran yang tepat seperti waktu, lokasi, dan target audiens, pemilihan alat atau media promosi, dan penentuan biaya kuliah bulanan yang terjangkau untuk memastikan aksesibilitas untuk semua individu yang ingin masuk ke madrasah. Studi ini mengkaji strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah untuk menarik siswa baru dan prosedur yang terlibat dalam pelaksanaan proses Penerimaan Siswa Baru (PPDB). Perbedaannya terletak pada penulis tesis ini mengkaji strategi manajemen pemasaran, sedangkan peneliti hanya berkonsentrasi pada manajemen dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh kepala sekolah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan dalam perencanaan suatu strategi pemasaran dilaksanakan oleh kepala madrasah, hal ini dikarenakan agar perencanaan strategi pemasaran yang dilaksanakan akan lebih efektif. Dalam strategi pemasaran yang dibuat yaitu: pembentukan tim PPDB, menentukan perangkat pemasaran mulai dari waktu, tempat, dan target strategi pemasaran yang akan dilakukan, menentukan alat atau media promosi, dan menentukan biaya SPP per bulan yang terjangkau agar semua kalangan bisa masuk ke madrasah tersebut.

Penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran sekolah dalam peningkatan peserta didik baru dan tata pelaksanaan penerimaan peserta didik baru (PPDB). Sedangkan perbedaannya adalah penulis skripsi ini membahas tentang strategi manajemen pemasaran dan peneliti hanya berfokus pada manajemen dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh kepala sekolah.²⁸

3. Skripsi Muhammad Fikri (2020), yang dilakukan di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, berfokus pada topik strategi pemasaran pendidikan yang digunakan untuk menarik minat calon siswa di SMK IT Nurul Qolbi Bekasi. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi

²⁸⁾ Felinda Karela, *Skripsi Strategi Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MTs Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan*, (UIN Maulana Malik Ibrahim: Malang), 2020.

pemasaran sekolah yang diterapkan di SMK IT Nurul Qolbi Bekasi dapat diringkas sebagai berikut:

- a. Untuk memastikan target pasar, institusi pendidikan menganalisis secara menyeluruh berbagai faktor yang berkaitan dengan lingkungan dan kebutuhan masyarakat yang ada.
- b. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, sekolah menerapkan strategi positioning pasar yang kompetitif dengan mengidentifikasi sejumlah lembaga pendidikan saingan.
- c. Dalam konteks strategi bauran pemasaran, institusi pendidikan menyediakan berbagai program akademik berkualitas tinggi.

Studi ini mengkaji strategi pemasaran sekolah, dengan fokus khusus pada variasi pendekatan yang digunakan untuk menarik perhatian siswa. Penelitian yang akan datang akan fokus pada manajemen dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh administrator sekolah untuk meningkatkan penerimaan siswa baru selama proses penerimaan siswa (PPDB), serta prosedur pelaksanaan terkait.²⁹

²⁹) Muhammad Fikri, *Skripsi Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di SMK IT Nurul Qolbi Bekasi*, (UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta), 2020.

C. Fokus Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian memfokuskan kajian penelitian yang akan dibahas yaitu penelitian yang akan dilakukan di SMP Ma'arif 1 Kebumen, dengan judul Manajemen Pemasaran Kepala Sekolah dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SMP Ma'arif 1 Kebumen. Dengan fokus kepada manajemen pemasaran kepala sekolah dalam peningkatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan strategi pemasaran kepala sekolah dalam menarik minat calon peserta didik baru untuk masuk ke sekolah tersebut.