

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON  
PESERTA DIDIK BARU DI SEKOLAH MENENGAH  
ATAS YAYASAN PENDIDIKAN SOROWAKO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas  
Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**NASHAR**  
21 0206 0025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2025**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON  
PESERTA DIDIK BARU DI SEKOLAH MENENGAH  
ATAS YAYASAN PENDIDIKAN SOROWAKO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas  
Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**NASHAR**  
21 020600 25

**Pembimbing:**

- 1. Tasdin Tahrir, S.Pd., M.Pd.**
- 2. Firman Patawari, S.Pd., M.Pd.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nashar  
NIM : 2102060025  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Palopo, 10 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



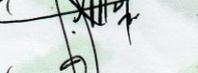
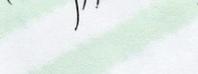
Nashar  
NIM 2102060025

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako yang ditulis oleh Nashar Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 21 0206 0025, mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqsyahkan pada hari Senin, tanggal 17 Maret 2025 bertepatan dengan 17 Ramadhan 1446 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.).

Palopo, 13 Maret 2025

### TIM PENGUJI

1. Firmansyah, S.Pd., M.Pd. (  )  
Ketua Sidang
2. Dr. Taqwa, S.Ag., M.Pd.I. (  )  
Penguji I
3. Alimuddin, S.Ud., M.Pd.I. (  )  
Penguji II
4. Tasdin Tahrir, S.Pd., M.Pd. (  )  
Pembimbing I/Penguji
5. Firman Patawari, S.Pd., M.Pd. (  )  
Pembimbing II/Penguji

### Mengetahui:

  
Dekan  
Dekan PTIK IAIN Palopo  
NIP. 19670516 200003 1 002

  
Ketua Program Studi  
Manajemen Pendidikan Islam  
Tasdin Tahrir, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 19860601 201903 1 006

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang berjudul: “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako” yang ditulis oleh:

Nama : Nashar  
Nim : 20 0206 0025  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Disetujui untuk dilanjutkan di seminar hasil. Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 26 Februari 2025

Pembimbing I



**Tasdin Tahrim, S.Pd., M.Pd.**

Pembimbing II



**Firman Patawari, S.Pd., M.Pd.**

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 26 Februari 2025

Lamp : -

Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Di, Palopo

*Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Nashar
NIM	: 21 0206 0025
Fakultas	: Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diujikan pada ujian seminar hasil penelitian. Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Tasdin Tahrin, S.Pd., M.Pd.**

Pembimbing II



**Firman Patawari, S.Pd., M.Pd.**

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah menganugrahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako” setelah memulai proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang manajemen pendidikan Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongandari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.
2. Prof. Dr. H. Sukirman, S.S., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas

Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palopo.

3. Tasdin Tahrir, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Palopo dan Bapak Firmansyah, S.Pd., M.Pd. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Palopo yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Sumardin Raupu, S.Pd., M.Pd. selaku Penasehat Akademik
5. Tasdin Tahrir, S.Pd., M.Pd. dan Firman Patawari, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Alimuddin, S.Ud., M.Pd.I. selaku dosen validator dan Sarmila, S.Pd., M.Pd. selaku dosen validator yang telah meluangkan waktunya untuk memvalidasi dan memberikan masukan untuk instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini.
7. Dr. Taqwa, S.Ag., M.Pd.I. dan Alimuddin, S.Ud., M.Pd.I. selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Abu Bakar, S.Pd.I, M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan

pembahasan skripsi ini.

10. Nurkholis, S.Pd., Gr. kepala sekolah SMA Yayasan Pendidikan Sorowako, beserta pembina dan staf, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
11. Kedua orang tua saya (Nasruddin dan Hartina) cinta pertamaku dan orang hebat yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dan kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang dihidup saya, terimakasih untuk semua doa dan dukungan mama dan bapak saya bisa berada dititik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi harus selalu ada setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya, *i love you* mama dan bapak.
12. Kepada seluruh keluarga saya terimakasih tekhusus kakak saya Harmiyanti, Jamaluddin, Naharuddin dan adik saya Nasrun serta seluruh keluarga.
13. Kepada sahabat-sahabat ku tercinta Nur Hikmah, Muh Rizaldy Assahid, Zulfita Angraini, Safira Tongkan, Nofrianti, Arfa Aprilia, Nirwana, Irmadeviyanti Ir, Shintya, dan Iskandar yang selalu membantu dan mendukung saya selama proses penyusunan skripsi ini.
14. Semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Palopo angkatan 2021 (khususnya MPI Kelas A), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
15. Kepada diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah

bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah berjuang menjadi yang baik, serta senantiasa menikmati prosesnya, yang bisa dibilang tidak mudah. Mampu mengatur waktu, tenaga serta pikiran dengan sangat amat baik sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada, apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Mudah-mudahan bernilai dan mendapatkan pahala dari Allah swt.  
Aamiin.

Palopo, 26 Februari 2025

Nashar

NIM: 21 0206 0025

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat dibawah ini:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi

---

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (,).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monotong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
أَ	<i>Fathah</i>	<i>A</i>	A
إِ	<i>Kasrah</i>	<i>I</i>	I
أُ	<i>Dammah</i>	<i>U</i>	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيِ	<i>Fathah dan Wau</i>	Ai	a dan i
أُو	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ...   آ... ي	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ... ي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ... ي	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : mata

رَمَى : rama

قِيلَ : qila

يَمُوتُ : yamūtu

#### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'' marbūtah* ada dua, yaitu *tā'' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd ( - ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعَمَّ : *nu''ima*

عَدُوٌّ : ,,aduwwun

Jika huruf ع ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau A’ly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Arabiy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma‘rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsi yah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : asy-syamsu (bukan al-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : az-zalzalāh (bukan al-zalzalāh)

الفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta''muruna*

النَّوْعُ : *an-nau'u*

شَيْءٌ : *syai''un*

أَمْرٌ : *umirtu*

## 8. Penelitian Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur''an (dari al-Qur''ān), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba''īn al-Nawāwī*

*Risālah fi Ri''āyah al-Maslahah*

## 9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudāfilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullah*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun tāʿmarbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fi rahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya Huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD).

Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi"ā linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfi*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī" al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafattahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	8
B. Landasan Teori .....	13
1. Strategi .....	13
2. Pemasaran Pendidikan .....	16
3. Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan (Marketing Mix) .....	19
4. Minat Peserta Didik Baru.....	27
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	28
C. Kerangka Pikir.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Fokus Penelitian .....	32
C. Definisi Istilah .....	32
D. Desain Penelitian.....	33
E. Data dan Sumber Data.....	33
F. Instrumen Penelitian.....	34
G. Teknik Pengumpulan Data .....	34
H. Pemeriksaan Keabsahan Data .....	36
I. Teknik Analisis Data .....	37

<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Data .....	39
B. Pembahasan.....	59

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A. Simpulan.....	69
B. Saran.....	70

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS An-Nahl:125.....	14
----------------------------------	----

## **DAFTAR HADIS**

Hadis Teentang Pentingnya Strategi Yang Jelas dan Terarah .....	15
---	----

## **DAFTAR TABEL**

Table 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
Tabel 4.1 Jumlah Pendaftar Siswa SMA YPS .....	39
Tabel 4.2 Program Unggulan Kurikulum.....	42
Tabel 4.3 Data Kelulusan Siswa di PTN.....	43
Tabel 4.4 Daftar Siswa Tahun Ajaran 2023-2024 .....	50
Tabel 4.5 Daftar Sarana di SMA YPS .....	51
Tabel 4.6 Daftar Prasarana di SMA YPS.....	52
Tabel 4.7 Prestasi Siswa SMA YPS.....	56
Tabel 4.8 Program Kegiatan Siswa SMA YPS.....	57

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	30
Gambar 4.1 Peta Sekolah .....	45
Gambar 4.2 Media Informasi PPDB .....	47
Gambar 4.3 Sosial Media SMA YPS .....	47
Gambar 4.4 YouTube Channel SMA YPS .....	48
Gambar 4.5 Website SMA YPS .....	48
Gambar 4.6 Sertifaict For Education Level 1 .....	49
Gambar 4.7 Alur Pendaftaran PPDB SMA YPS .....	54

## **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 4.1 Peningkatan Minat Siswa SMA YPS.....	59
--	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Instrumen Penelitian .....	72
Lampiran 2 Hasil Wawancara .....	82
Lampiran 3 Administrasi Penelitian.....	93
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	97

## ABSTRAK

**Nashar, 2025.** “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako*” Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh **Tasdin Tahrim** dan **Firman Patawari**.

Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menemukan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan melakukan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan data yang bersumber dari informan serta dokumen yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Minat peserta didik baru di SMA YPS dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya dorongan keluarga, pengaruh status sosial dan budaya. (2) SMA Yayasan Pendidikan Sorowako memiliki strategi dalam melakukan pemasaran sekolah yang pertama menyusun program unggulan kurikulum dan layanan tambahan, melakukan peningkatan dan pemeliharaan sarana dan prasarana sekolah, mengembangkan SDM yang siap bekerja dan berkualitas, pendidikan gratis bagi semua peserta didik, menyediakan fasilitas bus sekolah yang dapat digunakan oleh siswa untuk berangkat dan pulang sekolah, informasi mengenai PPDB melalui berbagai media seperti *website* sekolah, media sosial, *google meet* dan *pamphlet*, penguatan *branding* sekolah dengan menonjolkan kekhasan sekolah seperti pembinaan, prestasi siswa, kedisiplinan sekolah, dan kualitas pembelajaran serta melakukan peningkatan keterserapan alumni di perguruan tinggi melalui program bimbingan belajar. (3) Faktor penghambat dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan adalah kurangnya pemahaman orang tua terkait persyaratan pendaftaran. Faktor pendukung dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan adalah keamanan sistem seleksi dalam menjaga proses PPDB dan fasilitas pemantauan online bagi orang tua juga disediakan untuk memberikan kemudahan dalam memantau anak mereka saat mengikuti tes secara daring.

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran, Minat Calon Peserta Didik Baru

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pemasaran atau promosi adalah bagian yang tidak terpisahkan dari dunia pendidikan. Oleh karena itu, sekolah harus merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai kesuksesan. Topik ini dianggap penting karena pemasaran jasa pendidikan juga membantu sekolah dalam berkomunikasi dengan calon siswa dan meyakinkan mereka dengan menawarkan produk atau jasa yang tersedia di sekolah.<sup>1</sup> Hal ini terlihat dalam usaha kreatif dan inovatif yang dilakukan oleh para pengelola lembaga pendidikan untuk mengeksplorasi keunikan dan keunggulan masing-masing sekolah, sehingga lebih banyak masyarakat yang tertarik untuk memilih layanan pendidikan tersebut.

Pemasaran untuk lembaga pendidikan sangatlah penting. Pertama, sebagai lembaga non-profit yang bergerak di bidang jasa pendidikan, kita perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola tetap eksis. Kedua, kita harus memastikan bahwa layanan jasa pendidikan yang kita tawarkan relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kita perlu melakukan pemasaran agar jenis dan ragam jasa pendidikan yang kita tawarkan dikenal dan dipahami secara

---

<sup>1</sup> Tihalimah, Chairi Agusna, "Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya", *Jurnal Intelektualita Prodi MPI FTK UIN Ar-Raniry*, Vol. 10 No.1, Edisi Januari- Juni 2021, 55.

luas oleh masyarakat dan pelanggan. Keempat, agar keberadaan lembaga pendidikan yang kita kelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat dan pelanggan.<sup>1</sup>

Definisi tersebut menunjukkan bahwa pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep untuk memenuhi tujuan individu dan organisasi. Pemasaran adalah manajemen yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memenuhi keinginan serta kebutuhan pelanggan. Dalam dunia pendidikan, ada beberapa aspek yang bisa dikembangkan dalam hal pemasaran, mulai dari menyusun perencanaan program hingga bagaimana mengimplementasikannya agar menarik minat pelanggan. Semua ini dapat dikembangkan dan dijadikan strategi pemasaran untuk sekolah.

Penelitian tentang hubungan antara pemasaran pendidikan dan minat calon peserta didik baru masih terbatas. Penelitian sebelumnya belum mengeksplorasi faktor-faktor yang mungkin mendukung atau menghambat, serta strategi untuk mengembangkan strategi pemasaran pendidikan. Faktor-faktor tersebut perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi pemasaran pendidikan.

Ada beberapa alasan mengapa strategi pemasaran sekolah sangat penting. Pertama, sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa pendidikan, perlu meyakinkan masyarakat dan pelanggan (seperti peserta didik, orang tua, dan pihak terkait) bahwa sekolah tersebut tetap ada. Kedua, perlu memastikan bahwa layanan yang diberikan relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, harus melakukan kegiatan promosi sebagai bagian dari komunikasi agar dikenal dan dipahami oleh

---

<sup>1</sup> Al Barokah, "Strategi Marketing Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan (Studi Kasus Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo)", *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 4, No. 4, Maret 2023, 793.

masyarakat atau pelanggan. Keempat, untuk memastikan bahwa eksistensi sekolah yang dikelola tetap diperhatikan oleh masyarakat luas dan calon pelanggan.<sup>2</sup>

*Input*, proses, dan *output* merupakan elemen penting dalam lembaga pendidikan yang perlu ditingkatkan mutu dan kualitasnya. Input merujuk pada peserta didik baru yang bergabung dengan lembaga pendidikan, proses mencakup berbagai kegiatan yang dikelola dan diatur didalam lembaga tersebut, sedangkan *output* adalah hasil yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan. Sumber daya lembaga pendidikan meliputi semua aspek terkait lembaga tersebut, termasuk tenaga pendidik dan peserta didik. Memahami mutu dan kualitas awal dari sumber daya ini adalah langkah penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas lembaga pendidikan. Diperlukan pemahaman mendalam terhadap sumber daya pendidikan untuk mengetahui aspek-aspek mana yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan.<sup>3</sup>

Layanan lembaga sekolah dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari kondisi fisik dan bangunan hingga fasilitas dan kualitas guru. Konsumen akan mengkritik dan mengajukan keluhan terhadap layanan yang dianggap tidak memuaskan. Mereka akan memperhatikan kondisi bangunan ruang belajar, seperti atap yang bocor, struktur bangunan yang berpotensi membahayakan keselamatan siswa, retakan yang bisa menyebabkan keruntuhan, kebersihan halaman, kelas,

---

<sup>2</sup> Venna Try Anggraeni, Sugandi, Kheyene Molekandella Boer, “Strategi Komunikasi di SMA Plus Melati Kota Samarinda”, *Ejournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 11, No. 2, 2023, 83.

<sup>3</sup> Luthfi Zulkarmain, “Analisis Mutu (Input-Proses-Output) Pendidikan di Lembaga Pendidikan Islam Mts Assalam Kota Mataram Nusa Tenggara Barat”, *Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan*, Vol. 3, No. 1, Februari 2021, 19.

serta keberadaan dan kebersihan WC dan kamar mandi. Selain itu, fasilitas seperti papan tulis, kapur, spidol, teknologi pendidikan, serta kualitas guru yang disiplin, berwibawa, dan menguasai materi adalah aspek penting dari pemasaran lembaga pendidikan.<sup>4</sup> Semua aktivitas yang dilakukan oleh sekolah pada akhirnya akan berkontribusi pada penilaian yang diberikan kepada pelanggan jasa pendidikan berdasarkan kepuasan yang mereka rasakan.

Setiap lembaga pendidikan harus mampu bersaing di dunia pendidikan, mengingat persaingan yang sangat ketat di Indonesia. Lembaga pendidikan perlu memiliki kompetensi dalam mengelola strategi pemasaran pendidikan untuk memasarkan institusinya agar sumber daya manusia dan kualitasnya dapat berkembang dan maju. Oleh karena itu, setiap lembaga pendidikan memerlukan strategi pemasaran pendidikan untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhannya. Strategi ini penting bagi semua jenis lembaga pendidikan, baik yang sudah lama berdiri maupun yang baru, untuk mendapatkan citra positif dan kepercayaan masyarakat.

Pemasaran pendidikan yang efektif dapat meningkatkan minat calon peserta didik baru. SMA YPS Sorowako telah memanfaatkan pemasaran pendidikan yang baik untuk menarik minat calon peserta didik baru dengan menggunakan berbagai media seperti website, media sosial, dan video. Informasi yang disampaikan dikemas dengan jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens target, dengan penggunaan bahasa yang ramah dan sopan untuk membuat calon peserta didik baru

---

<sup>4</sup> Muhammad Iqbal, "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 4, No. 1, Mei 2019, 131.

merasa nyaman dan tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang sekolah tersebut. Selain itu, SMA YPS Sorowako sering menampilkan testimoni dari alumni yang sukses dan prestasi siswa yang membanggakan di berbagai media komunikasi, guna menunjukkan kualitas pendidikan dan keunggulan sekolah dibandingkan dengan institusi lain, sehingga bukti prestasi ini dapat meyakinkan calon peserta didik baru bahwa SMA YPS Sorowako adalah pilihan yang tepat.

Observasi awal di SMA YPS Sorowako, ditemukan bahwa orang tua siswa banyak mendaftarkan anak-anaknya di SMA YPS Sorowako karena kualitas pendidikan yang unggul dengan fasilitas yang lengkap dan modern. SMA YPS Sorowako memiliki tenaga pengajar yang kompeten dan berpengalaman, serta kurikulum yang relevan dengan perkembangan zaman. Selain itu, menyediakan berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang dapat mengembangkan minat dan bakat siswa. SMA YPS Sorowako juga memiliki reputasi yang baik di masyarakat karena prestasi-prestasi yang telah diraih oleh siswa-siswi dan secara aktif mempublikasikan prestasi-prestasi di media sosial sebagai bentuk apresiasi kepada siswa untuk membangun citra positif dan *branding* sekolah. Hal ini juga menjadi salah satu daya tarik bagi orang tua untuk mendaftarkan anak-anak mereka di sekolah. Penelitian ini menarik untuk dilakukan guna memahami bagaimana strategi pemasaran diterapkan dan mengidentifikasi faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pemasaran tersebut.

Berdasarkan fakta, argumen, dan tujuan penelitian yang telah disebutkan, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan

judul: “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako.”

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako?
2. Bagaimanakah strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?
3. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mendeskripsikan strategi pemasaran pendidikan yang digunakan untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk menemukan, menganalisis, dan mendeskripsikan:

1. Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako
2. Faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako.
3. Bagaimanakah minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua aspek yaitu secara teoretis dan praktis:

1. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan

ilmu pemasaran, khususnya dalam penerapan dan pemanfaatan strategi promosi sekolah. Ini memungkinkan adanya inovasi dan kreativitas dalam produk dan jasa pendidikan tertentu, serta penerapan pemasaran pendidikan untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako.

2. Secara praktis, penelitian ini berguna untuk membantu sekolah atau guru dalam menganalisis dan menyelesaikan masalah terkait penerapan strategi pemasaran pendidikan guna meningkatkan minat calon peserta didik baru. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi lembaga atau sekolah dalam mengantisipasi berbagai tantangan terkait penerapan pemasaran pendidikan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti, ada beberapa studi sebelumnya yang mengangkat masalah serupa dengan penelitian ini. Namun, masing-masing memiliki fokus yang berbeda dalam hal pokok masalah yang dikaji. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dimaksud:

1. Penelitian oleh Mat Bahri dengan judul Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Mutu Pendidikan di MTS Negeri 2 Pamekasan dalam hasil penelitiannya ditemukan bahwa MTs Negeri 2 Pamekasan menggunakan dua pola komunikasi dalam pemasaran mutu pendidikan. Pertama, berhubungan dengan siswa melalui bidang akademik dan non-akademik. Kedua, berhubungan dengan karakter dan ciri khas sekolah itu sendiri. Sekolah ini menerapkan berbagai strategi pemasaran, termasuk sosialisasi, penyebaran brosur, pemasangan banner, dan pemanfaatan media online seperti website. Alumni juga dilibatkan dalam proses komunikasi. Keberhasilan pemasaran mutu pendidikan di MTs Negeri 2 Pamekasan dipengaruhi oleh prestasi sekolah dalam bidang akademik dan non-akademik serta keberadaan ciri khas atau karakter unik sekolah, seperti program Adiwiyata tingkat Nasional, yang membantu meningkatkan citra dan pengenalan sekolah di masyarakat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mat Bahri, "Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Mutu Pendidikan", *Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, Vol. 13, No. 01, Juli 2021, 9.

2. Penelitian oleh Sri Herwindya Baskara Wijaya dkk dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Pendidikan Tertib Berlalu Lintas Pada Kalangan Anak Usia Dini dalam hasil penelitiannya mengatakan bahwa dalam pemasaran sosial, target pasar dikenal sebagai target adopter, yaitu individu atau kelompok yang bersedia mengadopsi perilaku baru secara sukarela tanpa adanya paksaan. Dalam konteks pemasaran sosial oleh Satlantas Polres Klaten, adopter merupakan tantangan utama karena melibatkan perubahan kebiasaan lama terkait kepatuhan lalu lintas. Agar program ini efektif, penting untuk melakukan komunikasi yang baik dengan adopter yang masih muda, dengan pendekatan yang sesuai dengan usia mereka dan teori perilaku serta pembelajaran sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan dilakukan di Taman Edukasi Tertib Lalu Lintas Bersinar di Desa Sidowayah, Klaten, Jawa Tengah, dengan fokus utama pada deskripsi holistik mengenai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian dalam keadaan alami.<sup>2</sup>
3. Penelitian oleh Nadim Mustafa dkk dengan judul Strategi Komunikasi Humas SMK Karya 05 Teras Kabupaten Boyolali pada Penerimaan Siswa Baru Tahun 2022 dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa SMK Bhinneka Karya 05 Teras menerapkan strategi komunikasi langsung untuk penerimaan siswa baru Tahun 2022 dengan melakukan sosialisasi di komunitas berpendapatan rendah, serta memasang baliho dan menyebarkan brosur di lokasi-lokasi dengan tingkat putus sekolah tinggi, meskipun daerah tersebut dekat dengan perkotaan.

---

<sup>2</sup> Sri Herwindya Baskara Wijaya dkk, "Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Pendidikan Tertib Berlalu Lintas Pada Kalangan Anak Usia Dini", *Wahana*, Vol. 73, No. 2, 2021, 33-34.

Namun, SMK Bhinneka Karya 05 Teras menghadapi beberapa tantangan dalam penerapan strategi komunikasi untuk penerimaan siswa baru Tahun 2021, termasuk persaingan ketat dengan sekolah-sekolah besar yang memiliki anggaran lebih besar, serta masalah di mana banyak orang tua tidak memberikan izin kepada anak-anak mereka untuk melanjutkan pendidikan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dilakukan di SMK Bhinneka Karya 05 Teras, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis data dilakukan melalui reduksi, pengumpulan, dan penyajian data.<sup>3</sup>

4. Penelitian oleh Muhammad Taryono dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan Di MTS Ma'arif Nu 07 Selakambang Kabupaten Purbalingga dalam hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa MTS Ma'arif NU 07 Selakambang, yang terletak di jalan raya Selakambang, Kabupaten Purbalingga, didukung oleh masyarakat desa sekitar yang merupakan warga NU. Selama lima tahun terakhir, terjadi penurunan jumlah siswa, yang menunjukkan menurunnya minat orang tua untuk menyekolahkan anak di MTS Ma'arif NU 07 Selakambang. Oleh karena itu, diperlukan promosi melalui layanan pendidikan berkualitas, prestasi akademik dan non-akademik, serta pengembangan pembiasaan agar orangtua merasa nyaman menyekolahkan anak di sekolah ini. Ketercukupan pendidik dan tenaga kependidikan di MTS Ma'arif NU 07 Selakambang perlu ditingkatkan melalui profesionalisme guru dalam

---

<sup>3</sup> Nadim Mustafa dkk, "*Strategi Komunikasi Humas SMK Bhinneka Karya 05 Teras Kabupaten Boyolali pada Penerimaan Siswa Baru*", (Diss. Universitas Sahid Surakarta, 2023), 18.

pembelajaran. Penggunaan media pembelajaran dan pembimbingan oleh guru harus ditingkatkan. Sarana yang ada meliputi ruang kelas, ruang guru, dan ruang kepala sekolah, namun ruang UKS perlu diperbaiki dan jumlah WC harus segera ditambah karena WC merupakan fasilitas penting dalam layanan sekolah. Program pembiasaan saat ini masih fokus pada aspek akademik, sementara pembiasaan yang membentuk sikap dan karakter yang membuat orangtua nyaman belum ada. Untuk memotivasi orangtua agar menyekolahkan anak, dilakukan promosi melalui kunjungan rumah, brosur, dan kerja sama dengan SD/MI terdekat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, studi dokumen, dan wawancara, serta analisis data menggunakan model interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman dalam Moleong, yang meliputi reduksi data, display data, pengambilan kesimpulan, dan verifikasi selama proses penelitian.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Muhammad Taryono, “*Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan Di Mts Ma’arif Nu 07 Selakambang Kabupaten Purbalingga*”, (Kebumen: Diss. Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama, 2022), 82.

Untuk pemahaman yang lebih mendalam, perhatikan tabel perbandingan di bawah ini yang menyajikan data secara rinci.

**Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Mat Bahri	Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Mutu Pendidikan di MTS Negeri 2 Pyamekasan	Penelitian ini sama-sama berfokus pada strategi dalam pemasaran pendidikan. Artinya, keduanya mengeksplorasi bagaimana memasarkan institusi pendidikan.	Perbedaan penelitian ini fokus pada meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako. Penelitian ini akan melihat bagaimana pemasaran pendidikan diterapkan untuk menarik lebih banyak calon siswa baru. Sedangkan penelitian terdahulu fokus pada mutu pendidikan yang dipasarkan oleh MTS Negeri 2 Pamekasan. Ini berarti penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi mempromosikan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga tersebut.
2	Sri Herwindya Baskara Wijaya dkk	Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Pendidikan Tertib Berlalu Lintas Pada Kalangan Anak Usia Dini	Kedua penelitian ini sama sama menggunakan strategi pemasaran sebagai alat utama untuk mencapai tujuan mereka.	Perbedaan penelitian ini Terfokus pada pendidikan formal di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) dalam meningkatkan jumlah pendaftar atau calon siswa baru melalui strategi pemasaran pendidikan yang efektif. Sedangkan penelitian terdahulu lebih berfokus pada pendidikan non-formal yang berhubungan dengan keselamatan berlalu lintas dalam meningkatkan kesadaran dan perilaku tertib berlalu lintas pada anak usia dini melalui strategi komunikasi yang efektif.

3	Nadim Mustafa dkk	Strategi Komunikasi Humas SMK Bhinneka Karya 05 Teras Kabupaten Boyolali pada Penerimaan Siswa Baru Tahun 2022.	Kedua penelitian bertujuan untuk meningkatkan minat dan jumlah pendaftar atau calon siswa baru di sekolah mereka masing-masing.	Perbedaan penelitian ini menggunakan strategi pemasaran pendidikan yang biasanya berhubungan dengan teknik-teknik pemasaran untuk menarik minat calon siswa. Sedangkan penelitian terdahulu menggunakan strategi komunikasi humas yang lebih berfokus pada hubungan masyarakat dan citra sekolah dalam penerimaan siswa baru. Penelitian terdahulu ini lebih spesifik tentang kegiatan humas. Perbedaan selanjutnya terletak pada lokasi penelitian.
4	Muhammad Taryono	Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan Di MTS Ma'arif Nu 07 Selakambang Kabupaten Purbalingga	Penelitian ini sama sama membahas mengenai penggunaan strategi pemasaran dalam konteks pendidikan untuk mencapai tujuan tertentu.	Perbedaan penelitian ini pada SMA Yayasan Pendidikan Sorowako berfokus pada kurikulum dan nilai-nilai yang berbeda, yang mempengaruhi bagaimana mereka memasarkan pendidikan mereka. Sedangkan penelitian terdahulu pada MTS Ma'arif Nu 07 Selakambang Kabupaten Purbalingga menekankan aspek-aspek tertentu dari pendidikan agama Islam yang mempengaruhi strategi pemasaran mereka.

## B. Landasan Teori

### 1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos*, yang berarti upaya untuk meraih kemenangan dalam peperangan. Awalnya, istilah ini digunakan dalam konteks militer, namun kini telah digunakan dalam berbagai bidang dengan makna yang relatif sama, termasuk dalam konteks pembelajaran yang dikenal sebagai strategi pembelajaran. Setelah semua informasi diperoleh, langkah selanjutnya

adalah menyusun tindakan yang perlu dilakukan, mencakup perencanaan strategi peperangan, taktik, teknik, serta waktu yang tepat untuk melakukan serangan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi, perlu mempertimbangkan berbagai faktor, baik internal maupun eksternal.<sup>5</sup>

Strategi adalah tujuan jangka panjang suatu perusahaan serta rencana untuk memanfaatkan dan mengalokasikan semua sumber daya yang penting guna mencapai tujuan tersebut. Secara umum, strategi dapat dipahami sebagai serangkaian keputusan penting untuk merencanakan dan melaksanakan berbagai rencana tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan sasaran. Hal ini melibatkan pertimbangan tentang keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis yang ideal untuk mencapai cakupan dan perspektif jangka panjang yang optimal bagi individu atau organisasi.<sup>6</sup>

Dalam Islam, strategi sebagai metode atau taktik untuk mencapai tujuan bukanlah hal yang baru. Banyak ayat al-Qur'an dan hadis yang dapat dijadikan dasar untuk strategi. Contohnya, seperti yang dinyatakan dalam surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahnya:

Serulah kepada jalan Tuhanmu dengan kebijaksanaan dan pengajaran yang baik, dan bantahlan mereka dengan cara yang baik pula. Sesungguhnya Tuhanmu, dia lebih mengetahui siapa yang

---

<sup>5</sup> Muhammad Hasan dkk, *Strategi Pembelajaran*, (Klaten: Tahta Media Group, 2021), 51.

<sup>6</sup> Mashuri, Dwi Nurjannah, Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing, *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol.1, No. 1, April 2020, 100.

sesat di jalannya, dan dialah yang lebih tahu siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl: 125).<sup>7</sup>

Menurut Quraish Shihab dalam kutipan Muhtarul Alif dengan tafsir Al-Mishbah, ayat tersebut menyatakan, "Hai kaum Muslimin, janganlah kalian berdebat atau berdiskusi dengan ahli kitab, yaitu orang-orang Yahudi dan Nasrani, tentang ajaran yang kalian perselisihkan kecuali dengan cara yang baik dan ucapan yang terbaik. Kecuali bagi mereka yang melakukan kezaliman, seperti melampaui batas dalam berdiskusi, maka kalian boleh tidak mempraktikkan cara terbaik kepada mereka. Meski demikian, meskipun dialog dilakukan secara mendadak, tetaplah lakukan dengan cara yang baik."<sup>8</sup>

Strategi juga Langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu lembaga untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu setiap Langkah harus dijalankan secara teratur dan terarah.

Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa ayat 58:

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

Terjemahnya:

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu.

---

<sup>7</sup> Departemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Surat An-Nahl Ayat 125, CV. Thoha Putra, Semarang.

<sup>8</sup> Muhtarul Alif, "Dialog Lintas Agama dalam Al-Quran: Analisis Term Ahl Al-Kitab dalam Tafsir Al-Misbah", *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 8, No. 1, 2023, 78, DOI: doi.org/10.24090/maghzav8i1.7135

Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (QS. An-Nisa ayat 58).<sup>9</sup>

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana atau program yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan peluang dan kemungkinan yang tersedia. Dalam konteks pendidikan, strategi seringkali berhubungan dengan upaya untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mempromosikan sekolah. Berdasarkan definisi strategi tersebut, langkah awal yang harus diambil oleh lembaga pendidikan untuk menarik minat konsumen adalah merancang komunikasi pemasaran yang efektif. Pemasaran akan berhasil dan sesuai dengan program jika didukung oleh strategi yang tepat.

## **2. Pemasaran Pendidikan**

### **a. Pemasaran**

Menurut Levens dalam kutipan Rita Nurmalina, pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses yang dirancang untuk merencanakan, menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada pelanggan. Pemasaran melibatkan serangkaian kegiatan perusahaan atau organisasi yang berfokus pada pertukaran informasi mengenai produk, jasa, dan ide antara perusahaan dengan pelanggan.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Kementerian Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: cv Al-Fatih Berkah Cipta.2013), 77.

<sup>10</sup> Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020), 9.

Pemasaran adalah suatu proses manajerial yang memungkinkan individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Ini mencakup semua aktivitas yang terkait dengan penyampaian produk atau jasa dari produsen ke konsumen.<sup>11</sup>

Fandy Tjiptono, seperti yang dikutip oleh Mustaqim, memberikan beberapa definisi tentang pemasaran, yaitu sebagai berikut:

1. Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi permintaan atas produk atau jasanya serta memastikan bahwa produk tersebut terjual dan disampaikan kepada pelanggan.
2. Pemasaran adalah proses sosial yang melibatkan berbagai aktivitas yang diperlukan oleh individu dan kelompok organisasi untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain, serta untuk mengembangkan hubungan pertukaran yang berkelanjutan.<sup>12</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah aktivitas usaha yang bertujuan untuk mempromosikan barang dan jasa sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pemasaran yang efektif harus melalui serangkaian tahapan yang terstruktur dengan baik dan membangun hubungan positif dengan produsen,

---

<sup>11</sup> Lavenia V. Y. Reppi, "Silcyljeova Moniharapon, Sjendry Loindong", *Jurnal EMBA*, Vol. 9 No.3 Juli 2021, 1483.

<sup>12</sup> Mustaqim, "Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam: Pondok Pesantren Amsilati Darul Falah Bangsri Jepara", *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 12, No.1, Tahun 2018, 110.

agar produk yang dijual kepada konsumen diterima dengan baik dan jumlah pelanggan tetap terjaga.

b. Pendidikan

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual ke agamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.<sup>13</sup> Definisi pendidikan dalam arti luas adalah Hidup. Artinya bahwa pendidikan adalah seluruh pengetahuan belajar yang terjadi sepanjang hayat dalam semua tempat serta situasi yang memberikan pengaruh positif pada pertumbuhan setiap makhluk individu. Bahwa pendidikan berlangsung selama sepanjang hayat (long life education). Pengajaran dalam pengertian luas juga merupakan sebuah proses kegiatan mengajar, dan melaksanakan pembelajaran itu bisa terjadi di lingkungan manapun dan kapanpun.<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan bahwa Pemasaran Pendidikan adalah kegiatan yang dilakukan lembaga pendidikan untuk memberikan informasi tentang layanan pendidikan yang mereka tawarkan. Kegiatan ini bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas dari lembaga pendidikan tersebut.

Pemasaran pendidikan tentang mengelola hubungan melalui komunikasi yang efektif. Dalam dunia usaha dan industri sering dianggap tentang pengelolaan

---

<sup>13</sup> Desi Pristiwanti dkk, "Pengertian Pendidikan", *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4, No. 6, 2022, 7922.

<sup>14</sup> Desi Pristiwanti dkk, "Pengertian Pendidikan", *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Vol. 4, No. 6, 2022, 7923.

pertukaran antara produsen dan konsumen. Dalam dunia pendidikan, pemasaran adalah tentang mengelola hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan klien mereka dalam hal ini siswa dan orang tua siswa. Pemasaran pendidikan juga dapat diartikan sebagai konsep mengubah kurikulum pendidikan menjadi konten pemasaran yang mudah dipahami masyarakat. Konten pemasaran tersebut bisa berupa artikel, video, majalah, infografis, kuis interaktif, kursus online, dan lain-lain.

### 3. Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses.<sup>15</sup> Dalam konteks pendidikan bauran pemasaran adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan.<sup>16</sup> Bauran pemasaran juga memiliki dua manfaat penting. Pertama, ini adalah alat penting yang digunakan untuk memungkinkan seseorang melihat pemasaran. Pekerjaan manajer adalah, sebagian besar, masalah perdagangan dari manfaat kekuatan kompetitif seseorang dalam bauran pemasaran bertentangan dengan manfaat orang lain. Manfaat kedua dari bauran pemasaran adalah membantu mengungkapkan dimensi lain dari pekerjaan

---

<sup>15</sup> Wahyu Abdillah, Andry Herawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur", *JLABI*, Vol. 2, No. 2, 2018, 312

<sup>16</sup> Bunga Dwimala dan Maimunah, "Analisis Bauran Pemasaran untuk Mempengaruhi Permintaan Pasar dalam Memilih TK", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 2, Desember 2020, 168.

manajer pemasaran. Semua manajer harus mengalokasikan sumber daya yang tersedia di antara berbagai tuntutan, dan pemasaran manajer pada gilirannya akan mengalokasikan sumber daya yang tersedia ini di antara berbagai perangkat kompetitif dari bauran pemasaran. Dengan melakukan hal ini, ini akan membantu menanamkan filosofi pemasaran dalam organisasi.<sup>17</sup> Salah satu langkah proses pemasaran sekolah direkomendasikan oleh penelitian dengan mengimplementasikan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah suatu alat kontrol institusi pendidikan untuk mendapatkan apresiasi target yang di inginkan.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam kutipan buku Imam Junaris dan Nik Haryanti mengatakan bahwa unsur unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran ada tujuh hal yang biasa disingkat dengan 7P yaitu *product*; jasa seperti apa yang ditawarkan, *price*; strategi penentuan harga, *place*; dimana tempat jasa diberikan, *promotion*; bagaimana promosi dilakukan, *people*; kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh orang orang yang terlibat dalam pemberian jasa. *Physical evidence*; sarana prasarana seperti apa yang dimiliki, dan *process*; manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.<sup>18</sup>

Marketing mix atau bauran pemasaran dimensi-dimensinya sebagai berikut:

a. Produk Jasa dalam Konteks Pendidikan

---

<sup>17</sup> Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Bauran Pemasaran", *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 7, No. 1, Juni 2021, 3.

<sup>18</sup> Imam Junaris dan Nik Haryanti, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 45.

Produk dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah lembaga yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkan. Dengan kata lain produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>19</sup>

Produk itu sendiri terbagi atas lima tingkatan yaitu:

1. *Core benefit* merupakan manfaat dasar yang sebenarnya dibeli oleh konsumen, dalam hal ini adalah pendidikan.
2. *Basic product* atau versi dasar dari suatu produk dalam hal ini misalkan pengetahuan dan keterampilan yang memiliki ciri khas.
3. *Expected product* yaitu sejumlah atribut yang menyertai diantaranya adalah kurikulum, silabus, tenaga pendidik dan sebagainya.
4. *Augmented product* merupakan product merupakan produk tambahan dengan tujuan agar berbeda dengan produk pesaing, misalnya output dari lembaga tersebut mampu berbahasa Inggris baik lisan maupun tulisan, *computer*, bahasa Arab dan sebagainya.

---

<sup>19</sup> Abdillah Mundir, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah", *Malia*, Vol. 7, No.1, Februari 2019, 33.

5. *Potensial product* yaitu seluruh tambahan dan perubahan yang mungkin didapat produk tersebut adalah pengakuan lulusan lembaga tersebut dari dunia kerja.<sup>20</sup>

b. *Price* (Harga) dalam Konteks Pendidikan

Merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana mutu produk baik, maka calon siswa atau mahasiswa berani membayar lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan. Salah satu strategi yang sekarang dikembangkan oleh beberapa perguruan tinggi adalah *skimming price* artinya adalah memasang harga yang setinggi tingginya pada saat mulai dipasarkan dengan jaminan bahwa produk yang ditawarkan memang berkualitas tinggi sehingga tidak mengecewakan konsumennya.<sup>21</sup>

c. *Place* (Lokasi/Tempat)

*Place* adalah letak sekolah mempunyai peranan yang sangat penting karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang diprsepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.<sup>22</sup> Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor:

1. Akses yaitu kemudahan mencapai lokasi.

---

<sup>20</sup> Fitriyanto dkk, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa", *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, Vol. 5, No. 5, Mei 2021, 320.

<sup>21</sup> Mawadhatul Asfah dan Muhamad Kholif Suhadha, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Era Globalisasi", *Jurnal Al Iim*, Vol. 3, No.2, 2021, 22.

<sup>22</sup> Abd.Rahman dan Abdul Muin, "Aspek Sumber Daya Manusia Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan", *JURNAL INDOPEdia (Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan)*, Vol. 1, No. 4, Desember 2023, 1463.

2. Visibilitas yaitu lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya.
3. Lalulintas dalam arti tingginya kemacetan akan mempengaruhi minat customer terhadap jasa tersebut.
4. Tempat parkir luas.
5. Ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha.
6. Persaingan yaitu dengan memperhitungkan lokasi pesaing kita.
7. Ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus di anut oleh setiap lembaga pendidikan.<sup>23</sup>

d. *Promotion*

Promosi jasa pendidikan (*promotion*), yaitu menyangkut baik periklanan maupun penjualan jasa pendidikan secara pribadi. Tujuannya adalah mengomunikasikan manfaat yang diperoleh lembaga pendidikan kepada pelanggan potensial jasa pendidikan. Iklan mengomunikasikan manfaat jasa pendidikan melalui media massa. Penjualan jasa pendidikan secara pribadi melibatkan seni membujuk dalam penjualan jasa pendidikan dengan dasar tatap muka.<sup>24</sup>

e. *People/SDM*

*People* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan

---

<sup>23</sup> Imam Junaris dan Nik Haryanti, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 48.

<sup>24</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 137

konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara pakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*).<sup>25</sup>

Adapun SDM adalah semua orang atau pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personal penyedia jasa, pelanggan, dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam sebuah lembaga sekolah dikelompokkan menjadi tiga, yaitu administrator, guru, dan pegawai. Untuk mewujudkan Sumber Daya Manusia dilingkup pendidikan (guru) yang profesional, harus diperlukan sistem rekrutmen yang profesional juga. Di sisi lain, memberikan kesempatan beasiswa bagi guru untuk melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi lagi merupakan cara yang harus ditingkatkan agar mendapatkan SDM di lingkup pendidikan yang profesional. Selain itu, cara untuk meningkatkan kompetensi guru yakni dengan melalui seminar dan pelatihan hal ini harus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan guru, SDM (guru) harus memiliki kompetensi yang tinggi. Karena pada pelaksanaannya merekalah yang secara langsung menyampaikan jasa kepada para siswa, sehingga puas tidaknya siswa tergantung bagaimana jasa tersebut tersampaikan kepada mereka.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Usania dan Siti Ana Asma, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan", *MANAGERE: Indonesian Journal of Educational Management*, Vol. 3, No. 2, 2021, 133.

<sup>26</sup> Mahmud dkk, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19", *JMiE: Journal of Management in Education*, Vol. 6, No. 1, 2021, 40.

Selain Sumber Daya Manusia yang diperhatikan, attitude guru dalam menyampaikan jasa kepada para siswa harus dipertimbangkan, hal ini diharapkan agar guru memiliki keramahan dan kehandalan dalam mengerjakan semua tugas. Oleh karenanya, diperlukan peningkatan budaya ramah kepada seluruh warga sekolah agar tercipta suasana pembelajaran yang kondusif dengan harapan seluruh siswa termotivasi untuk meningkatkan pengetahuannya.

f. *Physical Evidence* (Fasilitas/Sarana Fisik)

Merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Sarana fisik dalam lembaga pendidikan adalah gedung atau bangunan dengan segala sarana dan fasilitas yang ada. Sarana pembelajaran yang lengkap dan memadai ini merupakan fasilitas yang dapat menunjang dan membantu dalam proses pembelajaran. Penggunaan teknologi dalam memberikan penjelasan materi kepada siswa juga menjadi penawaran yang menarik dalam memilih sekolah. Selain itu kenyamanan kelas yang bersih dan didukung dengan peralatan yang modern juga memudahkan siswa untuk menerima dan memahami materi pembelajaran yang disampaikan.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Asdrayany dkk, "Jasa Pendidikan Di Sekolah Menengah Atas" *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, Vol. 6, No. 4, 2023, 2905.

Salah satu faktor dalam marketing mix yang perlu diperhatikan dalam industri jasa adalah physical evidence. Bukti fisik adalah sarana fisik, lingkungan terjadinya penyampaian jasa, antara penyedia jasa dan konsumen berinteraksi dan setiap komponen lainnya yang memfasilitasi penampilan yang ditawarkan. Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah elemen tangible apa saja yang diinginkan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu.<sup>28</sup>

Bukti fisik memberikan kesempatan istimewa kepada perusahaan dalam mengirimkan pesan-pesan yang kuat dan konsisten berkenaan dengan apa yang ingin dicapai, diberikan perusahaan kepada segmen pasar yang dituju, serta pesan-pesan berkenaan dengan karakteristik jasa yang dimiliki. Selain itu, bukti fisik juga sangat penting dalam membentuk image atau persepsi karena melalui bukti fisik ini konsumen siap untuk mengidentifikasi dan membandingkan suatu perusahaan jasa dengan perusahaan jasa lainnya.

g. Proses

Proses penyampaian jasa pendidikan merupakan inti dari seluruh pendidikan, kualitas dalam seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk sirkulasi dalam merekrut pelanggan

---

<sup>28</sup> Muhammad Dayat, "Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan", *Jurnal Mu'allim*, 2019, 316.

pendidikan.<sup>29</sup> Proses jasa pendidikan (process), yaitu sistem operasi lembaga pendidikan untuk mengatur pemasaran jasa pendidikan dengan dampak yang jelas terhadap penempatan karyawan lembaga pendidikan dalam hal pembagian tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mencari sumber daya bagi strategi pemasaran jasa pendidikan.<sup>30</sup> Dalam proses pemasaran jasa pendidikan harus diperhatikan dan selalu ditingkatkan bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen hingga sampai ke konsumen.

Di lembaga pendidikan tentunya harus menyangkut produk utamanya adalah proses belajar mengajar dari guru kepada siswa. Apakah kualitas guru dalam memberikan materi cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan materi. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang sukses pemasaran dan pemuasan.

#### **4. Minat Peserta didik Baru**

##### **a. Pengertian minat peserta didik baru**

Minat adalah sebuah aspek psikologis manusia yang memotivasi seseorang untuk mencapai tujuan. Ketika seseorang menunjukkan minat terhadap sesuatu, mereka akan lebih cenderung memperhatikan dan merasa antusias. Aqidah dalam

---

<sup>29</sup> Fatkhudin, *Kompetensi Manajerial, Pemasaran Sekolah*, (Cirebon: PT Arr rad Pratama, 2023), 10.

<sup>30</sup> Mesak Hattu dan Anna Maria Ngabalin, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu Sekolah di SMP Negeri 9 Ambon", *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, Vol. 4, No. 2, December 2023, 1208.

jurnalnya menjelaskan bahwa minat adalah fenomena psikologis yang fokus pada suatu objek karena adanya rasa senang terhadapnya.<sup>31</sup>

Minat adalah kecenderungan untuk terus-menerus memperhatikan dan mengingat peristiwa tertentu. Secara sederhana, minat merujuk pada dorongan dan ketertarikan yang mendalam terhadap sesuatu.<sup>32</sup>

Menurut Desmita yang dikutip oleh Romadona, peserta didik merupakan elemen manusia yang berada di posisi sentral dalam proses pendidikan. Peserta didik adalah fokus utama dalam proses transformasi pendidikan. Dari perspektif psikologis, peserta didik adalah individu yang sedang menjalani proses pertumbuhan dan perkembangan, baik secara fisik maupun psikologis, sesuai dengan fitrahnya masing-masing. Oleh karena itu, diperlukan bimbingan dan arahan yang konsisten agar peserta didik dapat mencapai potensi optimal sesuai dengan fitrahnya.<sup>33</sup>

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat peserta didik baru adalah ketertarikan yang ditunjukkan oleh peserta didik atau wali peserta didik terhadap suatu lembaga pendidikan tanpa adanya paksaan, dengan tujuan untuk mengembangkan potensi diri sesuai dengan tahap perkembangan yang ada. Minat peserta didik baru mengacu pada ketertarikan atau perhatian yang

---

<sup>31</sup> Aqoidah, "Motivasi Orang Tua Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Karang Baru Mataram", *Jurnal Ummat*, Vol.3, No.1, 2018, 5.

<sup>32</sup> Ria Susanti Johan, "Pengaruh Game Online Terhadap Minat Untuk Belajar Peserta Didik kelas X Di MA Al Hidayah Depok", *Research and Development Journal of Education*, Vol. 5, No.2, 2019, 15-16.

<sup>33</sup> Romadona, "Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kedisiplinan Peserta Didik Di SMK Teknindo Jaya Depok", *Research and Development Journal of Education*, Vol. 6, No. 2, 2020, 17.

ditunjukkan oleh calon siswa atau orang tua terhadap suatu lembaga pendidikan. Minat ini muncul sebagai hasil dari upaya komunikasi pemasaran yang efektif yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menarik perhatian dan meyakinkan calon siswa mengenai manfaat dan keunggulan dari lembaga tersebut. Secara spesifik, minat peserta didik baru dalam komunikasi pemasaran pendidikan mencakup ketertarikan awal, keterlibatan dan motivasi untuk mendaftar sehingga lembaga pendidikan dapat merancang strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan calon siswa.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Banyak faktor yang memengaruhi keputusan peserta didik dalam memilih sekolah sebagai tempat belajar. Munandar menjelaskan bahwa dalam proses pengambilan keputusan, baik saat membeli barang maupun menggunakan jasa, pembeli dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti kognitif, afektif, dan ciri-ciri kepribadian, serta faktor-faktor eksternal seperti budaya, keluarga, status sosial, dan kelompok acuan.

1. Faktor budaya

Budaya mencerminkan pola pikir dan mencakup berbagai tindakan serta perasaan, yang merupakan manifestasi dari pikiran itu sendiri.

2. Faktor keluarga

Keluarga merupakan unit terkecil dalam masyarakat dengan peran fundamental yang sangat penting. Sebagai lingkungan pertama, keluarga memainkan peranan utama dalam kehidupan individu.

3. Faktor status sosial

Status sosial menggambarkan posisi seseorang dalam masyarakat terkait dengan orang lain, termasuk lingkungan sosial, prestasi, serta hak dan kewajiban. Status sosial dapat mempengaruhi keputusan, seperti bagaimana anak dari tokoh masyarakat harus menjaga nama baik keluarga dan bergaul dalam lingkungan yang baik.

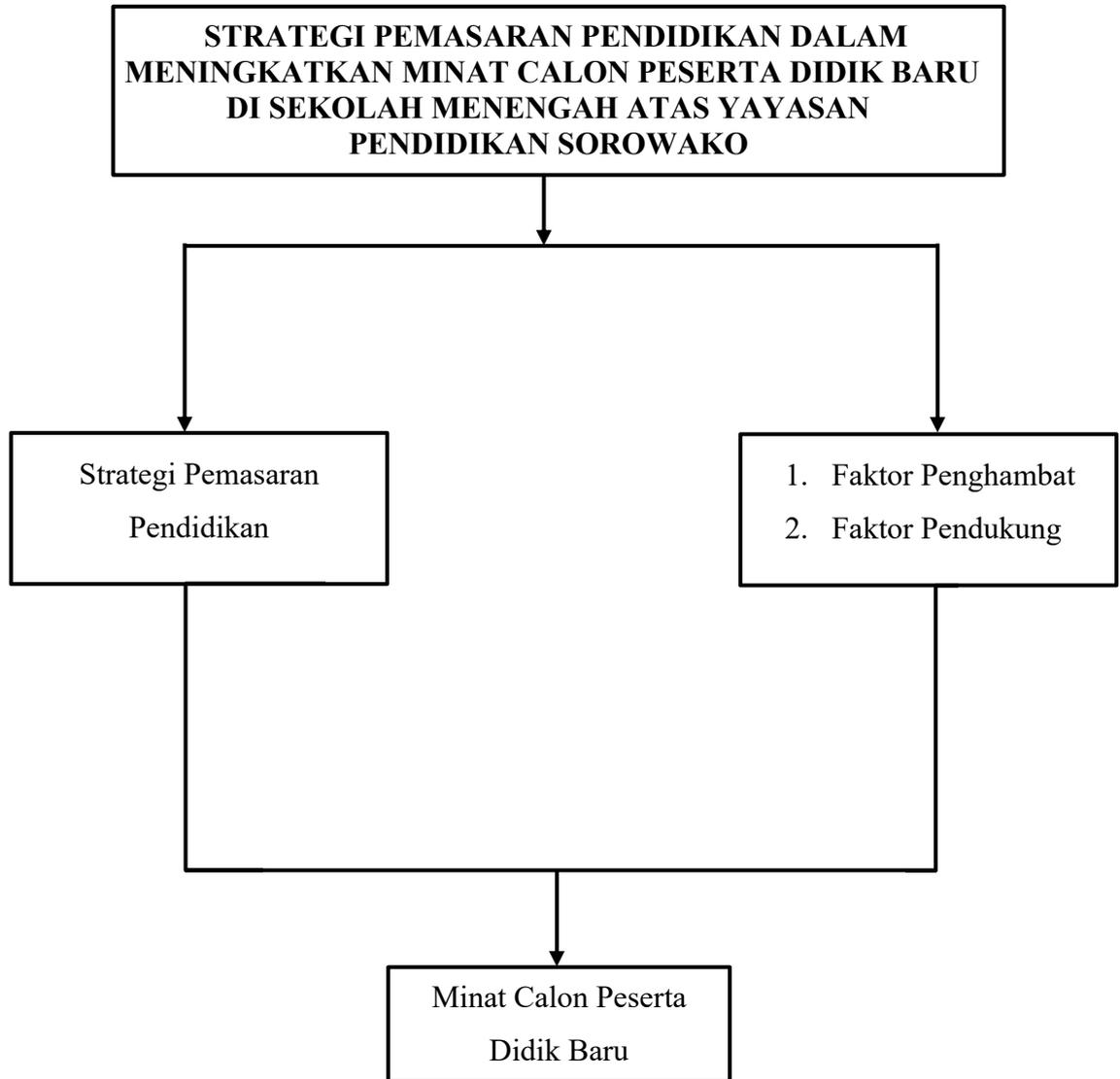
#### 4. Faktor kelompok acuan

Kelompok acuan dapat mempengaruhi perilaku dan gaya hidup seseorang, memengaruhi sikap serta konsep diri, dan memberikan dorongan untuk menyesuaikan diri, yang pada akhirnya bisa mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Irfan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri 2 Jembrana Sebagai Tempat Belajar", *Jurnal Ekonomi Undhiksa*, Vol.10, No. 2, 2018, 17.

### C. Kerangka Pikir



**Gambar 2.1 Kerangka Pikir.**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, di mana fokus analisisnya terletak pada proses penarikan kesimpulan deduktif dan induktif, serta pada analisis dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan penerapan logika ilmiah.<sup>1</sup>

Menurut Bogdan, sebagaimana dikutip oleh Ahmad Tanzeh, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati.<sup>2</sup>

Penelitian ini menerapkan penelitian lapangan sesuai dengan masalah yang diangkat. Tujuan dari penelitian lapangan ini adalah untuk mempelajari secara mendalam latar belakang keadaan sekolah serta interaksi antara individu, kelompok, dan lembaga. Metode pendekatan penelitian adalah aspek yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian. Dalam studi ini, pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi. Pendekatan fenomenologi berupaya untuk memahami fakta, gejala, dan peristiwa dengan cara mengamati dan menilai situasi tersebut dari perspektif ilmiah.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020), 5.

<sup>2</sup>Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras Perum POLRI, 2019), 64.

<sup>3</sup> Pius A. Partanto, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkolah, 2019), 175

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan fenomenologi digunakan untuk mengungkap fakta, gejala, dan peristiwa secara objektif terkait dengan strategi komunikasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako.

## B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini peneliti berfokus pada Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di SMA YPS Sorowako. Lokasi penelitian di Yayasan Pendidikan Sorowako, Jl. Jawa No. 1 Sorowako, Magani, Kec. Nuha, Kab. Luwu Timur, Sulawesi Selatan.

No	Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus
1	Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako.	1. Produk Jasa 2. <i>Price</i> (Harga) Biaya Sekolah 3. <i>Place</i> (Lokasi/Tempat) 4. <i>Promotion</i> 5. <i>People/ SDM</i> 6. <i>Physical Evidence</i> (Fasilitas/Sarana Fisik). 7. Proses
2	Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako.	1. Faktor Penghambat 2. Faktor Pendukung

## C. Definisi Istilah

### 1. Strategi

Strategi adalah rencana tindakan yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Ini melibatkan serangkaian langkah-langkah yang dirancang untuk mengatasi tantangan, memanfaatkan peluang, dan mengoptimalkan sumber daya yang ada.

## 2. Pemasaran Pendidikan

Pemasaran pendidikan adalah tentang mengelola hubungan melalui komunikasi yang efektif. Dalam dunia usaha dan industri sering dianggap tentang pengelolaan pertukaran antara produsen dan konsumen. Dalam dunia pendidikan, pemasaran adalah tentang mengelola hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan klien mereka dalam hal ini siswa dan orang tua siswa.

## 3. Minat calon peserta didik

Minat calon peserta didik mengacu pada ketertarikan atau keinginan individu terhadap bidang studi, kegiatan, atau topik tertentu. Minat ini menunjukkan ketertarikan intrinsik atau eksplisit seseorang terhadap hal-hal seperti mata pelajaran, kegiatan ekstrakurikuler, atau profesi tertentu.

## **D. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah rencana yang digunakan sebagai panduan dalam proses penelitian, bertujuan untuk memberikan peneliti peta jalan yang jelas dan terstruktur untuk melaksanakan penelitian. Proses desain penelitian dimulai dengan pemilihan kasus, diikuti oleh pembuatan instrumen, pengumpulan data di lapangan, dan evaluasi data. Penelitian berakhir dengan peneliti menarik kesimpulan berdasarkan temuan.

## **E. Data dan Sumber Data**

Data adalah bahan mentah yang harus diproses untuk menghasilkan informasi dan keterangan yang mencerminkan fakta. Dalam penelitian ini, jenis data dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung di lapangan melalui teknik wawancara mendalam dan observasi yang menjadi fokus penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan Kepala Sekolah, Orang Tua Siswa dan Calon Siswa.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain, seperti informasi yang didapat dari tenaga pendidik dan kependidikan lainnya, internet, jurnal, buku, dan referensi lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian memainkan peran penting dalam memperoleh data yang relevan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan data. Setelah tahap awal, peneliti mengembangkan instrumen tambahan untuk mendukung pengumpulan data, yaitu: 1) Pedoman Wawancara; 2) Pedoman Observasi; 3) Studi Dokumentasi.

## **G. Pemeriksaan dan Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data adalah elemen krusial untuk menanggapi klaim bahwa penelitian kualitatif tidak ilmiah, berdasarkan pengetahuan terkait dengan penelitian kualitatif. Proses keabsahan data dilakukan untuk memverifikasi data dan memastikan bahwa penelitian tersebut memenuhi standar ilmiah. Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan langkah-langkah berikut:

1. *Credibility* (Kepercayaan), untuk meningkatkan kredibilitas penelitian, peneliti harus memperpanjang waktu tinggal di lapangan, melakukan observasi yang intensif dan mendalam, serta menerapkan teknik triangulasi. Diskusi dengan

rekan sejawat dan analisis kasus-kasus yang menyimpang juga penting untuk memastikan keabsahan temuan penelitian.

2. *Transferability* (Keteralihan), kriteria ini mengukur sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan pada kelompok lain dalam situasi serupa. Untuk mencapai kriteria keteralihan, peneliti mendeskripsikan seluruh proses penelitian secara lengkap, terperinci, dan sistematis, sehingga konteks penelitian dapat dipahami dengan jelas. Uraian rinci tentang temuan akan sangat membantu peneliti lain dalam menggunakan data tersebut sebagai dasar untuk penelitian lanjutan.
3. *Dependability* (Kebergantungan), peneliti harus memastikan bahwa konsep-konsep yang digunakan sesuai dengan fenomena yang dijelaskan. Dalam penelitian ini, kriteria dependabilitas dipenuhi dengan mengumpulkan data yang komprehensif dan mengorganisasi data secara optimal. Selain itu, penelaahan menyeluruh dilakukan bersama pembimbing skripsi, dan seluruh transkrip wawancara serta kisi-kisi tema diserahkan untuk mendapatkan masukan dan perbaikan.
4. *Confirmability* (Kepastian), dalam penelitian kualitatif, kepastian lebih mengacu pada transparansi atau intersubjektivitas, yaitu kesiapan peneliti untuk mengungkapkan proses dan elemen-elemen penelitiannya secara terbuka. Hal ini memungkinkan penilaian oleh pihak lain terhadap hasil temuan.

*Confirmability* memerlukan pemeriksaan terhadap kualitas dan keaslian data, memastikan bahwa data tersebut benar-benar diperoleh dari lapangan.<sup>4</sup>

## H. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, berbagai metode digunakan untuk mengumpulkan informasi di lapangan. Teknik-teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Observasi

Dalam penelitian ini, teknik observasi yang digunakan meliputi observasi terbuka dan tertutup. Dalam observasi terbuka, peneliti secara jelas memberitahu sumber data bahwa ia sedang melakukan penelitian. Sebaliknya, dalam observasi tertutup, peneliti tidak mengungkapkan tujuan penelitiannya untuk menghindari data yang mungkin dirahasiakan. Teknik observasi ini diterapkan untuk memantau kegiatan yang terkait dengan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako.

### 2. Wawancara

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara untuk mengidentifikasi masalah yang sedang diteliti dan mempelajari lebih dalam berbagai aspek dari narasumber. Teknik wawancara mempermudah peneliti dalam menggali informasi yang relevan mengenai strategi komunikasi pemasaran pendidikan untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako. Wawancara yang dilakukan akan dilengkapi dengan

---

<sup>4</sup> Dedi Susanto, Risnita, M. Syahrani Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah", *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humanior*, Vol. 1 No. 1, Mei 2023, 57-59, DOI: <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>

panduan wawancara dan alat bantu seperti *notebook* dan *handphone* untuk merekam atau video, yang dapat memperkuat hasil wawancara. *Informan* yang diwawancarai meliputi Kepala Sekolah, Koordinator Penerimaan Siswa Baru, Guru, Orang Tua Siswa, Siswa, dan Masyarakat.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi mencakup catatan mengenai peristiwa yang telah terjadi. Proses dokumentasi melibatkan pengumpulan data langsung dari lokasi penelitian, termasuk buku, peraturan, laporan kegiatan, foto, dan data relevan lainnya. Data yang akan dikumpulkan meliputi laporan terkait siswa baru, surat perizinan, dan laporan pengelolaan kegiatan sekolah.

## I. Teknik Analisis Data

Untuk mengorganisir data penelitian, analisis dan interpretasi data adalah prosedur yang secara fundamental berbeda. Analisis melibatkan pertimbangan penting seperti kata-kata, konteks, komunikasi nonverbal, konsistensi internal, intensitas, dan reduksi data. Sementara itu, interpretasi mencakup penghubungan makna dan relevansi hasil analisis, pemaparan pola deskriptif dengan memeriksa hubungan antara data, dan menghasilkan kesimpulan sebagai hasil akhir dari laporan penelitian.<sup>5</sup> Teknik ini digunakan untuk memberikan penjelasan deskriptif yang memudahkan pembaca memahami apa yang terjadi di lingkungan pengamatan, serta pandangan partisipan yang berada di area penelitian. Metode

---

<sup>5</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 174.

analisis dan interpretasi data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Model Analitik Miles dan Huberman, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Kondensasi Data, merupakan proses mengolah data yang diperoleh dari lokasi penelitian dengan cara menganalisis, merangkum, memilih informasi yang penting, dan menyaring data yang tidak relevan.
2. Penyajian Data, melibatkan penyusunan hasil data dalam bentuk teks deskriptif yang singkat. Penyajian data ini memudahkan pemahaman dan membantu dalam merencanakan langkah-langkah berikutnya.
3. Penarikan Kesimpulan, proses ini melibatkan pengambilan kesimpulan secara kritis berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan. Kesimpulan disajikan dalam bentuk narasi untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 108.

## BAB IV

### DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Minat calon peserta didik baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako

Minat calon peserta didik baru merupakan ketertarikan atau keinginan yang dimiliki oleh seseorang yang berpotensi menjadi siswa baru di suatu lembaga pendidikan. Setiap tahun, SMA YPS Sorowako membuka pendaftaran bagi calon peserta didik baru melalui berbagai jalur. Minat mereka dapat tergambarkan dalam jumlah pendaftaran menjadi perhatian utama pihak sekolah dalam menentukan kuota dan merencanakan kegiatan belajar mengajar.

Jumlah pendaftar dan perkembangan siswa SMA YPS Sorowako selama tiga tahun terakhir menunjuk pada angka yang relatif meningkat. Peningkatan jumlah pendaftar setiap tahunnya mengindikasikan bahwa sekolah ini semakin diminati oleh masyarakat. Peningkatan jumlah siswa yang diterima pada tahun ajaran 2023-2024 menunjukkan bahwa sekolah ini telah meningkatkan kapasitasnya. Dari hasil wawancara dan observasi diperkuat dengan adanya dokumentasi. Berikut adalah sebaran jumlah peminat dari tahun ke tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Jumlah Pendaftar di SMA YPS Tiga Tahun Terakhir<sup>1</sup>**

No	Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftar	Jumlah Yang Diterima
1	2021-2022	210	160
2	2022-2023	236	160
3	2023-2024	255	192
<b>JUMLAH</b>			512

---

<sup>1</sup>Dokumen Data Jumlah Pendaftar Siswa SMA Yayasan Pendidikan Sorowako

Secara keseluruhan, data pada table 4.1 menunjukkan bahwa SMA YPS mengalami peningkatan dalam hal jumlah pendaftar dan siswa yang diterima. Hal ini dapat menjadi indikator bahwa sekolah ini memiliki reputasi yang baik di masyarakat dan berhasil dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan yang mampu meningkatkan minat calon siswa.

Data pada tabel tersebut di atas diperkuat pada hasil wawancara dengan kepala sekolah yakni Bapak Nurkholis yang mengatakan bahwa:

“Jumlah siswa 5 tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan pertanda bahwa animo dan minat masyarakat untuk menyekolahkan putra putrinya disekolah kami itu sangat tinggi, karena antusiasnya minat masyarakat ditiga tahun terakhir menjadi rujukan bagi kami di sekolah untuk menentukan persentase kuota yang akan diterima di sekolah ini, baik itu jalur anak karyawan, jalur wilayah terdampak dan jalur prestasi.”

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Kepala Tata Usaha yang mengatakan bahwa:

“Sekolah ini setiap tahunnya banyak diminati oleh calon siswa baru sehingga terkadang kami di sekolah mengalami kesulitan dalam menentukan kuota dari masing-masing jalur penerimaan siswa baru yang dibuka.”

Minat peserta didik baru di SMA YPS Sorowako dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat memperkuat hasil penelitian bahwa SMA YPS menjadi salah satu sekolah pilihan terbaik di wilayah tersebut.

Alasan lain yang menjadi dasar masyarakat memilih SMA YPS sebagai sekolah pilihan melanjutkan pendidikan dipengaruhi oleh beberapa alasan sebagaimana hal yang dikemukakan oleh kepala sekolah yang menyatakan bahwa:

"Kehadiran siswa baru di sekolah ini merupakan hasil dari beberapa hal yang dipengaruhi oleh beberapa alasan, di antaranya dukungan keluarga sebagai alasan internal di rumah yang memberikan motivasi dan memilih SMA YPS sebagai salah satu sekolah terbaik untuk putra-putri mereka dalam hal melanjutkan pendidikan. Alasan lain yang memengaruhi adalah status sosial dalam masyarakat. Sebagian masyarakat meyakini bahwa sekolah kami menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan, baik itu dari segi finansial maupun status sosial lainnya. Mereka merasa bangga ketika memilih SMA YPS sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan, sehingga hal itu menjadi budaya di masyarakat dan secara turun temurun terindikasi setiap tahunnya."

Minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan putra putrinya di SMA YPS dipengaruhi oleh beberapa alasan, di antaranya dukungan keluarga, status sosial, budaya dan alasan lainnya.

## **2. Strategi Pemasaran Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako**

Keberhasilan strategi pemasaran pendidikan juga dapat dilihat dari meningkatnya partisipasi aktif peserta didik dalam berbagai kegiatan dan program yang diselenggarakan oleh lembaga, hal tersebut menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan mampu memotivasi dan menginspirasi.

Berikut ini strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh SMA YPS:

### **a. Kualitas produk jasa yang ditawarkan**

Dalam konteks pendidikan, produk adalah jasa yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan kepada peserta didik. Jasa ini dapat berupa pengajaran, pelatihan, bimbingan, atau layanan lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, atau kompetensi peserta didik. Contohnya adalah program pembelajaran, kurikulum, bimbingan belajar, kursus, ekstrakurikuler, program pembiasaan siswa dan seminar.

Keberhasilan pemasaran pendidikan sangat berkaitan erat dengan produk yang ditawarkan sekolah, Adapun produk yang ditawarkan di SMA YPS terkait pada keunggulan kurikulum yang dimiliki.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan dalam hal ini kepala sekolah bapak Nurkholish menjelaskan bahwa:

“Penyusunan kurikulum di sekolah ini berbasis kearifan lokal, kemudian melihat situasi dan sarana prasarana yang ada di sorowako terkhusus di PT Vale. Jadi kita mengembangkan kurikulum berdasarkan fasilitas yang ada disekitar lingkungan sekolah, misalkan kegiatan-kegiatan *Field trip*, Mengundang narasumber-narasumber dari PT Vale untuk menjelaskan terkait bagaimana menjaga lingkungan, *safety* dan hal-hal lain yang terkait dengan bagaimana hidup di area pertambangan, itu adalah salah satu keunggulan kurikulum kami.”

Kurikulum yang dikembangkan di sekolah tersebut memiliki keunggulan karena menggabungkan unsur-unsur kearifan lokal, memanfaatkan sumber daya yang ada di lingkungan sekitar, dan melibatkan pihak-pihak terkait seperti PT Vale untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih bermakna bagi peserta didik. Dari hasil wawancara dan observasi diperkuat dengan adanya dokumentasi. Berikut adalah data program unggulan kurikulum yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2 Kegiatan Program Unggulan Kurikulum<sup>2</sup>**

No	Nama Kegiatan	Tema	Tujuan	Waktu Pelaksanaan
1	<i>Safety Riding and Health Campaign PT Vale Indonesia</i>	Penanggulangan dan Penyalahgunaan Narkoba Pencegahan Kecelakaan Bermotor.	Mencegah kecelakaan bermotor dan Membangun generasi muda yang sehat dan produktif.	Selasa, 6 Februari 2024

<sup>2</sup> Dokumen Data Program Unggulan Kurikulum Merdeka SMA Yayasan Pendidikan Sorowako

2	<i>"Developing Positive Prior To Exams"</i>	Mengembangkan Sikap dan Pikiran Positif Sebelum Menghadapi Ujian	Untuk Meningkatkan Performa Mengurangi Kecemasan Saat Ujian. Fokusnya Adalah Pada Persiapan Mental Dan Emosional, Bukan Hanya Persiapan Materi Pelajaran.	30 Desember Dan 2024
3	<i>Innovation Camp 2025</i>	<i>"Unleash Your Inner Scientist: Dig Deeper, Write Better"</i>	Untuk memberikan wawasan keterampilan tentang pembuatan Karya Tulis Ilmiah (KTI)	30 Januari – 01 Februari 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SMA YPS Sorowako yang memberikan penjelasan terkait layanan tambahan yang ditawarkan bahwa:

“Layanan tambahan yang kami sediakan di SMA YPS Sorowako terkait program-program bagaimana terjaring di Perguruan Tinggi itu kami sudah siapkan dari kelas 10, kelas 10 itu kami sudah lakukan psikotes untuk melihat kecenderungan jurusan dimana dia berada, kemudian di kelas 11 itu kami latih kegiatan-kegiatan karya tulis untuk penyesuaian diri nanti di dunia kampus, kemudian di kelas 12 itu kami buat bimbingan belajar untuk persiapan UTBK, kemudian konseling juga untuk lebih menajamkan jurusan dan kampus yang akan mereka masuki nantinya. Selanjutnya analisis nilai untuk siswa yang berpotensi untuk bisa masuk jalur SNBP. Jadi mulai dari kelas 10 itu kita lihat potensi nilai siswa yang punya potensi masuk ke jalur SNBP. Kemudian kita juga mendorong siswa untuk masuk ke jalur yang lain, misalkan jalur Tahfiz, Jalur Ketua Osis, dan jalur prestasi yang lain. Jadi terkait persiapan masuk di perguruan tinggi kita sudah menyiapkan sejak menjadi siswa baru”.

Layanan tambahan di SMA YPS Sorowako memberikan persiapan yang matang dan terarah bagi siswa yang ingin melanjutkan ke perguruan tinggi, mulai dari pengenalan potensi diri hingga persiapan menghadapi ujian masuk dan pemilihan jalur yang sesuai. Dari hasil wawancara dan observasi diperkuat dengan adanya dokumentasi. Berikut adalah sebaran jumlah keterserapan alumni siswa SMA YPS ke perguruan tinggi dari tahun ke tahun yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3 Data Kelulusan Siswa SMA YPS Ke Perguruan Tinggi Tiga Tahun Terakhir<sup>3</sup>**

JALUR	LULUS		
	2022	2023	2024
SNBP/JALUR UNDANGAN	23	25	38
SNBT/JALUR TES UTBK	27	38	53
<b>JUMLAH</b>	50	63	91

b. Biaya Sekolah

Biaya sekolah dalam strategi pemasaran pendidikan suatu konsep yang luas dan kompleks. Tidak hanya mencakup biaya-biaya yang harus dibayarkan, tetapi juga aspek-aspek non-materi dan persepsi nilai. Penetapan biaya sekolah yang tepat dan komunikasi yang efektif tentang nilai pendidikan sangat penting untuk menarik calon siswa dan mencapai keberhasilan pemasaran.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan dalam hal ini kepala sekolah bapak Nurkholish menjelaskan bahwa:

“Jadi, kalau kita di yayasan untuk biaya sekolah itu tidak ada (gratis), yang penting dia anak karyawan, kemudian anak masyarakat lokal terdampak, Jadi anak masyarakat lokal disini yang diakui itu hanya 2 yaitu masyarakat lokal Sorowako dan masyarakat lokal Pasitabe, 80% anak karyawan, 15% anak lokal terdampak, dan 5% jalur prestasi. Terkait sistem SPP, uang pembayaran masuk tidak ada, jadi siswa betul-betul full gratis. Terkait Beasiswa tentunya ada. Ada beasiswa dari perusahaan untuk anak karyawan dan masyarakat lokal terdampak tetapi dengan syarat-syarat yang diberlakukan, misalnya nilai, ranking, dan siswa yang berprestasi”.

Kebijakan ini menunjukkan komitmen yayasan dalam memberikan akses pendidikan yang inklusif bagi anak karyawan dan masyarakat sekitar, terutama yang terdampak oleh operasional perusahaan. Persentase siswa yang signifikan dari anak karyawan mengindikasikan hubungan yang erat antara yayasan sekolah dengan perusahaan. Penerapan jalur prestasi juga memberikan

<sup>3</sup> Dokumen Data Kelulusan SMA Yayasan Pendidikan Sorowako Tahun 2022-2024

kesempatan bagi siswa berprestasi dari berbagai latar belakang untuk mendapatkan pendidikan berkualitas.

c. Lokasi Sekolah yang Strategis

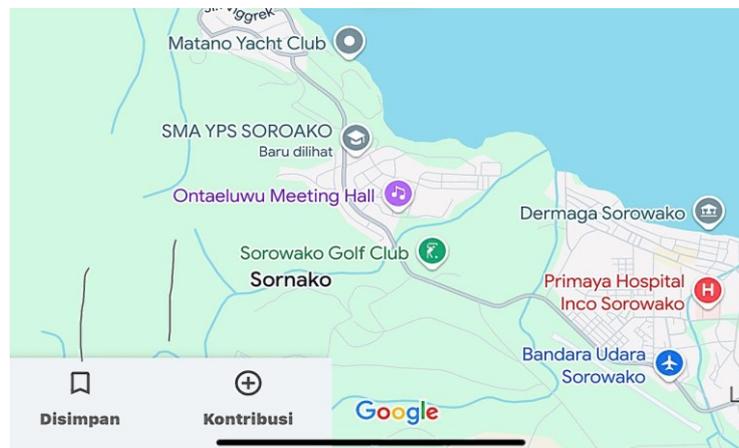
Lokasi merupakan salah satu faktor kunci dalam strategi pemasaran pendidikan. Lembaga pendidikan perlu mempertimbangkan dengan cermat berbagai aspek terkait lokasi, mulai dari aksesibilitas, lingkungan, fasilitas, hingga persaingan. Dengan memilih lokasi yang strategis dan mengoptimalkan potensi lokasi melalui strategi pemasaran yang tepat, lembaga pendidikan dapat meningkatkan daya tarik dan mencapai keberhasilan dalam menarik calon siswa.

Seperti yang diungkapkan oleh kepala sekolah SMA YPS Sorowako

Mengatakan bahwa:

“Melihat dari sejarahnya awalnya sekolah ini tidak berada di area Pontada. Sekolah ini awalnya terletak di area Lawewu Sorowako, Kemudian pindah karena adanya settingan di Yayasan sehingga terkait lokasi itu YPS punya lokasi di area Pontada, karena asumsi atau analisisnya saat itu di area Lawewu Sorowako itu bertetangga dengan SMA swasta dan negeri yang lain, kita khawatirkan jangan sampai ada ketidakcocokan dan menimbulkan perkelahian sehingga siswa SMA itu semua ditarik di area Pontada yaitu pada lokasi sekarang ini. Jadi kelebihan lokasi sekolah sekarang ini tidak ada sekolah lain yang ada di area sini selain Yayasan Pendidikan Sorowako. Sehingga untuk siswa SMA potensi untuk berkelahi atau tawuran itu tidak ada dan terkait segi keamanan SMA di area Pontada kondusif dan aman”.

Kekhawatiran akan potensi konflik antar siswa dengan sekolah lain yang berdekatan di Lawewu menjadi pendorong utama. Lokasi di Pontada, yang tidak memiliki sekolah lain di sekitarnya, dianggap lebih kondusif dan aman, sehingga meminimalkan potensi tawuran antar siswa. Keunggulan lokasi ini adalah terciptanya lingkungan belajar yang lebih aman dan kondusif. Berikut adalah gambar peta sekolah SMA YPS.



**Gambar 4.1 Peta Sekolah**

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah SMA YPS Sorowako yang memberikan penjelasan terkait kemudahan akses ke sekolah bahwa,

“Jadi, kalau untuk siswa itu mereka menggunakan bus sekolah yang disediakan oleh PT Vale. Jadi siswa kami larang untuk menggunakan kendaraan pribadi. Kalaupun misalnya ada siswa yang menggunakan kendaraan pribadinya maka kita larang menggunakan kendaraan roda 2 (motor), tapi menggunakan mobil karena lebih *safety* dan harus mempunyai SIM.”

Kebijakan ini diambil untuk memastikan keamanan siswa selama perjalanan ke sekolah. Dengan menggunakan bus sekolah atau mobil yang memenuhi standar keselamatan, risiko kecelakaan dapat diminimalisir. Larangan penggunaan sepeda motor adalah langkah preventif untuk mencegah kejadian yang tidak diinginkan, terutama mengingat potensi bahaya yang terkait dengan kendaraan roda dua.

#### d. Promosi yang Efektif

Promosi merupakan salah satu elemen penting yang bertujuan untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran, dan membangun citra positif

lembaga pendidikan di mata masyarakat. Promosi yang efektif akan membantu menarik calon peserta didik, meningkatkan jumlah pendaftar, dan pada akhirnya mencapai tujuan lembaga pendidikan.

Bapak Nurkholis selaku kepala sekolah dalam wawancara mengungkapkan bahwa:

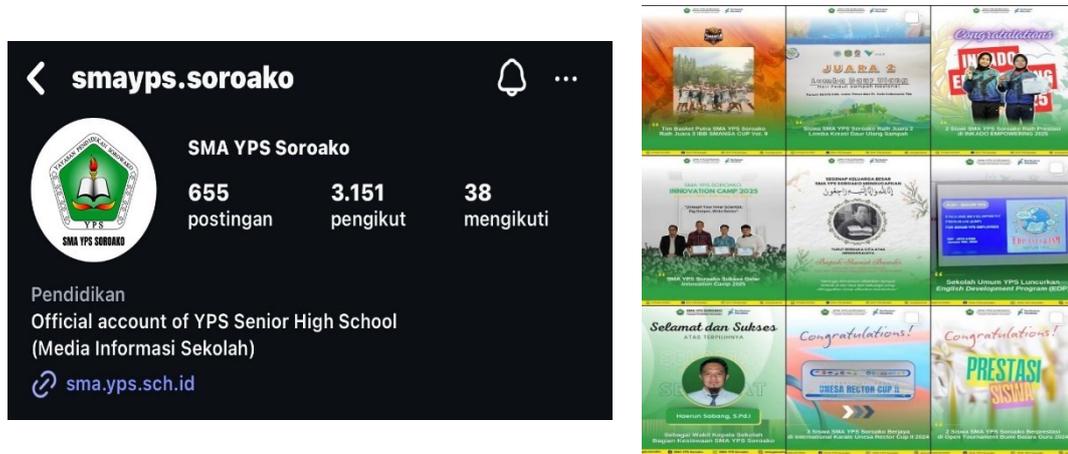
“Kegiatan promosi sekolah di SMA YPS Sorowako mengoptimalkan media sosial Instagram, Facebook, WhatsApp, YouTube, Website Sekolah dan Portal PPDB. Terkait dengan sosialisasi ke peserta didik baru atau ke orang tua yang ingin memasukkan sekolah anaknya ke SMA YPS kami langsung sosialisasi ke SMP YPS, Kami juga buka sosialisasi secara umum menggunakan fitur online, kami buka google meet dan menyebarkan flayer-flayer undangan ke kantor camat, ke kabupaten atau cabang dinas, instansi internal didalam PT Vale itu sendiri”.

Strategi promosi yang diterapkan SMA YPS Sorowako menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya kombinasi antara platform digital dan metode konvensional. Pemanfaatan media sosial dan platform daring memungkinkan jangkauan yang luas dan interaksi yang efisien. Sementara itu, sosialisasi langsung dan penyebaran flyer membantu menjangkau segmen masyarakat yang mungkin tidak terlalu aktif di media sosial. Berikut gambar brozur atau pamflet informasi penerimaan siswa baru di SMA YPS.

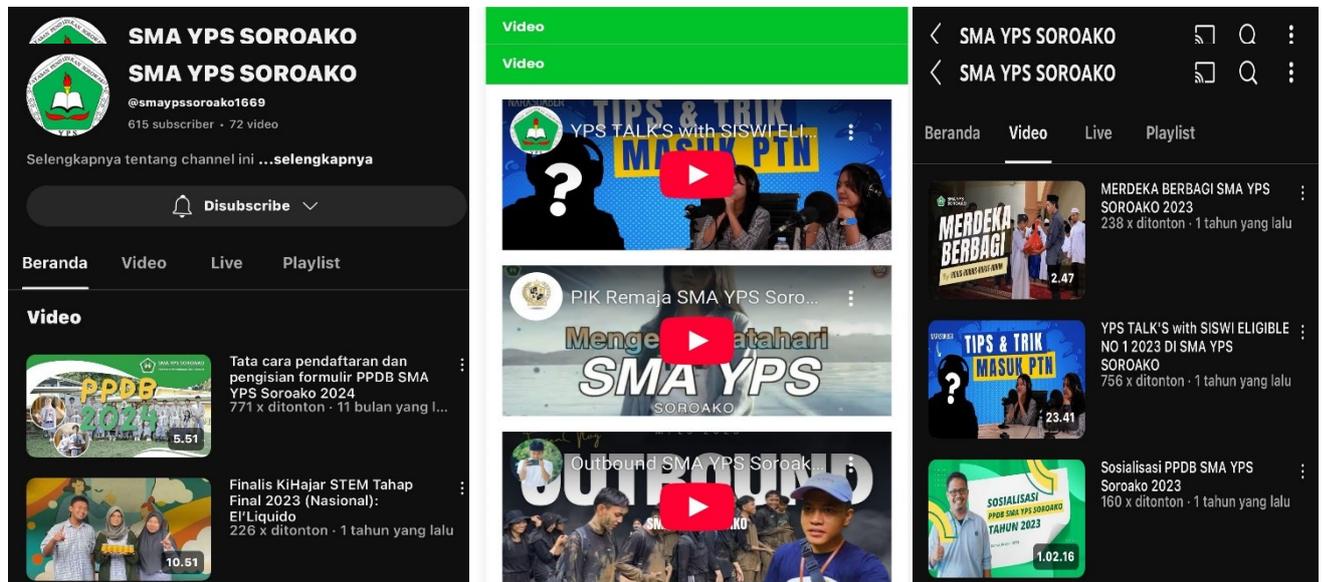


Gambar 4.2 Media Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru<sup>4</sup>

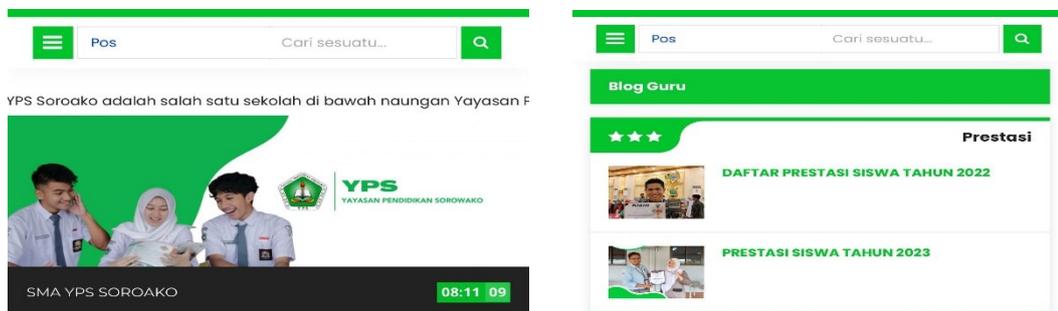
<sup>4</sup> Media Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru, Website: Portal PPDB SMA Yayasan Pendidikan Sorowako



Gambar 4.3 Sosial Media Instagram SMA YPS



Gambar 4.4 YouTube Channel SMA YPS



Gambar 4.5 Website SMA YPS

e. Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) memegang peranan yang sangat penting pada lembaga pendidikan, dan berinteraksi langsung dengan calon peserta didik, orang tua, dan masyarakat. Kualitas SDM yang terlibat dalam pemasaran pendidikan akan sangat menentukan keberhasilan upaya tersebut.

Hal ini yang diungkapkan oleh Kepala Tata Usaha yang mengatakan bahwa:

“Dari yayasan dan internal sekolah mendorong guru-guru untuk melakukan pengembangan diri pengembangan profesionalisme, salah satunya mengikuti program PPG. Kemudian disini ada 2 guru penggerak dan ada 2 guru pengajar praktek itu terkait penerapan kurikulum merdeka”

Pelaksanaan strategi pemasaran di SMA YPS Sorowako melibatkan beberapa komponen, seperti guru dan staff tata usaha. Kualitas SDM yang baik akan memberikan dampak positif bagi citra lembaga, meningkatkan kepercayaan calon peserta didik dan orang tua, serta pada akhirnya meningkatkan jumlah pendaftar.

Hal yang sama juga disampaikan oleh kepala sekolah yakni Bapak Nurkholis yang menyatakan bahwa,

“Terkait sumber daya manusianya teman-teman guru di sini itu mempunyai kapasitas yang melebihi dari kapasitasnya sebagai guru mata pelajaran. Maksud saya adalah ada guru yang mempunyai keterampilan dalam hal *coding*, meskipun itu bukan mata pelajaran tapi bisa disalurkan melalui jam ekstrakurikuler, kemudian ada teman guru yang jago karate bisa tersalurkan di jam ekstrakurikuler termasuk E-Sport itu juga terakomodir sehingga minat bakat siswa itu alhamdulillah bisa kita fasilitasi”.

SMA YPS Sorowako memanfaatkan kompetensi ganda guru untuk mengembangkan minat dan bakat siswa melalui kegiatan ekstrakurikuler.

Pendekatan ini memberikan nilai tambah bagi siswa dan dapat menjadi daya tarik bagi sekolah. Kompetensi ini mencakup berbagai keterampilan, seperti *coding*, karate, dan *e-sport*. Berikut adalah sertifikat guru yang sudah tersertifikasi dalam program *google certified educator*:



**Gambar 4.6 Sertifaict For Education Level 1<sup>5</sup>**

Di dunia pendidikan, perbandingan ideal antara jumlah guru dan siswa menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan kualitas pembelajaran di sebuah sekolah. Rasio yang seimbang antara guru dan siswa menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, interaktif, dan efektif. Berikut rombel siswa di SMA YPS Sorowako:

**Tabel 4.4**  
**Data Siswa Tahun Ajaran 2023-2024<sup>6</sup>**  
**Tahun Ajaran 2023-2024**

Kelas	Jumlah Siswa	Rombel	Jumlah Guru
X (10)	192	6	33
XI (11)	160	5	
XII (12)	160	5	

<sup>5</sup> Dokumen Data Sertifaict For Education Level 1 guru SMA Yayasan Pendidikan Sorowako

<sup>6</sup> Dokumen Data Siswa SMA Yayasan Pendidikan Sorowako Tahun Ajaran 2023-2-24

e. Fasilitas Sarana dan Prasarana yang Lengkap

Fasilitas sarana dan prasarana adalah segala sesuatu yang berwujud dan dapat dilihat, diraba, serta dirasakan yang mendukung proses pendidikan. Ini mencakup gedung sekolah, ruang kelas, laboratorium, perpustakaan, fasilitas olahraga, dan lain sebagainya. Dalam konteks pemasaran pendidikan, fasilitas fisik ini menjadi salah satu daya tarik utama bagi calon peserta didik dan orang tua. Bukti fisik di SMA YPS Sorowako ini meliputi fasilitas sarana prasarana yang sangat baik dan mampu memfasilitasi peserta didiknya, seperti yang disampaikan oleh Kepala Sekolah SMA YPS Sorowako Bapak Nurkholis yang menjelaskan bahwa:

“Sarana di kelas itu sudah lengkap, semua guru sudah punya laptop dan itu disediakan oleh sekolah bukan pribadi dari guru, kemudian ada LCD di setiap ruangan, Fasilitas jaringan internet di semua area sekolah sudah ada. Itu artinya kebutuhan belajar di kelas terpenuhi apalagi pembelajaran digitalisasi itu sudah aman, kemudian siswa sudah mempunyai perangkat masing-masing. Sistem pembelajaran yang sudah dilaksanakan oleh bapak ibu guru itu sudah terdigitalisasi lalu *platform* yang kita gunakan yaitu *Google For Education*, tugas-tugas, modul ajar, modul pembelajaran, bahan ajar itu semua kita masukkan di dalam *Google Classroom* jadi siswa bisa mengakses semua materi, tugas-tugas, ulangan harian melalui *Google Classroom*. Adapun fasilitas pendukung yang lain, seperti laboratorium komputer ada 2 ruangan, kemudian ada lab fisika, lab biologi dan lab kimia. Jadi terkait pembelajaran berbasis praktek itu dilaksanakan di lab, selanjutnya kebutuhan olahraga, kita punya lapangan ada lapangan bola, lapangan basket, ada juga lapangan badminton dan lapangan tenis. Jadi siswa terkait jam kegiatan ekstrakurikuler terfasilitasi untuk kegiatan olahraga.”

Secara keseluruhan, sekolah ini telah memiliki fondasi yang kuat untuk implementasi pembelajaran digital. Ketersediaan perangkat, jaringan, platform digital, dan fasilitas pendukung lainnya menunjukkan komitmen sekolah

terhadap peningkatan kualitas pembelajaran. Berikut adalah data sarana dan prasarana yang tersedia di SMA YPS Sorowako:

**Tabel 4.5 Daftar Sarana di SMA YPS Sorowako<sup>7</sup>**

No	Barang	Jumlah	Keadaan Barang		
			Baik	Rusak	Hilang
1	Proyektor LCD	16	√		
2	Jaringan Internet/ WIFI	3 Modem Indihome	√		
3	Penyejuk Ruangan (AC)	89	√		
4	Perangkat Siswa/Laptop	512	√		
5	Jam Dinding	42	√		
6	Meja	890	√		
7	Bangku	890	√		
8	Papan Tulis	41	√		
9	Jadwal Pelajaran	16	√		
10	Jadwal Piket	16	√		
11	Struktur Organisasi Kelas	16	√		
12	Komputer	64	√		
13	Laptop	40	√		
14	Loker Tempat Penyimpanan	600	√		
15	CCTV	10	√		

**Tabel 4.6 Daftar Prasarana di SMA YPS Sorowako<sup>8</sup>**

PRASARANA			
NO	Prasarana	Jumlah	Keadaan
1.	Ruang Kelas	34	Baik
2.	Kantor Kepala Sekolah	1	Baik
3.	Ruang Guru	1	Baik
4.	Ruang Tata Usaha	2	Baik
5.	Ruang Rapat	1	Baik
6.	Aula	1	Baik
7.	Laboratorium Komputer	2	Baik
8.	Laboratorium Kimia	1	Baik
9.	Laboratorium Fisika	1	Baik
10.	Laboratorium Biologi	1	Baik

<sup>7</sup> Dokumen Daftar Sarana SMA Yayasan Pendidikan Sorowako

<sup>8</sup> Dokumen Data Prasarana SMA Yayasan Pendidikan Sorowako

11.	Lapangan Bola	1	Baik
12.	Lapangan Basket	1	Baik
13.	Lapangan Badminton	1	Baik
14.	Lapangan Tennis	1	Baik
15.	Kantin	1	Baik
16.	Perpustakaan	1	Baik
17.	Musholla	1	Baik
18.	Tempat Ibadah	1	Baik
19.	Gudang	6	Baik
20.	Ruang Sarana Olahraga	1	Baik
21.	Ruang Perawatan (UKS)	1	Baik
22.	Ruang Seni Budaya	1	Baik
23.	Toilet Guru	5	Baik
24.	Toilet Siswa	28	Baik
25.	Pos Keamanan	2	Baik
26.	Parkiran	2	Baik
27.	Green House	1	Baik
28.	Ruang Sekretariat Osis	1	Baik

f. Proses Pendaftaran dan Pembelajaran yang Efektif

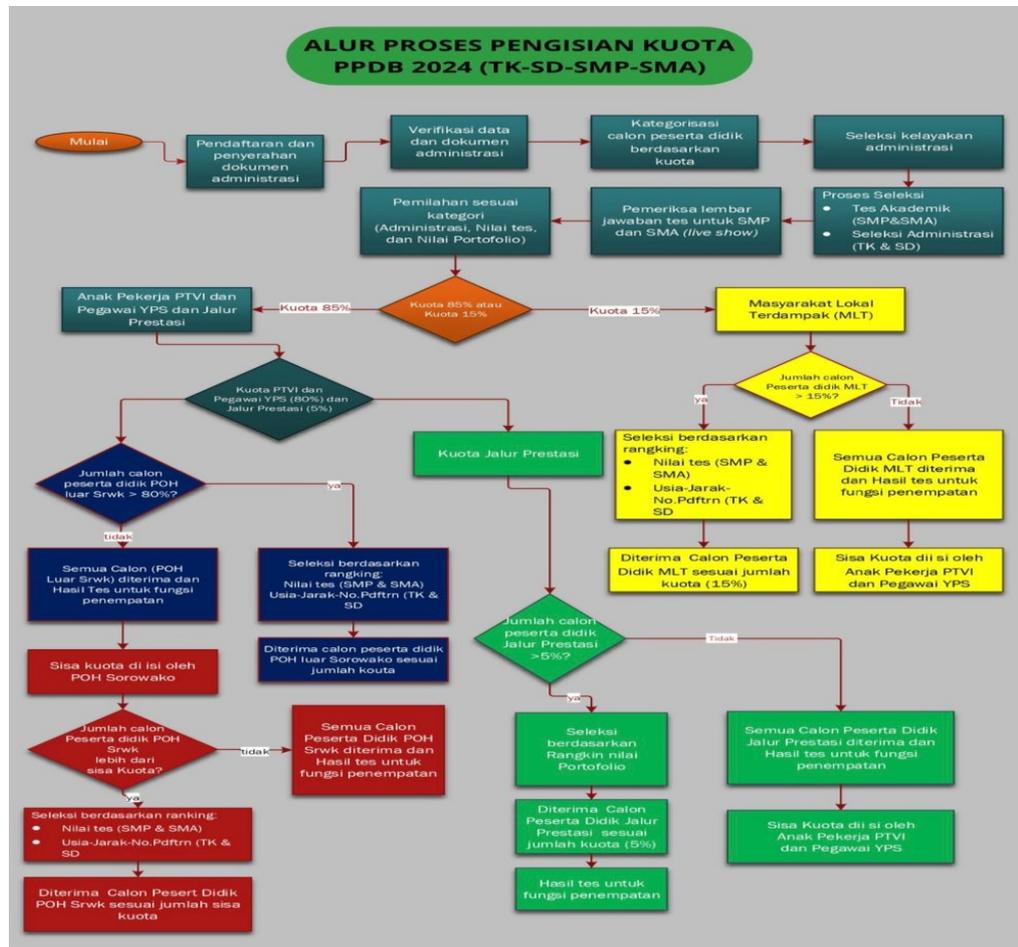
Dalam konteks pemasaran pendidikan, proses merujuk pada serangkaian langkah dan tindakan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menarik, melibatkan, dan meyakinkan calon peserta didik agar mendaftar. Proses ini melibatkan interaksi antara lembaga pendidikan dengan calon peserta didik, mulai dari tahap awal pendaftaran hingga akhirnya mereka mengadakan seleksi dan bergabung di lembaga tersebut.

Peneliti melakukan wawancara dengan narasumber yang bersangkutan dalam hal ini kepala sekolah bapak Nurkholish menjelaskan bahwa:

“Terkait proses pendaftaran kita menerapkan sistem PPDB berbasis kuota dengan komposisi 80% anak karyawan, 15% masyarakat lokal terdampak dan 5% mahasiswa berprestasi tingkat provinsi, jika pendaftar melebihi kuota, maka diadakan seleksi. Seleksi ini bertujuan untuk menentukan 160 siswa yang memenuhi syarat. Setiap tahunnya, pendaftar selalu membludak, sehingga sekolah rutin mengadakan seleksi berupa tes akademik dengan terlebih dahulu kita akan tes administrasi

yaitu memastikan bahwa yang mendaftar adalah betul-betul anak karyawan dan masyarakat lokal yang terdampak dan siswa berprestasi skala provinsi sebagai bentuk berlaku adil karena kita sekolah swasta yang ada dibawah naungan perusahaan PT VALE yang punya tanggung jawab, kewajiban untuk memberikan layanan pendidikan yang baik dan berkualitas. Misalkan pendaftar tidak melebihi dari kuota maka kita tidak perlu adakan sistem seleksi karena kita tidak memilih milih siswa artinya bagaimana pun model anaknya yang penting dia anak karyawan dan masyarakat lokal terdampak kita akan terima. Kemudian, beberapa tahun terakhir yang kita laksanakan tesnya itu berbasis literasi numerisasi, bukan lagi berbasis mata pelajaran. Mengapa sistem ppdb kita berbasis kuota karena melihat dari sumber daya manusianya yaitu guru-guru, sarana prasarana terkait ketersediaan kelas, kemudian ketersediaan fasilitas yang lain jangan sampai guru juga kelebihan beban jam mengajar atau siswa terkait dengan sarana prasarana kita tidak mencukupi karenaa yang kami utamakan adalah bagaimana proses belajar mengajar dapat diatur dengan baik dan efektif sehingga berpengaruh pada tingkat keberhasilan siswa dalam belajar dan guru dalam mengajar”.

Upaya yang dilakukan oleh sekolah, harapannya kedepan SMA YPS Sorowako semakin bisa membangun kepercayaan masyarakat sehingga minat dan eksistensi terhadap sekolah semaking tinggi. Jika minat dan eksistensi tinggi, maka kegiatan pemasaran disuatu lembaga pendidikan dapat dikatakan berhasil. Berikut alur atau proses pendaftaran:



**Gambar 4.7 Alur Pendaftaran PPDB SMA YPS Sorowako<sup>9</sup>**

Proses pembelajaran dalam strategi pemasaran pendidikan adalah kunci untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi calon peserta didik dan orang tua. Dengan memperhatikan setiap tahap interaksi, lembaga pendidikan dapat membangun kepercayaan, menunjukkan kualitas pendidikan, dan pada akhirnya meningkatkan minat calon peserta didik untuk mendaftar.

Seperti yang diungkapkan oleh kepala sekolah SMA YPS Sorowako Mengatakan bahwa:

<sup>9</sup> Website Portal PPDB SMA Yayasan Pendidikan Sorowako

“Sehubungan dengan proses pembelajaran kami memberikan keleluasaan untuk menggunakan metode, strategi atau model pembelajaran seperti apa yang jelasnya kami minta biasanya adalah siswa yang aktif dan menekankan pada aktivitas siswa atau terpusat pada siswa. Jadi guru-guru membuat Lesson Plan atau modul ajar RPP itu kami baca kemudian dievaluasi dan diverifikasi walaupun misalnya di dalam lesson plan itu tidak menunjukkan bahwa ada kegiatan siswa ya tentu ada diskusi yang kami bangun dengan guru mata pelajaran. Jadi metode pembelajaran yang paling banyak diterapkan disini itu konsennya atau aktivitasnya pada siswa bukan hanya sekedar ceramah, walaupun ada ceramah itu hanya untuk memberikan arahan kepada siswa terkait apa saja yang akan kita lakukan dalam proses pembelajaran selebihnya siswa yang akan melaksanakan proses pembelajaran. Jadi guru tentunya menyiapkan LKPD, apakah itu berbasis projek, berbasis masalah atau berbasis inkuiri dan kebanyakan guru-guru juga membuat materi-materi pelajaran yang mudah diakses oleh siswa menggunakan perangkatnya di laptop atau komputer karena disini sudah menjadi regulasi atau larangan untuk siswa membawa HP jadi semua sistem komunikasi itu kita fokus pada fitur-fitur yang ada di google, seperti google chat, google meet, google docs dan google script sheet”.

Pendekatan pembelajaran yang berpusat pada siswa memiliki banyak manfaat bagi siswa. Namun, dalam implementasinya perlu didukung oleh berbagai faktor, seperti kompetensi guru, ketersediaan sumber daya, dan strategi khusus kebijakan sekolah yang mendukung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah bapak Nurkholis mengatakan bahwa:

“Strategi khusus yang kami terapkan, yaitu pertama Branding sekolah yang dimaksud adalah kekhasan atau keunggulan, misalnya pembinaan, prestasi, jadi kami dikenal dimasyarakat berdasarkan prestasi sekolah, prestasi siswa, kedisiplinan sekolah dan kualitas pembelajaran yang kami berikan kepada siswa dan tentunya selalu di *update* melalui media sosial ataupun website sekolah yang dapat dijangkau oleh khlayak umum. Artinya bahwa branding-branding seperti itu atau kualitas yang kami berikan di SMA YPS Sorowako jauh lebih dari sekolah-sekolah yang ada di Luwu Timur. Yang kedua Keterserapan alumni di Perguruan Tinggi melalui program bimbingan belajar, ada sekitar tiga atau empat tahun terakhir ini keterserapan alumni di perguruan tinggi disetiap seleksi meningkat setiap tahunnya sehingga itulah salah satu yang dilihat oleh masyarakat bahwa kualitas pendidikan di SMA YPS Sorowako dapat

dipertimbangkan dan bisa menjadi salah satu trend penarik orang untuk masuk kesini, jadi prestasi siswa dibidang akademik dan non akademik dan program-program sekolah terkait dengan kurikulum merdeka itu ada P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila). Kegiatan-kegiatan yang mendukung kegiatan P5 itu melibatkan orang luar sehingga sekolah dikenal dikalangan masyarakat atau diluar sana sebagai sekolah yang sering melaksanakan kegiatan-kegiatan diluar sekolah seperti seminar-seminar, bakti sosial dan lain sebagainya.”

SMA YPS Sorowako menilai strategi ini penting untuk dimplementasikan karena hal ini tentu akan mempersiapkan guru dan siswa dalam kegiatan yang mendukung pelaksanaan P5. Bukan hanya itu dengan strategi ini, SMA YPS Sorowako berupaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan sehingga berdampak pada meningkatnya keterserapan alumni di perguruan tinggi tiap tahunnya yang berdasarkan pada prestasi siswa dah hal tersebut dapat memperkuat citra sekolah di masyarakat, sehingga menjadi pilihan yang menarik bagi calon siswa. Berikut data prestasi-prestasi siswa SMA YPS Sorowako:

**Tabel 4.7 Prestasi Siswa SMA YPS Sorowako<sup>10</sup>**

No	Jenis Lomba	Juara	Tingkat Kejuaraan	Waktu
1	International Karate Unesa Rector Cup II 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juara 1 Kumite Junior Putri 48 Kg</li> <li>Juara 1 Kumite Festival Putra SMA 63 Kg</li> <li>Juara 1 Festival Putri SMA 53 Kg</li> </ul>	Surabaya, Provinsi Jawa Timur,	26-29 Desember 2024
2	Lomba Peneliti Belia (LPB)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juara 1 Bidang Penelitian Geografi</li> <li>Juara 2 Bidang Penelitian Sosiologi</li> <li>Juara 3 Bidang Penelitian Komputer Sains</li> <li>Juara 1 Bidang Penelitian Fisika</li> </ul>	Provinsi Sulawesi Selatan	24 November 2024
3	Invitasi Bolaa Basket (IBB) Vol. 6 Tahun 2024	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juara 1 Tim Basket Putra</li> <li>Juara 1 Tim Basket Putri</li> </ul>	Provinsi Sulaewsi Selatan	28 Oktober 2024

<sup>10</sup> Dokumen Data Prestasi Siswa SMA Yayasan Pendidikan Sorowako Tahun 2024

4	Karya Tulis Ilmiah dan Inovasi Teknologi (LKTIT)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juara 2, Judul Karya: “Penerapan Program My Own Bottle Sebagai Solusi Alternatif Pengurangan Sampah Wadah Minuman Plastik Bagi Pedagang Minuman Kekinian ditiga Wilayah Pemberdayaan PT. VALE Indonesia”</li> <li>Juara 3, Judul Karya: “Muster of Organic Trash Sebagai Solusi Pengelolaan Sampah Organik Limbah Rumah Tangga”</li> </ul>	Kabupaten Luwu Timur	7 Maret 2024
5	FLS2N SMA/MA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Juara 1 Baca Puisi</li> </ul>	Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan	28 Januari 2024

**Tabel. 4.8 Program Kegiatan Siswa SMA YPS Sorowako<sup>11</sup>**

KEGIATAN HARIAN	KEGIATAN MINGGUAN
1. Sholat Berjamaah Bagi yang Muslim	1. Upacara Bendera
2. Ibadah Harian bagi NonMuslim	2. Ekstrakurikuler
	3. Kegiatan P5

### 3. Faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako

#### a. Faktor Penghambat

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Nurkholish Kepala Sekolah

SMA YPS yang mengatakan bahwa:

“Ya, tentu ada beberapa hal yang menjadi faktor penghambat yaitu keterbatasan akses informasi bagi orang tua, ini terkendala pada jaringan dan lokasi geografis. Jadi informasi penting terkait pendaftaran dan program sekolah tidak tersampaikan kepada orang tua yang bekerja di area terpencil atau mengalami kesulitan akses internet. Hal ini menjadi masalah krusial, terutama bagi mereka yang bekerja di hutan dan wilayah dengan keterbatasan sinyal. Masalah teknis atau munculnya kebingungan pada persyaratan pendaftaran. Kebingungan muncul terkait status anak

<sup>11</sup> Dokumen Data Kegiatan Siswa Sma Yayasan Pendidikan Sorowako

dari karyawan yang sudah pensiun, apakah masih memenuhi syarat pendaftaran atau tidak. Perbedaan persyaratan ini perlu dikomunikasikan dengan jelas agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Persyaratan pendaftaran bagi siswa dengan kebutuhan khusus belum tersosialisasi dengan baik. Ketentuan mengenai surat keterangan dokter dan inklusi dalam kelas reguler perlu diperjelas untuk menghindari diskriminasi dan memastikan semua calon siswa mendapatkan kesempatan yang sama”.

SMA YPS Sorowako dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran pendidikan mereka dan menciptakan lingkungan pendidikan yang inklusif dan aksesibel bagi semua calon peserta didik.

#### b. Faktor Pendukung

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Nurkholish Kepala Sekolah SMA YPS Sorowako yang mengatakan bahwa:

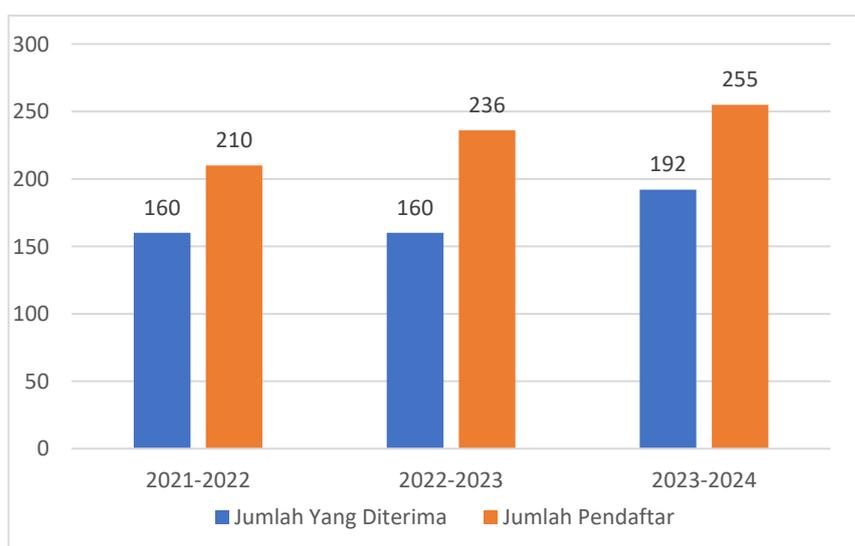
“Ya, Adapun faktor pendukung dalam pelaksanaan pemasaran yaitu, kemudahan akses pendaftaran. Jadi kami memastikan bahwa mekanisme pendaftaran yang kami terapkan dapat diakses dengan mudah oleh semua orang tua, tanpa terkecuali. Kami memahami bahwa tidak semua orang tua memiliki akses internet yang sama atau waktu luang. Oleh karena itu, kami menyediakan berbagai jalur pendaftaran, serta informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai proses pendaftaran. Kemudian kepatuhan terhadap regulasi. Jadi Sistem PPDB yang kami jalankan sepenuhnya sesuai dengan regulasi yang berlaku. Kami menjunjung tinggi prinsip keadilan dan tidak ada praktik "orang dalam" yang dapat mempengaruhi hasil seleksi. Semua calon peserta didik memiliki kesempatan yang sama untuk diterima di sekolah kami, berdasarkan kemampuan dan persyaratan yang telah ditentukan. Selanjutnya faktor pendukung lain tentunya keamanan Sistem Seleksi, kami menjamin keamanan sistem seleksi yang digunakan. Tidak ada kebocoran soal atau celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Kami menggunakan teknologi dan prosedur yang ketat untuk memastikan bahwa seluruh proses seleksi berjalan dengan jujur dan transparan. Kemudian kami juga sediakan fasilitas pemantauan online bagi orang tua, kami memberikan kemudahan bagi orang tua untuk memantau anak mereka saat mengikuti tes secara daring. Kami menyediakan platform yang memungkinkan orang tua untuk melihat langsung bagaimana anak mereka mengerjakan soal-soal ujian didalam ruangan. Fasilitas ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan memberikan rasa nyaman bagi orang tua selama proses seleksi”.

Melalui berbagai upaya yang telah dilakukan, SMA YPS Sorowako berharap dapat menyelenggarakan proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang memberikan pengalaman positif bagi seluruh calon peserta didik dan orang tua. Diyakini bahwa proses PPDB yang baik dan transparan akan menjadi fondasi yang kuat bagi keberhasilan perjalanan pendidikan siswa di sekolah ini.

## B. Pembahasan

### 1. Minat calon peserta didik baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako

Berdasarkan data hasil penelitian terkait minat peserta didik baru di SMA YPS menunjukkan bahwa animo masyarakat dari tahun ke tahun untuk memilih SMA YPS sebagai lembaga pendidikan lanjutan sangat tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari data persentase minat peserta didik baru dari tahun ke tahun yang mengalami jumlah semakin meningkat dalam diagram berikut.



**Diagram 4.1 Peningkatan Minat Siswa SMA YPS**

Diagram diatas menunjukkan peningkatan peserta didik setiap tahun. Peningkatan itu menurut beberapa sumber dipengaruhi oleh adanya dukungan

keluarga, pengaruh sosial dan budaya dalam meningkatkan minat siswa sebagaimana hal yang serupa pada penelitian Irfan Hadi dkk yang mengungkapkan bahwa keputusan siswa dalam memilih sekolah sebagai tempat belajar karena adanya motivasi, peranan dan dukungan keluarga, status sosial dan budaya. Seperti yang kita ketahui bahwa keluarga merupakan lingkungan pertama yang memberikan pengaruh terhadap berbagai aspek perkembangan anak, termasuk perkembangan sosialnya.<sup>12</sup>

Selain itu hasil penelitian serupa juga pada penelitian Ivana Hapsari yang mengungkapkan bahwa peserta didik dalam pengambilan keputusan untuk memilih sekolah dikarenakan banyaknya dorongan dari luar terutama dari peran orang tua dan masyarakat sekitar. Apalagi peran orang tua sebagai penguat disiplin anak supaya pendidikan anak tidak terbengkalai. Karena terbengkalainya pendidikan seorang anak bukan saja akan merugikan dirinya sendiri, tetapi juga lingkungan kehidupan.<sup>13</sup>

Peneliti dapat memahami bahwa SMA YPS berhasil membangun citra yang positif di mata masyarakat, sehingga menjadi pilihan utama bagi calon peserta didik baru yang dipengaruhi karena adanya dorongan keluarga, pengaruh social dan budaya. Dengan demikian keberhasilan SMA YPS dalam membangun citra positif merupakan modal penting bagi sekolah untuk terus meningkatkan minat calon peserta didik. Citra positif ini dapat menjadi daya tarik bagi calon peserta didik baru, sehingga sekolah dapat terus berkembang dan menghasilkan lulusan yang berkualitas. Selain itu, citra positif juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah, sehingga mereka bersedia untuk mendukung program-program yang diselenggarakan oleh sekolah. Hal ini dapat menjadi modal penting bagi sekolah untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru dan

---

<sup>12</sup> Irfan Hadi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di Madrasah Aliyah Negeri (Man) 2 Jembrana Sebagai Tempat Belajar", Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Vol. 10, No. 2, 2018,

<sup>13</sup> Ivana dan Hapsari, Analisis minat peserta didik memilih sekolah di MTs Darul Ulum Semarang, 79, 2022

mengembangkan program-program yang relevan dengan kebutuhan siswa dan perkembangan zaman.

## **2. Strategi Pemasaran Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako**

Setiap lembaga pendidikan memiliki cara tersendiri untuk memperkenalkan sekolahnya masing-masing, begitu halnya dengan SMA YPS juga memiliki cara tersendiri untuk memperkenalkan dan mempromosikan sekolahnya. Cara itulah yang disebut dengan strategi sekolah dalam memasarkan lembaga pendidikan.

SMA YPS dalam hal pemasaran pendidikan memiliki strategi tersendiri berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA YPS memperkuat kualitas pendidikan sebagai ajang persaingan ditengah-tengah perkembangan pendidikan, SMA YPS Sorowako memahami bahwa kualitas pendidikan adalah kunci utama dalam menarik minat calon peserta didik dan orang tua. Di tengah persaingan yang semakin ketat, kualitas pendidikan menjadi strategi yang paling penting. Oleh karena itu, SMA YPS Sorowako menjadikan peningkatan dan pemeliharaan kualitas pendidikan sebagai landasan utama strategi pemasarannya. Diantaranya Menyusun program unggulan sebagai strategi handal dalam mempertahankan kualitas sekolah, program-program unggulan tersebut dirancang untuk memberikan nilai tambah bagi siswa, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik.

Program unggulan SMA YPS salah satunya adalah penanggulangan dan penyalahgunaan narkoba, menurut Istiana Heriani dalam jurnal Al'Adl yang mengungkapkan bahwa sampai dengan saat ini upaya penanggulangan penyalahgunaan narkoba yang dilakukan oleh lembaga formal pemerintah belum mampu mengatasi ketergantungan pemakainya, narkotika merupakan zat atau obat-obatan yang berbahaya dan akan mengakibatkan ketergantungan, kecanduan yang berdampak pada katup jantung yang bocor, kerusakan paru-paru, gagal ginjal serta liver yang rusak. Belum lagi kerusakan fisik yang muncul akibat infeksi virus (Hepatitis C dan HIV/AIDS).<sup>14</sup> Maka SMA YPS sangat tepat menjadikan

---

<sup>14</sup> Istiana Heriani, Upaya Penanggulangan Penyalahgunaan Narkoba Secara Komprehensif, Jurnal Al' Adl, Vol. 6, No. 11, Tahun 2024

penanggulangan dan penyalahgunaan narkoba sebagai program unggulan karena adanya ancaman dari berbagai riset. Sehingga program unggulan menjadi daya tarik tersendiri bagi calon peserta didik dan orang tua, karena mereka melihat adanya kesempatan untuk mengembangkan potensi diri secara optimal dan mendapatkan pengetahuan yang lebih luas dari berbagai sumber.

SMA YPS menyadari bahwa pendidikan tidak hanya berfokus pada pengembangan akademik, tetapi juga pada pengembangan diri siswa. Oleh karena itu, SMA YPS menyediakan beragam kegiatan ekstrakurikuler yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan minat dan bakat siswa. Sebagai bagian dari upaya pengembangan diri siswa, SMA YPS mewajibkan seluruh siswanya untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler. Kewajiban ini bukan tanpa alasan. Melalui ekstrakurikuler, siswa dapat mengembangkan minat dan bakat mereka, belajar bekerja sama dalam tim, meningkatkan rasa percaya diri, dan mengembangkan keterampilan sosial. SMA YPS juga menawarkan beragam pilihan ekstrakurikuler yang mencakup berbagai bidang, seperti olahraga, seni, budaya, sains, teknologi dan lain sebagainya dan siswa dapat memilih ekstrakurikuler yang sesuai dengan minat dan bakat mereka. Untuk memastikan kualitas kegiatan ekstrakurikuler, SMA YPS menjalin kerja sama dengan berbagai pihak eksternal. Misalnya, siswa yang berminat pada olahraga bulu tangkis maka bergabung dengan Persatuan Bulutangkis (PBSI) Luwu Timur, sementara siswa yang berminat pada olahraga karate bergabung dengan INDKADO Luwu Timur. Kolaborasi ini memberikan kesempatan bagi siswa untuk belajar dari para ahli dan mengembangkan keterampilan mereka secara lebih profesional.

Kegiatan ekstrakurikuler di SMA YPS menghasilkan banyak prestasi, baik di tingkat lokal, kabupaten, nasional dan internasional. Prestasi ini menjadi bukti bahwa SMA YPS tidak hanya fokus pada pengembangan akademik, tetapi juga pada pengembangan diri siswa secara menyeluruh.

SMA YPS juga terus berupaya untuk meningkatkan fasilitas pendidikan. Melengkapi sarana dan prasarana sekolah menjadi prioritas, karena fasilitas yang memadai akan menunjang proses pembelajaran yang efektif dan efisien. Dengan fasilitas yang lengkap, siswa dapat belajar dengan nyaman, sehingga pada akhirnya

meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan sebagai penunjang dalam proses pembelajaran.

Salah satu sarana yang paling unggul adalah fasilitas WIFI atau jaringan internet. Di era digital ini, akses internet yang cepat dan stabil adalah kunci untuk memperoleh informasi. Siswa dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber belajar online, jurnal ilmiah, video pembelajaran, dan *platform* edukasi lainnya. Hal ini dapat memperluas wawasan siswa dan mendukung pembelajaran yang lebih mendalam, apa lagi pada saat sekarang ini kurikulum Merdeka sangat menekankan pada pembelajaran berbasis proyek dan penggunaan teknologi. Jaringan internet yang stabil sangat penting untuk mendukung implementasi kurikulum ini, memungkinkan siswa untuk mengakses sumber daya online, berkolaborasi dalam proyek, dan menggunakan alat digital untuk presentasi dan evaluasi. Jaringan internet yang unggul mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dan peluang di era digital, mereka akan terbiasa menggunakan teknologi dalam pembelajaran dan siap untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi di masa depan. Jaringan internet juga mendukung efisiensi administrasi sekolah, tentunya guru dan staf dapat menggunakan internet untuk mengelola data siswa, berkomunikasi dengan orang tua, dan mengakses sumber daya administrasi lainnya. Maka dari itu SMA YPS sangat memperhatikan kecepatan akses internet melalui jaringan internet (WIFI) karena sangat berpengaruh pada kualitas dan seluruh aktivitas di sekolah.

Kualitas pendidikan tidak hanya bergantung pada program unggulan dan fasilitas yang memadai, tetapi juga pada sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. SMA YPS Sorowako menyadari betul pentingnya memiliki tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang kompeten dan profesional. Oleh karena itu, SMA YPS Sorowako selalu berupaya untuk merekrut dan mengembangkan SDM yang siap bekerja dan memiliki kualitas sesuai dengan standar kebutuhan dalam layanan pendidikan.

SMA YPS menawarkan pendidikan gratis di sekolah bagi semua peserta didik menjadikan SMA YPS sebagai sekolah favorit dengan kualitas pendidikan yang memadai sehingga menjadi sekolah yang banyak digandrungi oleh masyarakat

serta meningkatkan promosi kepada masyarakat sehingga masyarakat semakin yakin dengan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh SMA YPS. Dengan pendidikan gratis, SMA YPS Sorowako membuka kesempatan bagi semua anak untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas, tanpa terkendala masalah biaya. Selain itu SMA YPS Sorowako memahami bahwa kemudahan akses dan keamanan lingkungan merupakan faktor penting bagi kenyamanan dan kelancaran proses belajar siswa. Oleh karena itu, sekolah ini berupaya untuk memberikan yang terbaik dalam hal tersebut. SMA YPS Sorowako menyediakan fasilitas bus sekolah yang dapat digunakan oleh siswa untuk berangkat dan pulang sekolah. Fasilitas ini tentunya sangat membantu siswa, terutama mereka yang tinggal jauh dari sekolah atau mengalami kesulitan transportasi. Dengan adanya bus sekolah, siswa dapat berangkat dan pulang sekolah dengan lebih mudah, aman, dan tepat waktu.

Sekolah ini terletak di lingkungan yang tidak terdapat SMA Swasta atau Negeri lain disekitarnya. Hal ini menciptakan lingkungan yang tenang dan kondusif untuk belajar. Selain itu, lokasi sekolah yang berada di tepi danau dengan pemandangan yang indah itu bisa membuat siswa lebih rileks dan nyaman dan lokasi sekolah yang strategis juga memudahkan akses bagi siswa dari berbagai wilayah. SMA YPS juga memahami bahwa proses pendaftaran yang mudah dan aman merupakan langkah awal yang penting dalam memberikan pengalaman yang baik bagi calon peserta didik dan orang tua. Oleh karena itu, SMA YPS Sorowako telah merancang sistem pendaftaran yang efisien dan transparan, sehingga memudahkan semua pihak yang berkepentingan.

Calon peserta didik dan orang tua dapat mengakses informasi lengkap mengenai proses pendaftaran melalui berbagai media seperti website sekolah, media sosial, google meet atau brosur yang tersedia di sekolah. Proses pendaftaran dapat dilakukan secara online sesuai dengan persyaratan penerimaan peserta didik baru. Dalam proses pendaftaran sampai pada tahap akhir SMA YPS telah menjamin keamanan data pribadi calon peserta didik dan orang tua. Semua informasi yang terkumpul selama proses pendaftaran akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disalahgunakan. Setelah proses pendaftaran selesai, calon peserta didik akan memasuki lingkungan pembelajaran yang berkualitas dan mendorong siswa untuk

lebih aktif pada proses pembelajaran hal ini berdasarkan metode pembelajaran di SMA YPS Sorowako yang tidak hanya fokus pada guru sebagai sumber utama pengetahuan, tetapi juga memberikan keleluasaan kepada siswa untuk lebih aktif dalam proses pembelajaran.

Guru berperan sebagai fasilitator yang membimbing dan memfasilitasi siswa dalam belajar. Siswa didorong untuk bertanya, berdiskusi, berkolaborasi, dan mengembangkan kreativitas mereka. Dengan demikian, siswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga aktif mencari tahu, memahami, dan mengaplikasikan pengetahuan yang mereka peroleh. Sekolah ini juga dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, seperti ruang kelas yang nyaman, perpustakaan yang lengkap, laboratorium yang modern, dan fasilitas olahraga yang mendukung pengembangan bakat dan minat siswa.

Strategi tersebut juga sejalan dengan tulisan menurut Zeithaml dan Bitner dalam kutipan buku Imam Junaris dan Nik Haryanti mengatakan bahwa strategi yang terdapat dalam pemasaran pendidikan ada tujuh hal yang biasa disingkat dengan 7P yaitu *product*; jasa seperti apa yang ditawarkan, *price*; strategi penentuan biaya, *place*; lokasi yang strategis, *promotion*; bagaimana promosi dilakukan, *people*; kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh orang-orang yang terlibat dalam pemberian jasa. *Physical evidence*; sarana prasarana seperti apa yang dimiliki, dan *process*; manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.<sup>15</sup>

Peneliti dapat memahami bahwa SMA YPS berhasil menerapkan strategi pemasaran pendidikan dengan baik dan berfokus pada kualitas pendidikan, hal ini mencakup berbagai aspek seperti peningkatan kualitas pendidikan melalui program unggulan, fasilitas sarana prasarana yang memadai, kualitas SDM, pendidikan gratis, kemudahan akses dan keamanan lingkungan sekolah, serta proses pendaftaran yang mudah dan aman. Strategi ini selaras dengan konsep 7P pemasaran jasa pendidikan (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*) dan bertujuan untuk meningkatkan minat calon peserta didik

---

<sup>15</sup> Imam Junaris dan Nik Haryanti, Manajemen Pemasaran Pendidikan, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 45.

dan orang tua, sehingga SMA YPS menjadi sekolah favorit yang diminati oleh masyarakat.

### **3. Faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako**

Untuk mencapai sasaran pendidikan tentu dibutuhkan strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas dan untuk menerapkan strategi tersebut tentunya menghadapi banyak tantangan, begitu halnya dengan SMA YPS dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS pastinya juga menghadapi tantangan. Tantangan tantangan tersebut merupakan faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran pendidikan SMA YPS diantaranya keterbatasan akses informasi menjadi kendala signifikan, Informasi terkait pendaftaran dan program sekolah tidak tersampaikan kepada orang tua yang bekerja di area terpencil atau wilayah hutan dengan keterbatasan sinyal. Hal ini mengakibatkan kurangnya informasi dan menghalangi hak anak untuk bersekolah di SMA YPS.

Masalah teknis, seperti kebingungan pada persyaratan pendaftaran, juga menjadi faktor penghambat. Timbulnya ketidakjelasan terkait status anak dari karyawan yang sudah pensiun, apakah masih memenuhi syarat pendaftaran atau tidak, hal ini menimbulkan kebingungan dan menghambat proses pendaftaran. Perbedaan persyaratan yang tidak dikomunikasikan dengan baik dapat memicu kesalahpahaman antara orang tua dan lembaga pendidikan. Adapun persyaratan pendaftaran bagi siswa dengan kebutuhan khusus belum tersosialisasi dengan baik. Ketentuan mengenai surat keterangan dokter yang menyatakan anak tersebut berhak mengikuti pembelajaran kelas reguler perlu diperjelas untuk menghindari diskriminasi dan memastikan semua calon siswa mendapatkan kesempatan yang

sama, kurangnya sosialisasi dapat menyebabkan ketidakpahaman dan menghambat partisipasi siswa dengan kebutuhan khusus dalam proses pendaftaran.

Dalam upaya meningkatkan efektivitas pemasaran dan memastikan implementasi Sistem Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang sukses, ada beberapa faktor yang menjadi pendukung, diantaranya sistem PPDB yang dijalankan sepenuhnya sesuai dengan regulasi yang berlaku dengan prinsip keadilan dijunjung tinggi dan praktik orang dalam yang dapat memengaruhi hasil seleksi dihindari karena semua calon peserta didik memiliki kesempatan yang sama untuk diterima di sekolah berdasarkan kemampuan dan persyaratan yang telah ditentukan hal ini harus sesuai dengan kepatuhan terhadap peraturan sehingga menciptakan sikap adil, transparansi dan kepercayaan dalam proses seleksi.

Keamanan sistem seleksi menjadi faktor pendukung dalam menjaga keadaan proses PPDB. Jaminan keamanan sistem seleksi diberikan untuk mencegah kebocoran soal atau celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan teknologi dan prosedur yang ketat diimplementasikan untuk memastikan bahwa seluruh proses seleksi berjalan dengan jujur. Selain itu Fasilitas pemantauan online bagi orang tua juga disediakan untuk memberikan kemudahan dalam memantau anak mereka saat mengikuti tes secara daring adapun platform yang disediakan memungkinkan orang tua untuk melihat langsung bagaimana anak mereka mengerjakan soal-soal ujian di dalam ruangan. Fasilitas ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan memberikan rasa nyaman bagi orang tua selama proses seleksi, dapat dipahami bahwa penelitian ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian dari tulisan Arum Rona Ramadhan dan Moh. Syamsul Falah yang

berjudul Strategi Kepala Sekolah dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di MI Islamiyah Alwathaniyah<sup>16</sup>, yang menyatakan bahwa faktor penghambat dalam kegiatan pemasaran pendidikan di MI Islamiyah Alwathaniyah adalah kurangnya fasilitas yang memadai untuk mewujudkan program-program sekolah selanjutnya, dikarenakan posisi sekolah ditengah perdesaan masyarakat masih takut sekolah yang berbayar maksudnya biaya yang tinggi sehingga orang tua sering mengabaikan perkembangan pendidikan anaknya yang mampu mengikuti program yang ada disekolah (pesimis duluan) sehingga komite antara orang tua dan anak masih kurang berperan secara aktif. Sedangkan SMA YPS Sorowako telah melengkapi segala fasilitas sarana prasarana yang dapat mendukung program-program sekolah dan telah menyediakan pendidikan gratis bagi siswa yang berhasil bergabung di sekolah tersebut.

---

<sup>16</sup> Arum Rona Ramadhan dan Moh Syamsul Falah, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Pengelolaan Pemasaran Pendidikan di MI Islamiyah Alwathaniyah", *JM-TBI: Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*, 17-24, 2021.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian tentang strategi pemasaran pendidikan yang dilaksanakan di SMA YPS Sorowako maka simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

1. Minat peserta didik baru di SMA YPS Sorowako dari tahun ke tahun mengalami peningkatan sebagai sekolah pilihan utama di wilayah tersebut. Minat ini dipengaruhi oleh dorongan keluarga, status sosial, dan budaya, yang menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan SMA YPS Sorowako.
2. SMA YPS Sorowako menerapkan strategi pemasaran sekolah yang komprehensif dan terintegrasi dan berfokus pada penguatan kualitas pendidikan yang ditawarkan melalui program unggulan dan bimbingan belajar, peningkatan fasilitas dan pengembangan SDM berkualitas. Strategi ini didukung oleh program pendidikan gratis, penyediaan fasilitas transportasi bus sekolah, kemudahan akses informasi pendaftaran, penguatan *branding* sekolah melalui publikasi prestasi dan peningkatan keterserapan alumni di perguruan tinggi. Kombinasi strategi ini bertujuan untuk menarik minat calon siswa dan membangun citra SMA YPS sebagai sekolah favorit dengan kualitas pendidikan yang baik.
3. Faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran di SMA YPS Sorowako berupa kesulitan akses informasi pendaftaran dan keterbatasan sinyal internet bagi orang tua di wilayah pegunungan, sementara faktor pendukung adalah keamanan sistem seleksi PPDB dan fasilitas pemantauan daring bagi orang tua yang memperkuat integritas dan kenyamanan proses penerimaan siswa baru.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian terkait strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA Yayasan Pendidikan

Sorowako, Adapun saran dari peneliti adalah sebagaimana yang disebutkan di bawah ini:

1. SMA YPS Sorowako harus meningkatkan komunikasi dan kerja sama internal serta eksternal untuk mendukung pengembangan sekolah dan penerimaan siswa baru.
2. SMA YPS Sorowako harus mempertahankan kualitas pendidikan di berbagai bidang dan memberikan pelayanan yang baik agar kepercayaan masyarakat tetap terjaga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti, *Dasar-Dasar Periklanan*, Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis, 2021
- Alif, Muhtarul, “Dialog Lintas Agama dalam Al-Quran: Analisis Term Ahl Al-Kitab dalam Tafsir Al-Misbah”, *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, Vol. 8, No. 1, 2023, DOI: doi.org/10.24090/maghzav8i1.7135
- Anggraeni, Venna Try, Sugandi, Kheyene Molekandella Boer, “Strategi Komunikasi di SMA Plus Melati Kota Samarinda”, *Ejournal Ilmu Komunikasi*, Vol. 11, No. 2, 2023
- Anjelin, Clarista, dan Wahyuni, Itca Istia, “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Bandung Makuta Cake Dengan Menggunakan IMC Model Dwi Sapta”, *Jurnal Communication*, Vol. 9, No. 1, April 2018
- Aqoidah, “Motivasi Orang Tua Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Karang Baru Mataram”, *Jurnal Ummat*, Vol.3, No.1, 2018
- Ardianti, Sonia Ulfa, Sri Wahyu Ening Handayani, “Strategi Komunikasi Pemasaran Pratama Rotan Interior Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Desa Trangsang Kecamatan Gatak Kabupaten Sukoharjo”, *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, Vol.19, No.4 Oktober 2021
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2020
- Bahri, Mat, “Strategi Komunikasi dalam Pemasaran Mutu Pendidikan”, *Jurnal Pendidikan dan Manajemen Islam*, Vol. 13, No. 01, Juli 2021
- Bahtiar, Tenrijaya, *Analisis Sosial Masyarakat Terintegrasi Keislaman*, Bengkalis-Riau: Dotplus Publisher, 2024
- Barokah, Al “Strategi Marketing Pondok Pesantren dalam Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan (Studi Kasus Pondok Pesantren Raudhatul Mujawwidin Kec. Rimbo Bujang Kab. Tebo)”, *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 4, No. 4, Maret 2023
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surat An-Nahl Ayat 125, CV. Thoha Putra, Semarang.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2019

- Fatihudin, Didin, Firmansyah, Anang, *Strategi Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019
- Firmansyah, Anang, *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020
- Hasan, Muhammad, Rahmatullah, Ahmad Fuadi, Inanna, Nahriana, A A Musyaffa, Badroh Rif'ati, Tasdin Tahrim, Ali Nahrudin Tanal, Baderiah, Hj. Nursyamsi, H. M. Alinurdin, Nur Arisah, Susanti, Hayatun Sabariah, Uswatun Khasanah, dan Dewi Jayanti, *Strategi Pembelajaran*, Klaten: Tahta Media Group, 2021
- Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2019
- Iqbal, Muhammad, "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 4, No. 1, Mei 2019
- Irfan, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri 2 Jembrana Sebagai Tempat Belajar", *Jurnal Ekonomi Undhiksa*, Vol.10, No. 2, 2018
- Johan, Ria Susanti, "Pengaruh Game Online Terhadap Minat Untuk Belajar Peserta Didik kelas X Di MA Al Hidayah Depok", *Research and Development Journal of Education*, Vol. 5, No.2, 2019
- Lina, Julita, "Aktivitas Publik Relation Dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.10, No.2, 2018
- Mashuri, Dwi Nurjannah, "Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing", *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, Vol.1, No. 1, April 2020
- Musfar, Tengku Firli, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran)*, Bandung: Media Sains Indonesia, 2020
- Mustafa, Nadim, "*Strategi Komunikasi Humas SMK Bhinneka Karya 05 Teras Kabupaten Boyolali pada Penerimaan Siswa Baru*", Diss. Universitas Sahid Surakarta, 2023
- Mustaqim, "Analisis Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam: Pondok Pesantren Amslati Darul Falah Bangsri Jepara", *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 12, No.1, Tahun 2018
- Partanto, Pius A., *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkolah, 2019), 175

- Purbohastuti, Arum Wahyuni, dan Hidayah, Asmi Ayuning, "Meningkatkan Minat", *Jurnal Bisnis Terapan*, Vol. 4, No.1, 2020
- Putri, Ayuningtyas Wibowo, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan", *AT-TAZAKKI*, Vol. 7, No. 1, Januari-Juni 2023
- Rahastine, Mareta Puri, "Analisa Peranan dan Fungsi Publik Relation Baitumall Munzalan Indonesia dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta", *Jurnal Komunikasi*, Vol.12, No.1, 2021
- Reppi, Lavenia V. Y., "Silcyljeova Moniharapon, Sjendry Loindong", *Jurnal EMBA*, Vol. 9 No.3 Juli 2021
- Rismi, Donni, *Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta 2014
- Romadona, "Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kedisiplinan Peserta Didik Di SMK Teknindo Jaya Depok", *Research and Development Journal of Education*, Vol. 6, No. 2, 2020
- Sembiring, M. Noor, *Strategi Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi di Indonesia*, Yogyakarta: Deepublish, 2016
- Susanti, Febsri, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Klien dalam Memilih Radio Carano Sebagai Media Promosi Iklan", *Jurnal KBP*, Vol. 3, No. 1, Juli 2015
- Susanto, Dedi, Risnita, dan Jailani, M. Syahran, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah", *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humanior*, Vol. 1 No. 1, Mei 2023, DOI: <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Tanzeh, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras Perum POLRI, 2019
- Taryono, Muhammad, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Pendidikan Di Mts Ma'arif Nu 07 Selakambang Kabupaten Purbalingga*", Kebumen: Diss. Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama, 2022
- Tihalimah, Chairi Agusna, "Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya", *Jurnal Intelektualita Prodi MPI FTK UIN Ar-Raniry*, Vol. 10 No.1, Edisi Januari- Juni 2021
- Turmudi, Moh., dan Sun Fatayati, "Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan", *Indonesian Journal of Humanities and Social Sciences*, Vol. 2, No. 1, Maret 2021

Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 1.

Widyastuti, Sri, *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: FEB UP Press, 2018

Wijaya, Sri Herwindya Baskara, Eka Nada Shofa Alkhajar, Mahfud Anshori, Dwi Tiyanto, Aryanto Budhy Sulihyantoro e, Deniawan Tommy Candra Wijaya, Ina Primasari g., dan Henricus Hans Setyawan Prabowo, “Strategi Komunikasi Pemasaran Sosial Pendidikan Tertib Berlalu Lintas Pada Kalangan Anak Usia Dini”, *Wahana*, Vol. 73, No. 2, 2021

Wijayani, Qoniah Nur, “Aplikasi Model Komunikasi Berlo dalam Komunikasi Pemasaran PT. Lion Wings Indonesia”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16 No. 01, Maret 2022, 103-106, DOI: <https://doi.org/10.21107/ilkom.v16i1.17080>

Yusuf, Muhammad Fahrudin, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu, 2021

Yusuf, Munir, Firman Patawari, Taqwa, Tasdin Tahrir, dan Nur Alfiah Has, “Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pendidikan Sistem Ganda Di SMK Negeri 2 Luwu”, *International Journal of Cross Knowledge*, Vol. 2 No.1, 2024, 13, DOI: <https://edujavare.com/index.php/IJCK>

Zahrahast Cut Wahidanti, Kartiwa Aa, Ginanjar Yayat, “Analysis of Marketing Communications in Building Brand Awareness at Distro Madman Wear Sumedang”, *SINTESA: Jurnal Ilmiah Rumpun Ekonomi*, Vol. 13 No. 1, 2022

Zulkarmain, Luthfi, “Analisis Mutu (Input-Proses-Output) Pendidikan di Lembaga Pendidikan Islam Mts Assalam Kota Mataram Nusa Tenggara Barat”, *Jurnal Manajemen dan Ilmu Pendidikan*, Vol. 3, No. 1, Februari 2021

# LAMPIRAN

**FORMAT VALIDASI INSTRUMEN**

**Judul : Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako**

**1. Variabel 1 : Strategi Pemasaran Pendidikan**

	Teori/konsep 1 (Philip Kotler dalam Risma Ayu Kinanti) <sup>62</sup>	Teori/konsep 2 (John R. Silber dalam Galisa Ayu Famela) <sup>63</sup>	Teori/konsep 3 (Imam Junaris) <sup>64</sup>
<b>Definisi Ahli</b>	Pemasaran pendidikan adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.	Pemasaran pendidikan adalah suatu proses menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh baik menggunakan bantuan produk fisik maupun tidak, untuk memenuhi kebutuhan konsumen (siswa).	Pemasaran pendidikan adalah suatu proses sosial yang dilakukan secara manajerial, baik dilakukan oleh individu atau secara kelompok, untuk mendapatkan hasil sesuai yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lembaga pendidikan melalui bentuk penawaran dengan pihak lain yang berkepentingan.
<b>Definisi teoretis</b>	Pemasaran pendidikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang melibatkan kegiatan untuk mempromosikan lembaga pendidikan, program studi, atau layanan pendidikan lainnya agar menarik minat calon peserta didik.		
<b>Definisi Operasional</b>	Mengukur dan mengamati secara konkret aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan.		
<b>Indikator</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk Jasa</li> <li>2. <i>Price</i> (Harga) Biaya Sekolah</li> <li>3. <i>Place</i> (Lokasi/Tempat)</li> <li>4. <i>Promotion</i></li> <li>5. <i>People</i>/SDM</li> </ol>		

<sup>62</sup> Risma Ayu Kinanti, Dkk, “*Manajemen Bisnis Syariah*”, (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2020), 103.

<sup>63</sup> Galisa Ayu Famela, “*Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan*”, (Lampung: UIN Raden Intan, 2019), 73

<sup>64</sup> Imam Junaris, “*Manajemen Pemasaran Pendidikan*”, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 82

	<p>6. <i>Physical Evidance</i> (Fasilitas/Sarana Fisik).</p> <p>7. Proses</p>
<b>Sub Indikator</b>	<p><b>1. Produk Jasa (Jasa Pendidikan):</b>  Kurikulum: Kekinian, relevansi dengan kebutuhan pasar kerja, keunggulan dibandingkan kompetitor.  Jurusan: Variasi jurusan, reputasi lulusan.  Kegiatan Ekstrakurikuler: Kualitas dan variasi kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan.  Fasilitas Pendukung: Perpustakaan, laboratorium, ruang kelas, sarana olahraga.  Layanan Tambahan: Bimbingan belajar, konseling, layanan kesehatan.</p> <p><b>2. Price (Harga):</b>  Biaya Sekolah:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistem Pembayaran: Fleksibilitas sistem pembayaran (angsuran, tunai, beasiswa).</li> <li>• Biaya Tambahan: Biaya pendaftaran, uang gedung, seragam, dan biaya lainnya.</li> </ul> <p><b>3. Place (Lokasi/Tempat):</b>  Aksesibilitas: Kemudahan akses ke sekolah (transportasi umum, jarak dari pusat kota).  Lingkungan: Keamanan lingkungan sekolah, keindahan lingkungan sekolah.  Ketersediaan Fasilitas Umum: Ketersediaan fasilitas umum di sekitar sekolah (toko, rumah sakit, tempat ibadah).</p> <p><b>4. Promotion</b>  Media Promosi: Penggunaan media sosial, website, brosur, iklan, pameran pendidikan.  Pesan Promosi: Keunikan pesan yang disampaikan, target audiens yang tepat.  Frekuensi Promosi: Keteraturan dan intensitas kegiatan promosi.  Efektivitas Promosi: Tingkat kesadaran masyarakat terhadap sekolah, jumlah calon siswa baru yang diperoleh.</p> <p><b>5. People/SDM</b>  Kualifikasi Guru: Tingkat pendidikan, sertifikasi, pengalaman mengajar.  Rasio Guru dan Siswa: Jumlah guru per jumlah siswa.  Kompetensi Guru: Kemampuan mengajar, kemampuan berkomunikasi, kemampuan mengelola kelas.  Kepuasan Kerja Guru: Tingkat kepuasan guru terhadap pekerjaan.</p> <p><b>6. Physical Evidence (Fasilitas/Sarana Fisik)</b>  Keadaan Bangunan: Kondisi bangunan sekolah, kebersihan, kerapian.  Peralatan: Ketersediaan dan kelengkapan peralatan belajar mengajar.  Laboratorium: Jumlah dan kondisi laboratorium.  Perpustakaan: Koleksi buku, fasilitas baca, kenyamanan.</p> <p><b>7. Proses</b></p>

<p>Proses Pendaftaran: Kemudahan proses pendaftaran, waktu yang dibutuhkan.</p> <p>Proses Pembelajaran: Metode pembelajaran yang digunakan, penggunaan teknologi, evaluasi pembelajaran.</p> <p>Proses Administrasi: Efisiensi proses administrasi, keramahan petugas administrasi.</p> <p>Proses Komunikasi: Keterbukaan komunikasi antara sekolah, guru, siswa, dan orang tua.</p>
--

## 2. Variabel 2 : Minat Calon Peserta Didik Baru

	(Aqoidah). <sup>65</sup>	(Ria Susanti Johan) <sup>66</sup>	(Rahmat dalam Devi Saputri) <sup>67</sup>
<b>Definisi Ahli</b>	Minat adalah fenomena psikologis yang fokus pada suatu objek karena adanya rasa senang terhadapnya.	Minat adalah kecenderungan untuk terus-menerus memperhatikan dan mengingat peristiwa tertentu. Secara sederhana, minat merujuk pada dorongan dan ketertarikan yang mendalam terhadap sesuatu.	Minat adalah suatu keadaan seseorang menaruh perhatian pada sesuatu, yang disertai dengan keinginan untuk mengetahui, memiliki, mempelajari, dan membuktikan.
<b>Definisi Teoretis</b>	<b>Minat calon peserta didik baru sebagai konsep yang kompleks dan multidimensional. Dengan memahami definisi teoritis dari minat, para pendidik dapat merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat siswa dan meningkatkan kualitas pembelajaran.</b>		
<b>Definisi Oprasional</b>	<b>Minat calon peserta didik baru sebagai tingkat ketertarikan atau keinginan seseorang untuk memilih dan mendaftar di suatu lembaga pendidikan tertentu.</b>		
<b>Indikator</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Transaksional</li> <li>2. Minat Referensial</li> <li>3. Minat Prefensial</li> <li>4. Minat Eksploratif</li> </ol>		
<b>Sub Indikator</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat Transaksional: Minat yang didorong oleh tujuan praktis atau manfaat langsung yang diperoleh dari mengikuti program pendidikan. <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Orientasi pada karir:</b> Mencari program studi yang memiliki prospek kerja yang baik. Mencari informasi tentang peluang kerja setelah lulus.</li> </ul> </li> </ol>		

<sup>65</sup> Aqoidah, "Motivasi Orang Tua Menyekolahkan Anaknya di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Karang Baru Mataram", *Jurnal Ummat*, Vol.3, No.1, 2018

<sup>66</sup> Ria Susanti Johan, "Pengaruh Game Online Terhadap Minat Untuk Belajar Peserta Didik kelas X Di MA Al Hidayah Depok", *Research and Development Journal of Education*, Vol. 5, No.2, 2019.

<sup>67</sup> Devi Saputri Dkk, "Hubungan Motivasi Belajar Siswa Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi", *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol.7, No.2, 2019.

- **Orientasi pada peningkatan keterampilan:**  
 Ingin memperoleh keterampilan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan karir.  
 Mencari jurusan yang relevan dengan minat dan bakat.  
 Ingin mengembangkan diri secara profesional.
- **Orientasi pada peningkatan status sosial:**  
 Ingin meningkatkan status sosial melalui pendidikan.  
 Memilih lembaga pendidikan yang memiliki reputasi yang baik.

2. Minat Referensial: Minat yang dipengaruhi oleh rekomendasi atau saran dari orang lain, seperti teman, keluarga, atau guru.

- **Dipengaruhi oleh rekomendasi teman:**  
 Memilih lembaga pendidikan karena rekomendasi dari teman.  
 Mengikuti saran teman dalam memilih jurusan  
 Dipengaruhi oleh rekomendasi keluarga  
 Memilih lembaga pendidikan karena saran dari orang tua atau saudara.  
 Mengikuti saran keluarga dalam memilih jurusan
- **Dipengaruhi oleh rekomendasi guru:**  
 Memilih lembaga pendidikan karena saran dari guru.

3. Minat Prefensial: Minat yang didorong oleh preferensi pribadi, seperti minat terhadap suatu bidang studi atau gaya belajar tertentu.

- **Minat terhadap bidang studi tertentu:**  
 Memiliki minat yang kuat pada suatu bidang ilmu pengetahuan.  
 Mencari program studi yang sesuai dengan minat tersebut.
- **Preferensi terhadap metode pembelajaran:**  
 Lebih menyukai pembelajaran yang interaktif dan berbasis proyek.  
 Lebih menyukai pembelajaran yang berorientasi pada masalah.
- **Preferensi terhadap lingkungan belajar:**  
 Mencari lingkungan belajar yang kondusif dan menyenangkan.  
 Mencari lembaga pendidikan dengan fasilitas yang lengkap.

4. Minat Eksploratif: Minat yang didorong oleh keinginan untuk menjelajahi hal-hal baru dan mengembangkan diri.

	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Keinginan untuk mengembangkan diri:</b> Ingin meningkatkan potensi diri secara keseluruhan. Mencari program studi yang menantang dan merangsang pemikiran.</li><li>• <b>Keingintahuan yang tinggi:</b> Selalu ingin tahu tentang hal-hal baru. Suka bertanya dan mencari</li></ul>
--	---

Palopo, 15 November 2024  
Validator,



(Alimuddin, S.Ud., M.Pd.I)

## INSTRUMEN PEDOMAN WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

**Judul : Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako**

No	Rumusan Masalah	Indikator	Sub-Indikator	Butir Pertanyaan
1	Bagaimanakah strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?	<b>1. Produk Jasa</b>	<b>Kualitas produk jasa:</b> yang ditawarkan	1. Apa keunggulan kurikulum di SMA YPS Sorowako? 2. Apa sajakah layanan tambahan yang disediakan di SMA YPS Sorowako?
		<b>2. Biaya Sekolah</b>	<b>Biaya Sekolah:</b> sistem pembayaran dan beasiswa.	3. Bagaimanakah sistem pembayaran atau biaya tambahan dan program beasiswa?
		<b>3. Place (Lokasi/Tempat)</b>	<b>Lokasi yang strategis:</b> Mudah diakses dan memiliki lingkungan belajar yang nyaman.	4. Mengapa sekolah memilih lokasi yang sekarang ini? 5. Apakah kelebihan lokasi ini bagi peserta didik? 6. Bagaimanakah kemudahan akses ke sekolah? 7. Apakah tersedia transportasi khusus untuk ke sekolah?
		<b>4. Promotion</b>	<b>Promosi yang efektif:</b> Pesan yang menarik dan kegiatan promosi yang inovatif.	8. Media apa saja yang untuk digunakan mensosialisasikan sekolah dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru?
		<b>5. People/SDM</b>	<b>Kualitas sumber daya manusia:</b> Tenaga pengajar yang kompeten dan layanan administrasi yang baik.	9. Bagaimanakah kualifikasi guru terkait tingkat pendidikan, sertifikasi atau pengalaman mengajar dan layanan administrasi? 10. Bagaimanakah perbandingan/rasio guru dan mempengaruhi antara siswa kualitas pembelajaran di SMA YPS Sorowako?
		<b>6. Physical Evidence (Fasilitas/Sarana Fisik).</b>	<b>Fasilitas yang lengkap:</b> Gedung dan ruangan yang nyaman serta	11. Fasilitas apa saja yang menjadi keunggulan di sekolah ini?

			fasilitas pendukung yang memadai.	
		<b>7.Proses</b>	<b>Proses pendaftaran dan pembelajaran yang efektif:</b> Metode pembelajaran yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan peserta didik.	<p>12. Bagaimanakah proses pendaftaran di SMA YPS Sorowako?</p> <p>13. Bagaimanakah proses pembelajaran di SMA YPS Sorowako?</p>
		<b>Tambahan</b>		<p>14. Dari tujuh indikator tersebut, indikator manakah yang paling unggul dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako?</p> <p>15. Apakah ada strategi khusus yang diterapkan dalam memperkenalkan sekolah untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru?</p>
2	Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?	<b>Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat:</b>	Keberhasilan strategi pemasaran pendidikan sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (seperti komitmen pimpinan, sumber daya manusia, dan kualitas produk) dan faktor eksternal (seperti persaingan dan kebijakan pemerintah).	<p>1. Apa saja faktor pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?</p> <p>2. Apa saja faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?</p>

3	Bagaimanakah minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako?	<b>Minat peserta didik</b>	Minat peserta didik	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bagaimana perubahan minat masyarakat terhadap sekolah ini dari tahun ke tahun?</li><li>2. Bagaimana peran sekolah dalam membentuk persepsi masyarakat tentang kualitas pendidikan di wilayah ini?</li></ol>
---	--	----------------------------	---------------------	--

## INSTRUMEN PEDOMAN OBSERVASI/CATATAN LAPANGAN

**Judul : Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako**

No	Rumusan Masalah	Indikator	Sub Indikator yang Diamati	Deskripsi Observasi	Catatan Lapangan
1	Bagaimanakah minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako?	1. Minat Peserta Didik	-Peningkatan yang signifikan pada jumlah pendaftar atau minat calon peserta didik baru setelah pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan.	- Amati peningkatan yang signifikan pada minat calon peserta didik baru setelah pelaksanaan pemasaran pendidikan.	
2	Bagaimanakah strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?	Identifikasi dan mengamati Strategi Pemasaran Pendidikan	- Pelaksanaan Strategi Pemasaran Pendidikan - Pengawasan dan monitoring oleh kepala sekolah terhadap strategi pemasaran pendidikan.	- Amati penerapan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako, pelaksanaan, partisipasi siswa dan guru). - Catat bagaimana kepala sekolah memantau dan mengawasi pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan.	
3	Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako.	Identifikasi dan mengetahui faktor penghambat dan pendukung yang berkontribusi dalam strategi pemasaran	- keberadaan fasilitas/sarana fisik (komputer, laptop, proyektor, dll.) dan jaringan internet di	- Amati keadaan fasilitas atau sarana fisik (komputer, laptop, proyektor, laboratorium, perpustakaan, kolrksi buku, kondisi bangunan sekolah dll.) dan jaringan internet	

No	Rumusan Masalah	Indikator	Sub Indikator yang Diamati	Deskripsi Observasi	Catatan Lapangan
		pendidikan SMA YPS Sorowako.	sekolah - sekolah menjalin kerjasama dengan pihak luar (universitas, perusahaan teknologi, dll.) dalam pemasaran pendidikan.	di sekolah seperti wifi dll. - Catat Apakah sekolah menjalin kerjasama dengan pihak luar (universitas, perusahaan teknologi, dll.) dalam pemasaran pendidikan.	

Palopo, 15 November 2024  
Validator,



(Alimuddin, S.Ud., M.Pd.I)

## Lampiran 2 Hasil Wawancara

### **HASIL WAWANCARA**

**Nama Narasumber : Nurkholis, S.Pd., Gr.**  
**Nama Peneliti : Nashar**  
**Judul Penelitian : Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako.**

#### **PERTANYAAN:**

##### **A. Minat Calon Peserta Didik Baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako**

1. Bagaimana perubahan minat masyarakat terhadap sekolah ini dari tahun ke tahun?

Jawab: Jumlah siswa 5 tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan pertanda bahwa animo dan minat masyarakat untuk menyekolahkan putra putrinya disekolah kami itu sangat tinggi, karena antusiasnya minat masyarakat ditiga tahun terakhir menjadi rujukan bagi kami di sekolah untuk menentukan persentase kuota yang akan diterima di sekolah ini, baik itu jalur anak karyawan, jalur wilayah terdampak dan jalur prestasi.

2. Bagaimana peran sekolah dalam membentuk persepsi masyarakat tentang kualitas pendidikan di wilayah ini?

Jawab: Kehadiran siswa baru di sekolah ini merupakan hasil dari beberapa hal yang dipengaruhi oleh beberapa alasan, di antaranya dukungan keluarga sebagai alasan internal di rumah yang memberikan motivasi dan memilih SMA YPS sebagai salah satu sekolah terbaik untuk putra-putri mereka dalam hal melanjutkan pendidikan. Alasan lain yang memengaruhi adalah status sosial dalam masyarakat. Sebagian masyarakat meyakini bahwa sekolah kami menunjukkan bahwa mereka memiliki kemampuan, baik itu dari segi finansial maupun status

sosial lainnya. Mereka merasa bangga ketika memilih SMA YPS sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan, sehingga hal itu menjadi budaya di masyarakat dan secara turun temurun terindikasi setiap tahunnya.

## **B. Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta**

### **Didik Baru di SMA Yayasan Pendidikan Sorowako**

1. Bisa bapak jelaskan apa saja keunggulan kurikulum yang ada di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Penyusunan kurikulum disekolah itu berbasis kearifan lokal, kemudian melihat situasi dan sarana prasarana yang ada di sorowako terkhusus di PT Vale. Jadi kita mengembangkan kurikulum berdasarkan fasilitas yang ada disekitar lingkungan sekolah, misalkan kegiatan-kegiatan *Field trip*, Mengundang narasumber-narasumber dari PT Vale untuk menjelaskan terkait bagaimana menjaga lingkungan, safety dan hal-hal lain yang terkait dengan bagaimana hidup di area pertambangan, itu adalah salah satu keunggulan kurikulum kami.

2. Apa sajakah layanan tambahan yang disediakan di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Layanan tambahan yang kami sediakan di SMA YPS Sorowako terkait program-program bagaimana terjaring di Perguruan Tinggi itu kami sudah siapkan dari kelas 10, kelas 10 itu kami sudah lakukan psikotes untuk melihat kecenderungan jurusan dimana dia berada, kemudian di kelas 11 itu kami latih kegiatan-kegiatan karya tulis untuk penyesuaian diri nanti di dunia kampus, kemudian di kelas 12 itu kami buat bimbingan belajar untuk persiapan UTBK, kemudian konseling juga untuk lebih menajamkan jurusan dan kampus yang akan mereka masuki nantinya. Selanjutnya analisis nilai untuk siswa yang berpotensi

untuk bisa masuk jalur SNBP. Jadi mulai dari kelas 10 itu kita lihat potensi nilai siswa yang punya potensi masuk ke jalur SNBP. Kemudian kita juga mendorong siswa untuk masuk ke jalur yang lain, misalkan jalur Tahfiz, Jalur Ketua Osis, dan jalur prestasi yang lain. Jadi terkait persiapan masuk di perguruan tinggi kita sudah menyiapkan mulai dari kelas 10.

3. Bagaimanakah sistem pembayaran atau biaya tambahan dan program beasiswa di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Jadi, kalau kita di Yayasan untuk biaya sekolah itu tidak ada (gratis), yang penting dia anak karyawan, kemudian anak masyarakat lokal terdampak, Jadi anak masyarakat lokal disini yang diakui itu hanya 2 yaitu masyarakat local sorowako dan masyarakat lokal Pasitabe, 80% anak karyawan, 15% anak lokal terdampak, dan 5% jalur prestasi. Terkait sistem SPP, uang pembayaran masuk tidak ada, jadi siswa betul-betul full gratis. Terkait Beasiswa tentunya ada. Ada beasiswa dari perusahaan untuk anak karyawan dan masyarakat lokal terdampak tetapi dengan syarat-syarat yang diberlakukan, misalnya nilai, ranking, dan siswa yang berprestasi.

4. Apakah kelebihan lokasi sekolah saat ini bagi peserta didik?

Jawab: Kalau kita lihat dari sejarahnya awalnya sekolah ini tidak berada di area pontada. Sekolah ini awalnya terletak di area lawewu sorowako, Kemudian pindah karena adanya settingan di Yayasan sehingga terkait lokasi itu YPS punya lokasi di area Pontada, karena asumsi atau analisisnya saat itu di area lawewu sorowako itu bertetangga dengan SMA swasta dan negeri yang lain, kita khawatirkan jangan sampai ada ketidakcocokan dan menimbulkan perkelahian sehingga siswa SMA

itu semua ditarik di area pontada yaitu pada lokasi sekarang ini. Jadi kelebihan lokasi sekolah sekarang ini tidak ada sekolah lain yang ada di area sini selain Yayasan pendidikan sorowako. Sehingga untuk siswa SMA potensi untuk berkelahi atau tawuran itu tidak ada dan terkait segi keamanan SMA di area pontada kondusif dan aman.

5. Bagaimanakah kemudahan akses ke sekolah?

Jawab: Jadi, kalau untuk siswa itu mereka menggunakan Bus Sekolah yang disediakan oleh PT Vale. Jadi siswa kami larang untuk menggunakan kendaraan pribadi. Kalaupun misalnya ada siswa yang menggunakan kendaraan pribadinya maka kita larang menggunakan kendaraan roda 2 (motor), tapi menggunakan mobil karena lebih safety dan harus mempunyai SIM.

6. Media apa saja yang digunakan untuk mensosialisasikan sekolah dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru?

Jawab: Disini kita mengoptimalkan media sosial Instagram, Facebook, WhatsApp, Website Sekolah dan Portal PPDB. Terkait dengan sosialisasi ke peserta didik baru atau ke orang tua yang ingin memasukkan sekolah anaknya ke SMA YPS kami langsung sosialisasi ke SMP YPS, Kami juga buka sosialisasi secara umum menggunakan fitur online, kami buka google meet dan menyebarkan flyer-flyer undangan ke kantor camat, ke kabupaten atau cabang dinas, instansi internal didalam PT Vale itu sendiri.

7. Bagaimanakah kualifikasi guru terkait tingkat pendidikan dan sertifikasi dan pengalaman mengajar?

Jawab: Guru di SMA YPS Sorowako ada 35 Guru dan Pegawai, Total guru itu ada 33 dan pegawai dan tata usaha itu ada 2 orang. Kemudian dari 33 orang guru sudah tersertifikasi 27 orang, kemudian S2 itu ada 15 orang. Dari Yayasan dan internal sekolah mendorong guru-guru untuk melakukan pengembangan diri pengembangan profesionalisme, salah satunya mengikuti program PPG. Kemudian disini ada 2 guru penggerak dan ada 2 guru pengajar praktek itu terkait penerapan kurikulum merdeka. Terkait sumber daya manusianya teman-teman guru disini itu mempunyai kapasitas yang melebihi dari kapasitasnya sebagai guru mata pelajaran. Maksud saya adalah ada guru yang mempunyai keterampilan dalam hal coding, meskipun itu bukan mata pelajaran tapi bisa disalurkan melalui jam ekstrakurikuler, kemudian ada teman guru yang jago karate bisa tersalurkan di jam ekstrakurikuler termasuk E Sport itu juga terakomodir sehingga minat bakat siswa itu alhamdulillah bisa kita fasilitasi. Proses pembelajaran tadi sudah saya sebutkan sudah betul-betul terdigitalisasi.

8. Bagaimanakah perbandingan/rasio antara guru dan siswa mempengaruhi kualitas pembelajaran di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Jadi melihat perbandingan rasionya masih dalam kurva normal, karena rata-rata mayoritas guru jumlah jam mengajarnya 24 jam, ada juga 28 jam, walaupun dibawah 24 jam itu sudah tidak ada atinya jumlah jam mengajar di sekolah ini itu sudah merata.

9. Fasilitas apa saja yang menjadi keunggulan di sekolah ini?

Jawab: Ya, Jadi di kelas itu sudah lengkap, semua guru sudah punya laptop dan itu disediakan oleh sekolah bukan pribadi dari guru, kemudian ada LCD disetiap

ruangan, Fasilitas jaringan internet disemua area sekolah sudah ada. Itu artinya kebutuhan belajar dikelas terpenuhi apalagi pembelajaran digitalisasi itu sudah aman, kemudian siswa sudah mempunyai perangkat masing-masing. Sistem pembelajaran yang sudah dilaksanakan oleh bapak ibu guru itu sudah terdigitalisasi lalu platform yang kita gunakan yaitu Google For Education, tugas-tugas, modul ajar, modul pembelajaran, bahan ajar itu semua kita masukkan di dalam Google Classroom jadi siswa bisa mengakses semua materi, tugas-tugas, ulangan harian melalui Google Classroom. Adapun fasilitas pendukung yang lain, seperti laboratorium computer ada 2 ruangan, kemudian ada lab fisika, lab biologi dan lab kimia. Jadi terkait pembelajaran berbasis praktek itu dilaksanakan di lab, selanjutnya kebutuhan olahraga, kita punya lapangan ada lapangan bola, lapangan basket, ada juga lapangan badminton dan lapangan tenis. Jadi siswa terkait jam kegiatan ekstrakurikuler terfasilitasi untuk kegiatan olahraga. Terkait sumber daya manusianya teman-teman guru disini itu mempunyai kapasitas yang melebihi dari kapasitas yang dia sebagai guru mata pelajaran. Maksud saya adalah ada guru yang mempunyai keterampilan dalam hal coding, meskipun itu bukan mata pelajaran tapi bisa disalurkan melalui jam ekstrakurikuler, kemudian ada teman guru yang jago karate bisa tersalurkan di jam ekstrakurikuler termasuk E Sport itu juga terakomodir sehingga minat bakat siswa itu alhamdulillah bisa kita fasilitasi. Proses pembelajaran tadi sudah saya sebutkan sudah betul-betul terdigitalisasi.

10. Bagaimanakah proses pendaftaran di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Terkait proses pendaftaran kita hanya menerima 80% dari anak karyawan, 15% dari masyarakat lokal terdampak, 5% mahasiswa berprestasi skala provinsi

dan sistem PPDB kita berbasis kuota, jadi berapa yang kita luluskan begitu juga yang kita terima. Misalkan kuota yang kita alokasikan ditahun itu misalnya 160 orang maka yang kami terima itu 160 orang juga. Ketika pendaftar lebih dari 160 maka dilaksanakanlah sistem seleksi. Sistem seleksi itulah yang akan menentukan 160 kuota yang masuk. Namun, setiap tahunnya pendaftar kita disini selalu membludak yang artinya jumlah yang mendaftar itu selalu melebihi dari kuota yang di alokasikan sehingga tiap tahunnya kami harus melaksanakan sistem seleksi berupa tes akademik dengan terlebih dahulu kita akan tes administrasi yaitu memastikan bahwa yang mendaftar adalah betul-betul anak karyawan dan masyarakat lokal yang terdampak dan siswa berprestasi skala provinsi sebagai bentuk berlaku adil karena kita sekolah swasta yang ada dibawah naungan perusahaan PT VALE yang punya tanggung jawab, kewajiban untuk memberikan layanan pendidikan yang baik dan berkualitas. Misalkan pendaftar tidak melebihi dari kuota maka kita tidak perlu adakan sistem seleksi karena kita tidak memilih milih siswa artinya bagaimana pun model anaknya yang penting dia anak karyawan dan masyarakat lokal terdampak kita akan terima. Kemudian, beberapa tahun terakhir yang kita laksanakan tesnya itu berbasis literasi numerisasi, bukan lagi berbasis mata pelajaran. Mengapa sistem ppdb kita berbasis kuota karena melihat dari sumber daya manusianya yaitu guru-guru, sarana prasarana terkait ketersediaan kelas, kemudian ketersediaan fasilitas yang lain jangan sampai guru juga kelebihan beban jam mengajar atau siswa terkait dengan sarana prasarana kita tidak mencukupi karena yang jadi yang kami utamakan adalah bagaimana proses belajar mengajar dapat diatur dengan baik dan efektif sehingga

berpengaruh pada tingkat keberhasilan siswa dalam belajar dan guru dalam mengajar.

11. Bagaimanakah proses pembelajaran di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Sehubungan dengan proses pembelajaran kami memberikan keleluasaan untuk menggunakan metode, strategi atau model pembelajaran seperti apa yang jelasnya kami minta biasanya adalah siswa yang aktif dan menekankan pada aktivitas siswa atau terpusat pada siswa. Jadi guru-guru membuat Lesson Plan atau modul ajar RPP itu kami baca kemudian dievaluasi dan diverifikasi walaupun misalnya di dalam lesson plan itu tidak menunjukkan bahwa ada kegiatan siswa ya tentu ada diskusi yang kami bangun dengan guru mata pelajaran. Jadi metode pembelajaran yang paling banyak diterapkan disini itu konsennya atau aktivitasnya pada siswa bukan hanya sekedar ceramah, walaupun ada ceramah itu hanya untuk memberikan arahan kepada siswa terkait apa saja yang akan kita lakukan dalam proses pembelajaran selbihnya siswa yang akan melaksanakan proses pembelajaran. Jadi guru tentunya menyiapkan LKPD, apakah itu berbasis projek, berbasis masalah atau berbasis inkuiri dan kebanyakan guru-guru juga membuat materi-materi pelajaran yang mudah diakses oleh siswa menggunakan perangkatnya di laptop atau komputer karena disini sudah menjadi regulasi atau larangan untuk siswa membawa HP jadi semua sistem komunikasi itu kita fokus pada fitur-fitur yang ada di google, seperti google chat, google meet, google docs dan google script sheet.

12. Dari tujuh indikator tersebut, indikator manakah yang paling unggul dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru di SMA YPS Sorowako?

Jawab: Berdasarkan survei yang kami lakukan, alasan siswa memilih SMA YPS Sorowako yaitu karena fasilitas yang lebih lengkap dibandingkan dengan sekolah lain, kemudian yang kedua perhatian atau *care* yang diberikan oleh guru-guru itu jauh lebih *care*, yang ketiga dari segi prestasi dan bimbingan atau pembinaan prestasi.

13. Apakah ada strategi khusus yang diterapkan dalam memperkenalkan sekolah untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru?

Jawab: Terkait strategi khusus yang kami terapkan, yaitu: Membuat branding sekolah, Branding sekolah yang dimaksud adalah kekhasan atau keunggulan, misalnya pembinaan, prestasi, jadi kami dikenal dimasyarakat berdasarkan prestasi sekolah, prestasi siswa, kedisiplinan sekolah dan kualitas pembelajaran yang kami berikan kepada siswa dan tentunya selalu di *update* melalui media sosial ataupun website sekolah yang dapat dijangkau oleh khlayak umum. Artinya bahwa branding-branding seperti itu atau kualitas yang kami berikan di SMA YPS Sorowako jauh lebih dari sekolah-sekolah yang ada di Luwu Timur. Kemudian yang kedua adalah Keterserapan alumni di Perguruan Tinggi melalui program bimbingan belajar Sekitar tiga atau empat tahun terakhir ini keterserapan alumni di perguruan tinggi disetiap seleksi meningkat setiap tahunnya sehingga itulah salah satu yang dilihat oleh masyarakat bahwa kualitas pendidikan di SMA YPS Sorowako dapat dipertimbangkan dan bisa menjadi salah satu trend penarik orang untuk masuk kesini, jadi prestasi siswa dibidang akademik dan non akademik dan program-program sekolah terkait dengan kurikulum merdeka itu ada P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila).

Kegiatan-kegiatan yang mendukung kegiatan P5 itu melibatkan orang luar sehingga sekolah dikenal dikalangan masyarakat atau diluar sana sebagai sekolah yang sering melaksanakan kegiatan-kegiatan diluar sekolah seperti seminar-seminar, bakti sosial dan lain sebagainya.

**C. Faktor penghambat dan pendukung dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan di SMA YPS Sorowako?**

Jawab: Ya, tentu ada beberapa hal yang menjadi faktor penghambat yaitu keterbatasan akses informasi bagi orang tua, ini terkendala pada jaringan dan lokasi geografis. Jadi informasi penting terkait pendaftaran dan program sekolah tidak tersampaikan kepada orang tua yang bekerja di area terpencil atau mengalami kesulitan akses internet. Hal ini menjadi masalah krusial, terutama bagi mereka yang bekerja di hutan dan wilayah dengan keterbatasan sinyal. Masalah teknis atau munculnya kebingungan pada persyaratan pendaftaran. Kebingungan muncul terkait status anak dari karyawan yang sudah pensiun, apakah masih memenuhi syarat pendaftaran atau tidak. Perbedaan persyaratan ini perlu dikomunikasikan dengan jelas agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Persyaratan pendaftaran bagi siswa dengan kebutuhan khusus belum tersosialisasi dengan baik. Ketentuan mengenai surat keterangan dokter dan inklusi dalam kelas reguler perlu diperjelas untuk menghindari diskriminasi dan memastikan semua calon siswa mendapatkan kesempatan yang sama. Adapun faktor pendukung dalam pelaksanaan pemasaran yaitu, kemudahan akses pendaftaran. Jadi kami memastikan bahwa mekanisme pendaftaran yang kami terapkan dapat diakses dengan mudah oleh semua orang tua, tanpa terkecuali. Kami memahami bahwa tidak semua orang tua memiliki akses

internet yang sama atau waktu luang. Oleh karena itu, kami menyediakan berbagai jalur pendaftaran, serta informasi yang jelas dan mudah dipahami mengenai proses pendaftaran. Kemudian kepatuhan terhadap regulasi. Jadi Sistem PPDB yang kami jalankan sepenuhnya sesuai dengan regulasi yang berlaku. Kami menjunjung tinggi prinsip keadilan dan tidak ada praktik "orang dalam" yang dapat mempengaruhi hasil seleksi. Semua calon peserta didik memiliki kesempatan yang sama untuk diterima di sekolah kami, berdasarkan kemampuan dan persyaratan yang telah ditentukan. Selanjutnya faktor pendukung lain tentunya keamanan Sistem Seleksi, kami menjamin keamanan sistem seleksi yang digunakan. Tidak ada kebocoran soal atau celah yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Kami menggunakan teknologi dan prosedur yang ketat untuk memastikan bahwa seluruh proses seleksi berjalan dengan jujur dan transparan. Kemudian kami juga sediakan fasilitas pemantauan online bagi orang tua, kami memberikan kemudahan bagi orang tua untuk memantau anak mereka saat mengikuti tes secara daring. Kami menyediakan platform yang memungkinkan orang tua untuk melihat langsung bagaimana anak mereka mengerjakan soal-soal ujian didalam ruangan. Fasilitas ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan memberikan rasa nyaman bagi orang tua selama proses seleksi.

Lampiran 3. Administrasi Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
FAKULTAS TARBIYAH & ILMU KEGURUAN  
Jl. Agatis Kel. Balandi Kec. Bara 91914 Kota Palopo  
Email: [ftik@iainpalopo.ac.id](mailto:ftik@iainpalopo.ac.id) / Web: [www.ftik-iainpalopo.ac.id](http://www.ftik-iainpalopo.ac.id)

Nomor : B- 2559 /In.19/FTIK/HM.01/09/2024 Palopo, 4 September 2024  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Surat Izin Penelitian**

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu  
Satu Pintu Provinsi Sul - Sel  
di Makassar

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, disampaikan bahwa mahasiswa (i):

Nama : Nashar  
NIM : 2102060025  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Semester : VII (Tujuh)  
Tahun Akademik : 2023/2024

akan melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul: "**Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako**". Untuk itu dimohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan surat izin penelitian.

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*



Prof. Dr. H. Sukirman, S.S., M.Pd.  
NIP. 196705162000031002



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor : **28753/S.01/PTSP/2024** Kepada Yth.  
Lampiran : - Bupati Luwu Timur  
Perihal : **Izin penelitian**

di-  
**Tempat**

Berdasarkan surat Dekan Fak. Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo Nomor : B-2559/In.19/FTIK/HM.01/09/2024 tanggal 04 September 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **NASHAR**  
Nomor Pokok : **2102060025**  
Program Studi : **Manajemen Pendidikan Islam**  
Pekerjaan/Lembaga : **Mahasiswa (S1)**  
Alamat : **Jl. Agatis Balandai Palopo**

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU DI SEKOLAH MENENGAH ATAS YAYASAN PENDIDIKAN SOROWAKO "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **12 November 2024 s/d 12 Januari 2025**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 12 November 2024

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



**ASRUL SANI, S.H., M.Si.**  
Pangkat : **PEMBINA TINGKAT I**  
Nip : **19750321 200312 1 008**

Tembusan Yth

1. Dekan Fak. Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo;
2. *Pertinggal.*



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENDIDIKAN  
CABANG DINAS PENDIDIKAN WILAYAH XII

Alamat Kantor : Jln. Dr. Sam Ratulangi Puncak Indah Mallii, Kec. Mallii, Kab. Luwu Timur 92891

Malili, 28 November 2024

Kepada  
Yth. Kepala SMAS YPS Sorowako  
Di,-

Sorowako

**SURAT PENGANTAR**

Nomor : 800/ 620 /CD.Wii.XII/DISDIK

No.	Uraian	Jumlah	Ket.
1.	Izin Penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul 'STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU DISEKOLAH MENENGAH ATAS YAYASAN PENDIDIKAN SOROWAKO A.n :  <b>NASHAR</b> Nomor Pokok : 2102060025 Mahasiswa Program Studi (S 1) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO	1 Berkas	Dikirim dengan hormat kepada Bapak untuk di Fasailitasi, terima kasih.



Tembusan :  
1. Pertinggal



#BerAKHLAK  
#SIPAKATAU

#CERDASKI  
• Cerdas • Berprestasi • Berkeadilan • Berkeadilan • Berkeadilan

SETIAU PADA KEPERINTAH DAN BERGAMBAR SAMA  
PENGENDALIAN SULAWESI SELATAN



**YAYASAN PENDIDIKAN SOROWAKO**  
**SMA YPS SOROAKO**  
**Status Akreditasi A (UNGGUL)**

Nomor: 555/BAN-SM/SK/2023 NDS: S.09164001 NPSN: 40310161 NSS: 304191716018

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 421.3/0027/SMA.YPS.SI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala SMA YPS SOROAKO, menerangkan bahwa:

nama : Nashar  
NIM : 2102060025  
program studi : S1 Manajemen Pendidikan Islam  
instansi : Institut Agama Islam Negeri Palopo  
judul skripsi : "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Atas Yayasan Pendidikan Sorowako"

Benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian di SMA YPS SOROAKO pada tanggal 12 November 2024 sampai dengan 12 Januari 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Soroako, 28 Januari 2025  
Kepala Sekolah,

Markholish, S.Pd., M.Pd., Gr.  
YPS-465

## Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian

### A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah SMA Yayasan Pendidikan Sorowako SMA YPS yang didirikan pada tahun pelajaran 1982 – 1983 SMA YPS yang dirintis oleh Pak Doedi Soemawidjaya, kemudian diserahkan kepemimpinannya kepada Pak Sunarta bulan Desember 1982, dimulai dengan 19 orang orang siswa, sebagian terbesar dari mereka lulusan SMP YPS. Dan setelah tiga tahun jumlah ini turun menjadi 15 dan berhasil lulus semuanya pada ebta/ebtanas yang baru lalu dengan hasil yang cukup memuaskan. SMA YPS merupakan jenjang terakhir yang diidamkan oleh banyak karyawan PT INCO di Soroako ini setelah SD dan SMP sudah beberapa tahun berdiri dan membuktikan diri mampu menghasilkan siswa-siswa yang berbobot. .

Sasaran utama mengapa SMA YPS didirikan adalah untuk memenuhi keinginan para orang tua agar anak-anak mereka tidak usah pergi ke luar soroako untuk melanjutkan pelajaran setelah lulus SMP. SMA YPS berdiri justru dalam keadaan PT INCO yang tidak menguntungkan akibat resesi dunia, hingga pengadaan guru-guru harus disesuaikan dengan keadaan keuangan Perusahaan. Ketika diresmikan sekolah ini hanya dilengkapi dengan dua orang guru tetap ditambah guru honorer 12 orang dan guru diperbantukan 3 orang. Selama tiga tahun, SMA YPS disorot dan dinilai oleh para orang tua.

Dilihat dari sarana SMA Yayasan Pendidikan Sorowako sudah menghasilkan jebolan-jebolan berbobot. Beberapa laboratorium untuk mendalami sejumlah bidang studi sudah tersedia, malah lebih memadai. Kesempatan untuk berpraktik dalam bidang elektronik, automotif dan mekanikal tinggal dibutuhkan ketekunan. Sarana olahraga, dari stadion hingga kolam renang alami, Danau Matano. Semuanya sudah tersedia, yang diperlukan hanya kesungguhan di pihak siswa dan guru, seiring perkembangan serta peralihan PT Inco Indonesia menjadi PT Vale Indonesia Tbk. SMA Yayasan Pendidikan Sorowako berkembang dengan sangat baik dibawah naungan PT Vale Indonesia Tbk.

SMA Yayasan Pendidikan Sorowako memiliki Visi, Misi dan Tujuan sebagai berikut.

Visi :

Dengan senantiasa berpegang teguh pada visi pendidikan nasional serta keselarasan dengan kepentingan *stakeholder*, SMA YPS Soroako menetapkan visi sekolah sebagai berikut:

*"Membentuk insan yang berkarakter unggul, berdaya literasi tinggi, memiliki kompetensi global, dan mencintai lingkungan"*

Misi :

Berdasarkan visi yang telah dinyatakan di atas, maka SMA YPS Soroako mengemban misi "memberikan layanan pendidikan yang berkualitas bagi semua peserta didik melalui tindakan nyata". Dalam misi ini SMA YPS Soroako, berkomitmen:

1. Menyelenggarakan layanan pendidikan menengah atas sesuai standar nasional pendidikan yang berorientasi global dan berwawasan

lingkungan untuk menyiapkan peserta didik melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dan berkontribusi terhadap kehidupan, dengan cara:

1. Melakukan evaluasi diri sekolah secara berkala.
  2. Meningkatkan ketercapaian dan keterlaksanaan delapan standar nasional pendidikan.
  3. Meningkatkan keterserapan peserta didik pada lembaga pendidikan tinggi dan/atau lembaga-lembaga lainnya yang terkait.
2. Membangun budaya sekolah berkarakter unggul untuk menumbuhkembangkan lingkungan dan budaya belajar yang serasi antar keluarga, sekolah, dan masyarakat dengan cara:
1. Transformasi budaya kerja pimpinan sekolah yakni: budaya kerja yang efektif dan profesional dalam melakukan kepemimpinan kurikulum, kepemimpinan pembelajaran, dan supervisi akademik, sehingga berdampak positif pada perubahan budaya kerja guru dan pegawai.
  2. Menumbuhkembangkan kebiasaan yang baik sebagai bentuk pendidikan karakter di dalam keluarga, sekolah, dan masyarakat melalui Penguatan Pendidikan Karakter (PPK).
  3. Membangun sinergi antar sekolah dan stakeholder yang peduli terhadap tumbuh kembang anak sesuai tingkatan umur dan keunikan masing-masing melalui Kemitraan Sekolah.

3. Menciptakan lingkungan sekolah yang sehat, aman, nyaman, dan kondusif bagi warga sekolah.
  1. Melaksanakan program 5S, program Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS), serta gerakan cinta lingkungan.
  2. Melaksanakan program Sekolah Ramah Anak (SRA), program bebas bullying, dan bebas narkoba.
4. Menghasilkan lulusan yang memiliki kecakapan hidup abad XXI yang meliputi *critical thinking*, *creativity*, *collaboration*, *communication* dan berkarakter unggul sesuai nilai-nilai utama Sekolah Umum YPS, yakni jujur, bertanggung jawab, berani, menghormati, peduli, pantang menyerah.
  1. Meningkatkan kemampuan literasi siswa untuk membangun kebiasaan belajar sepanjang hayat melalui kegiatan Literasi Sekolah (GLS).
  2. Meningkatkan profesionalitas guru sehingga dapat menyelenggarakan proses pembelajaran yang interaktif, inspiratif, memotivasi, menantang, dan menyenangkan, serta mendukung program Penguatan Pendidikan Karakter (PPK).
  3. Meningkatkan efektifitas proses pembelajaran dengan membuat Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) merdeka belajar, melaksanakan pembelajaran yang memerdekakan siswa, serta melakukan penilaian proses pembelajaran secara autentik.

4. Meningkatkan efektifitas program kegiatan ekstrakurikuler di sekolah untuk mengakomodasi pengembangan diri peserta didik sesuai potensi, bakat, dan minatnya.
5. Menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam penyelenggaraan pendidikan melalui pemanfaatan *Google Workspace for Education*.

## Tujuan

Berdasarkan rumusan visi dan misi sekolah yang telah diuraikan di atas, maka SMA YPS Soroako bertujuan untuk menyelenggarakan layanan pendidikan yang berkualitas demi terwujudnya insan berkarakter unggul, berdaya literasi tinggi, memiliki kompetensi global, dan mencintai lingkungan. Untuk mencapai tujuan tersebut, SMA YPS Soroako menerapkan nilai-nilai sekolah, sebagai berikut:

1. **Berani:** mempunyai hati yang mantap dan rasa percaya diri yang besar dalam menghadapi bahaya, kesulitan, tidak takut/gentar untuk mempertahankan kebenaran.
2. **Jujur:** perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan.
3. **Peduli:** sikap mau mengindahkan, memperhatikan dan menghiraukan orang lain dan lingkungan.

4. **Pantang Menyerah:** sikap dan perilaku seseorang yang tidak mudah menyerah untuk mencapai suatu tujuan dengan berbagai alternatif.
5. **Menghormati:** (1) menaruh hormat kepada orang lain, (2) sikap menghargai dan menjunjung tinggi pendapat dan keyakinan orang lain, (3) mengakui dan menaati segala peraturan atau perjanjian yang ada.

Berdasarkan komitmen di atas, SMA YPS Soroako menargetkan pencapaian sebagai berikut.

1. Perolehan nilai rata-rata Ujian Sekolah Berbasis Komputer pada semua program dan mata pelajaran minimal 75.
2. Tingkat kelulusan peserta didik pada satuan pendidikan mencapai 100%.
3. Jumlah lulusan yang diterima di perguruan tinggi negeri dan/atau swasta bereputasi minimal 50 % .
4. Hasil asesmen nasional 2022 mencapai rata-rata nasional.
5. Perolehan daya serap Hasil belajar peserta didik minimal 80%.
6. Pemenuhan kriteria kenaikan kelas peserta didik 100%.
7. Pembiasaan diri berperilaku yang mencerminkan karakter unggul 100% peserta didik.
8. Peserta didik memiliki kecepatan membaca minimal 250 kata/menit.
9. 100% peserta didik terampil belajar berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

10. Mendorong peserta didik untuk memiliki laptop/chromebook sebagai sarana pembelajaran pengganti buku paket
11. Meningkatkan pelayanan jaringan internet agar ujian online di sekolah dapat terlaksana semaksimal mungkin
12. 100% Guru mahir mengelola pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi.
13. Seluruh warga sekolah mampu menerapkan 5S (minimal sampai 3S)
14. 100% peserta didik melakukan ibadah harian di sekolah sesuai ajaran agama yang dianutnya (Islam, Kristen, Katholik, Hindu)
15. Peserta didik muslim 100% dapat membaca Al-qur'an dengan lancar dan benar.
16. Peserta didik muslim 100% dapat menghafal surah-surah pendek juz 30 Al Qur'an minimal 24 surah.
17. Peserta didik kristen 100% dapat memimpin doa, berkhotbah, dan menjadi mentor bagi sekolah minggu.
18. Peserta didik katolik 100% mampu melaksanakan tugas liturgi sebagai lector dan dirigen, mampu memimpin doa spontan, memimpin ibadat sabda dan ibadat Jalan Salib.
19. 100% peserta didik tidak menggunakan Narkotika dan obat-obatan terlarang

20. Kasus perundungan dan pelecehan seksual di sekolah 0%
21. Perolehan medali prestasi olahraga di tingkat nasional minimal pada 2 cabang olahraga.
22. Berprestasi pada lomba akademik/non akademik di tingkat nasional.
23. Seluruh warga sekolah menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan.
24. Mendorong guru melanjutkan pendidikan ke Strata Dua atau ketingkat yang lebih tinggi.
25. Mendapatkan predikat sekolah adiwiyata mandiri.
26. Meningkatkan jumlah guru bersertifikasi profesi pendidik.
27. 100% Guru mencapai predikat Pendidik Bersertifikasi Google Level 2
28. Memfasilitasi Guru dan admin untuk mencapai predikat Google certified Trainer

#### Struktur Organisasi, Kondisi Tenaga Kependidikan

Sma Yayasan Pendidikan Sorowako didukung oleh tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional untuk menunjang proses pendidikan. Data tenaga pendidik dan kependidikan disekolah SMA Yayasan Pendidikan Sorowako sebagai berikut.

No	Nama Guru	TMT	Jabatan
1	Nurkholis, S.Pd., Gr.	16 Juli 2021	Kepala Sekolah & Guru Fisika

2	Jupri, S.Pd.	12 Juli 2012	Wakasek Kurikulum & Guru Biologi
3	Agus Prayitno, S.Si.	8 April 2002	Wakasek Kesiswaan & Guru Fisika
4	Emanuel, S.S., M.M. (2)	17 Juli 2006	Wakasek Sarpras & Guru Bahasa Inggris
5	A. Lukman, S.Pd.	26 Juli 2003	Guru Biologi
6	Abdul Muttalib Hinar, S.Pd.	2 Januari 1998	Guru Ekonomi
7	Ahid Iswati, S.Pd.	22 Juli 2002	Guru Ekonomi dan PDK
8	Amri Said, S.Pd.	12 Agustus 1997	Guru Bahasa Indonesia
9	Arfa, S.Pd., Gr.	24 Februari 2021	Guru Geografi
10	Arnol, S.Pd.	1 Desember 1989	Guru PJOK
11	Drs. Kusman Saleh	7 November 1995	Guru Kimia
12	Elisman, S.Pd.	14 Agustus 2018	Guru Matematika
13	Emanuel, S.S., M.M.	17 Juli 2006	Guru Bahasa Inggris
14	Fardi Sentosa, S.Pd., Gr.	24 Februari 2021	Guru Sosiologi
15	Fatahillah Hamzah, S.Pd.	16 Juli 2019	Guru Seni Budaya
16	Gita Suryani Gobel, S.Pd., M.Pd.	4 Agustus 1994	Guru Bahasa Inggris dan Lintas Minat B. Inggris
17	Gunawan Pribadi, S.Th.	29 Januari 2009	Guru Agama Kristen
18	Haerun Sabang, S.Pd.I.	1 Desember 2014	Guru Agama Islam

19	Hajrah Nengsih, S.Pd., Gr.	14 Maret 2019	Guru Bahasa Indonesia
20	I Gede Sudarsana, S.Ag.	4 Agustus 1999	Guru Agama Hindu
21	Indry Novianti, S.Pd.	1 Desember 2014	Guru PJOK
22	Kuran Puasa, S.Pd., M.Pd.	29 Agustus 1995	Guru Bahasa Inggris
23	Mirawati, S.Pd.	20 Agustus 2018	Guru Bimbingan Konseling
24	Muchsin Firman, S.Pd., M.Pd.	15 April 2015	Guru Sejarah Peminatan
25	Muchtar, S.Pd.	30 Juli 2007	Guru Informatika dan PDK
26	Muh. Irsan, S.Pd., Gr.	25 Juni 2019	Guru Matematika
27	Muhammad Rafiuddin, S.Pd., Gr.	12 September 2012	Guru Sejarah Indonesia
29	Musa Pata' Malape, S.S.	4 Agustus 2015	Guru Agama Katolik
30	Mutmainna, S.Pd.	14 Januari 2020	Guru Sejarah Indonesia
31	Nopa Sampe Lino, S.Pd.	20 November 2014	Guru Matematika
32	Nurwahyuning Hayati, S.Psi., Psi.	21 Agustus 2004	Guru Bimbingan Konseling
33	Sylvia Aryani S.Pd.	26 Februari 2021	Guru Pendidikan Kewarganegaraan
34	Yusnar, S.Pd.I.	20 Agustus 2018	Guru Agama Islam
35	Yusriah, S.Pd., Gr.	20 November 2014	Guru Matematika

36	Zulfadli, S.Pd.	23 Juli 2012	Kabid ICT Sekum YPS & Guru PDK
37	Risma, S.E.	1 Januari 2013	Admin
38	Nur Elvy Rahayu, S.T.	21 Mei 2004	Admin
39	Rosa, A.Md.	3 Agustus 1994	Admin

## Wawancara dengan Kepala Sekolah SMA Yayasan Pendidikan Sorowako



# DOKUMENTASI SEKOLAH

## Website Sekolah

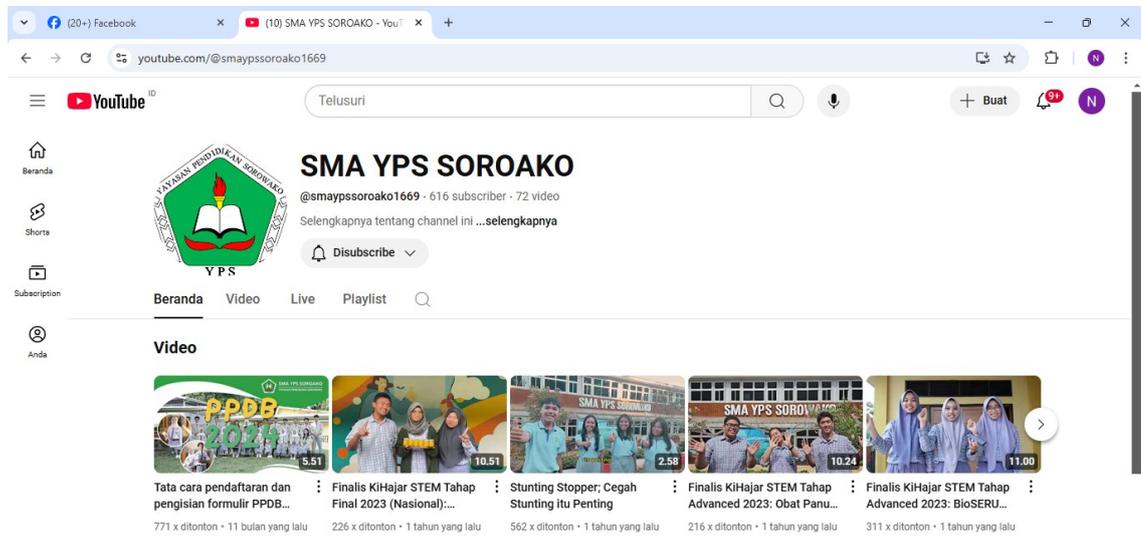


## Facebook



The screenshot shows the Facebook profile page for SMA YPS Soroako. At the top, there is a large group photo of the school staff and students. Below the photo is the school's profile picture, a logo featuring a book and a flame, with the text 'SMA YPS SOROAKO' underneath. The page name 'SMA YPS Soroako' is prominently displayed, followed by the statistics '2,4 rb suka • 2,5 rb pengikut'. There are buttons for 'Telepon Sekarang', 'Kirim pesan', and 'Suka'. Below the profile information, there are tabs for 'Postingan', 'Tentang', 'Penyebutan', 'Ulasan', 'Reels', 'Foto', and 'Lainnya'. At the bottom, there are tabs for 'Intro' and 'Postingan', along with a 'Filter' button.

## Youtube Channel



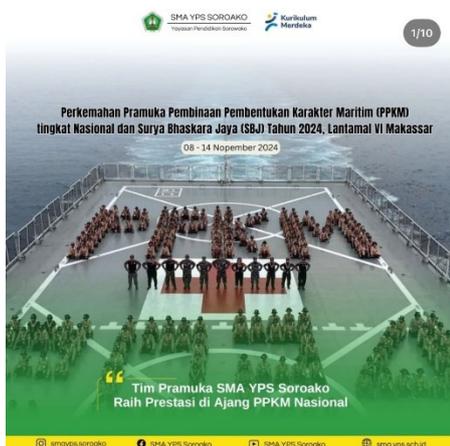
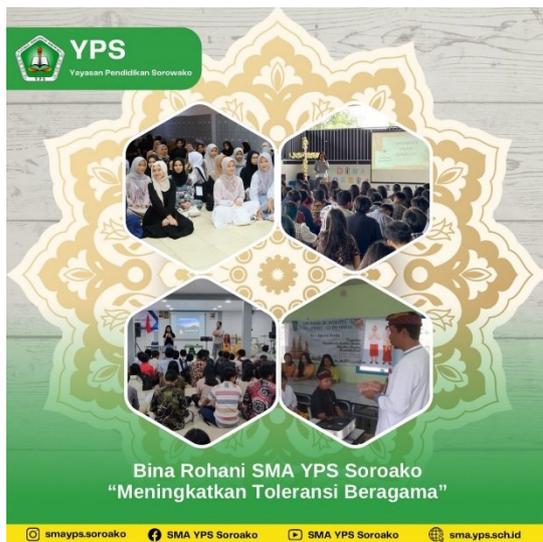
The screenshot shows the YouTube channel page for SMA YPS Soroako. The channel name 'SMA YPS SOROAKO' is at the top, with the handle '@smaypsoroako1669' and '616 subscriber - 72 video'. Below the channel name is a 'Disubscribe' button. The page is divided into sections: 'Beranda', 'Video', 'Live', and 'Playlist'. Under the 'Video' section, there are five video thumbnails with their titles and view counts:

- Tata cara pendaftaran dan pengisian formulir PPDB...** (771 x ditonton • 11 bulan yang lalu)
- Finalis KIHajar STEM Tahap Final 2023 (Nasional)...** (226 x ditonton • 1 tahun yang lalu)
- Stunting Stopper; Cegah Stunting itu Penting** (562 x ditonton • 1 tahun yang lalu)
- Finalis KIHajar STEM Tahap Advanced 2023: Obat Panu...** (216 x ditonton • 1 tahun yang lalu)
- Finalis KIHajar STEM Tahap Advanced 2023: BioSERU...** (311 x ditonton • 1 tahun yang lalu)

## Piala dan Penghargaan Prestasi SMA YPS Sorowako



## Kegiatan siswa SMA YPS Sorowako



## SARANA PRASARANA SEKOLAH

### Ruang Kelas



### Loker Tempat Penyimpanan



## Laboratorium Komputer



## Green House



**Lapangan Volly, Bola, Takraw**



**Lapangan Basket**



**Lapangan Badminton**



## Gedung Sekolah



## Ruang Rapat



## Perpustakaan



## Tempat Ibadah



## RIWAYAT HIDUP



**Nashar**, lahir di wasuponda pada tanggal 25 Desember 2002, Penulis merupakan anak keempat dari 5 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Nasruddin dan Ibu Hartina saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Tupai Perumahan Griya Permai Blok C No.09, Kecamatan Bara, Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada 2015 di SDN 251 Pae-Pae. Saat menempuh pendidikan di SD Penulis mengikuti kegiatan ekstrakurikuler pramuka. Kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 WASUPONDA hingga tahun 2018. Pada saat menempuh pendidikan di SMP, penulis menjabat sebagai Koordinator Bidang Kreativitas, Keterampilan dan Kewirausahaan dan aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler Pramuka. Pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 5 Luwu Timur. Pada saat menempuh pendidikan SMA, Penulis menjabat sebagai Wakil Ketua MPK (Majelis Perwakilan Kelas) dan aktif dalam berbagai ekstrakurikuler pramuka, Pik Remaja, Paskibraka dan Marching Band. Setelah lulus SMA di tahun 2021 Penulis melanjutkan pendidikan dibidang yang di tekuni yaitu Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo. Selama menempuh pendidikan penulis bergabung di Himpunan Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (HMPS MPI) selama 2 periode sejak tahun 2022-2025 menjabat sebagai sekretaris dan kepala divisi media, Informasi dan Komunikasi.