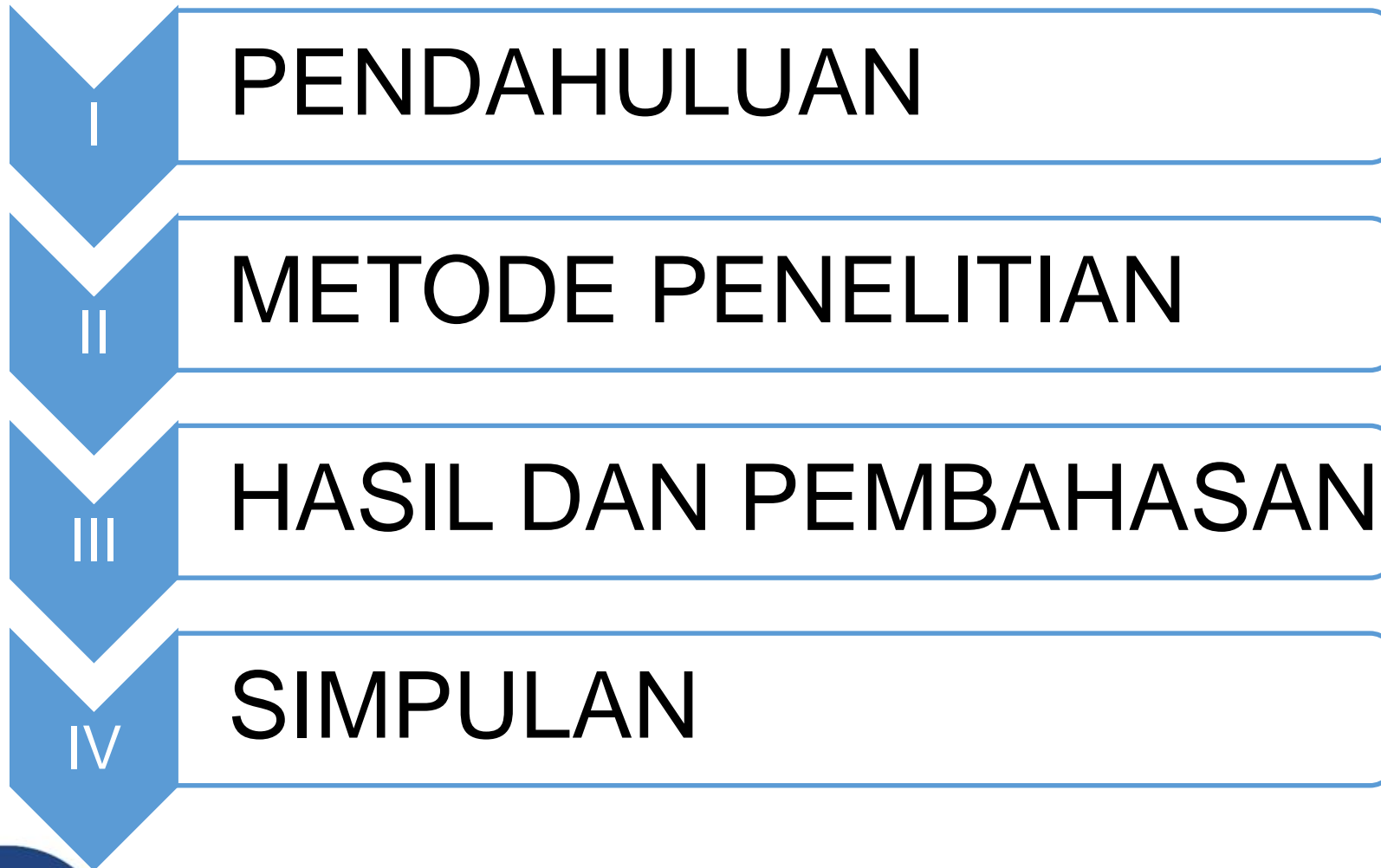


MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH UNTUK MENARIK MINAT PESERTA DIDIK BARU

Oleh:
Edy Prawoto

Dosen Pembimbing: Dr. Imam Fauji, Lc, M.Pd

Magister Manajemenm Pendidikan Islam
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo



Pendahuluan

- Adanya pergeseran paradigma Pendidikan
- Muncul sekolah-sekolah unggul
- Prestasi sekolah
- Persaingan sekolah di Kabupaten dan Kecamatan
- Penelitian terdahulu

Prestasi Sekolah tahun 2021:

- meraih nilai Akreditasi A,
- terpilih menjadi Outstanding School Muhammadiyah tingkat SMP se-Jawa Timur,
- dan terpilih menjadi Sekolah Penggerak

Prestasi Siswa

No	Tahun	KABUPATEN	PROVINSI	NASIONAL	INTERNASIONAL
1	2017/2018	20	7	37	0
2	2018/2019	18	14	12	0
3	2019/2020	37	28	16	3
4	2020/2021	3	8	0	0
5	2021/2022	18	12	38	0

- Jumlah sekolah tingkat SMP Tahun 2019/2020 = 178
SMP Negeri = 46, SMP Swasta = 132
- Kecamatan Sidoarjo, jumlah SMP = 29 sekolah.
SMP Negeri = 6 ; SMP Swasta = 23

(BPS Sidoarjo, 2020)

Jumlah Siswa SMP Se- Kecamatan Sidoarjo

2019/2020	2020/2021	2021/2022
1. SMP Progresif Bumi shalawat 1282 2. SMPN2 1063 3. SMPN4 1050 4. SMPN1 959 5. SMPM1 915	1. SMP Progresif Bumi shalawat 1428 2. SMPN4 1096 3. SMPN2 1051 4. SMPN1 980 5. SMPN3 909 6. SMPM1 850	1. SMP Progresif Bumi shalawat 1369 2. SMPN4 1162 3. SMPN2 1098 4. SMPN1 1000 5. SMPN3 942 6. SMPN5 833 7. SMPN6 820 8. SMP PGRI 9 - 770 9. SMPM1 724

<https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/3/050211>

Abdul Hakim

Judul :

Manajemen Marketing Pendidikan Islam Upaya Meningkatkan Bargaining Power MTs Nurul Islam Kapasbaru Surabaya

Tujuan:

untuk menganalisis model manajemen marketing pendidikan Islam dalam upaya meningkatkan bargaining power MTs Nurul Islam Kapasbaru Surabaya

Metode: deskriptif kualitatif

Hasil: menunjukkan bahwa dengan mengoptimalkan manajemen marketing, jumlah siswa baru semakin bertambah

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana manajemen pemasaran sekolah yang diterapkan di SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo
2. Faktor-factor apa saja yang mendukung dan menghambat pemasaran jasa di SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo

Tujuan Penelitian

- Mendeskripsikan manajemen pemasaran sekolah yang diterapkan di SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo
- Menganalisis Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pemasaran jasa di SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo

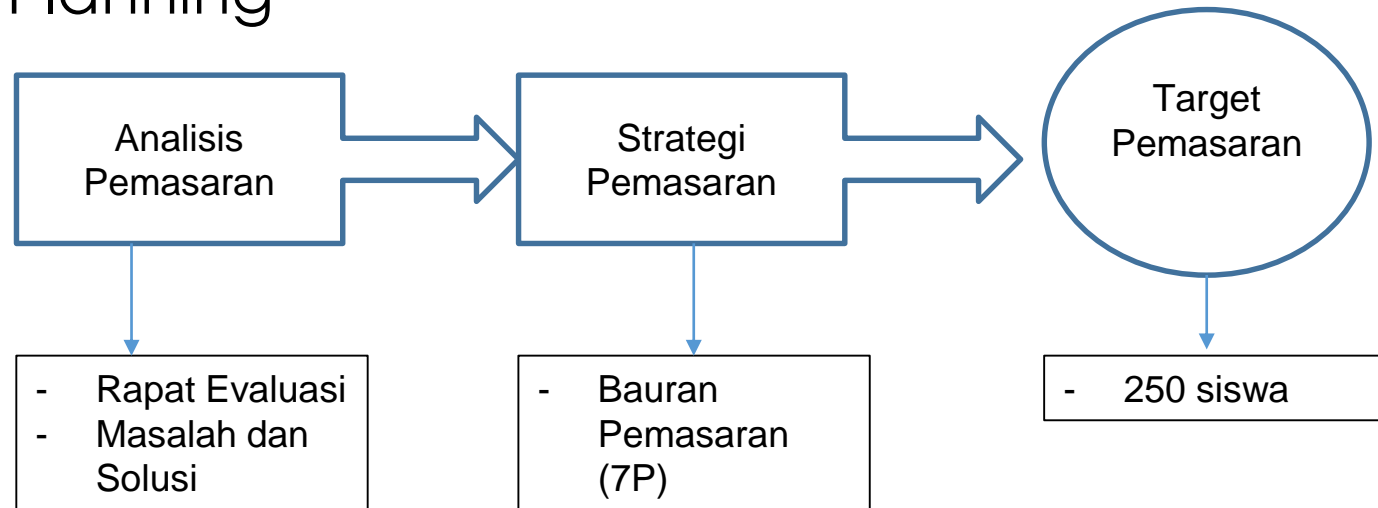
Metode

- Penelitian kualitatif deskriptif
- Teknik pengumpulan data: observasi, wawancara, dokumentasi
- Sumber data:
 - wawancara kepala sekolah, waka kesiswaan, waka humas, panitia PPDB
 - Observasi : situasi sekolah, sarana prasarana, kegiatan pemasaran sekolah
 - Dokumentasi : profil sekolah, data perkembangan siswa dan guru
- Teknik analisis data → Model Miles dan Huberman
 - Mengumpulkan data – Mereduksi data – Menyajikan Data – Menarik kesimpulan

Hasil dan Pembahasan

A. Manajemen Pemasaran

1. Planning



Bauran Pemasaran 7P

Product

- Taat Ibadah
- Membaca al-Quran
- Hafal Quran (3 Juz) dan Hadist Pilihan
- Mandiri
- Wawasan Global
- Iptek

Price

- Pembayaran Bertahap
- Jalur Bidik Misi

Place

- Lokasi yang Strategis

Promotion

- Media cetak: brosur, koran, spanduk
- Elektronik: radio, TV
- Medsos dan Internet

People

- Waka Humas dan SDM
- Staf
- TIM IT
- Panitia PPDB

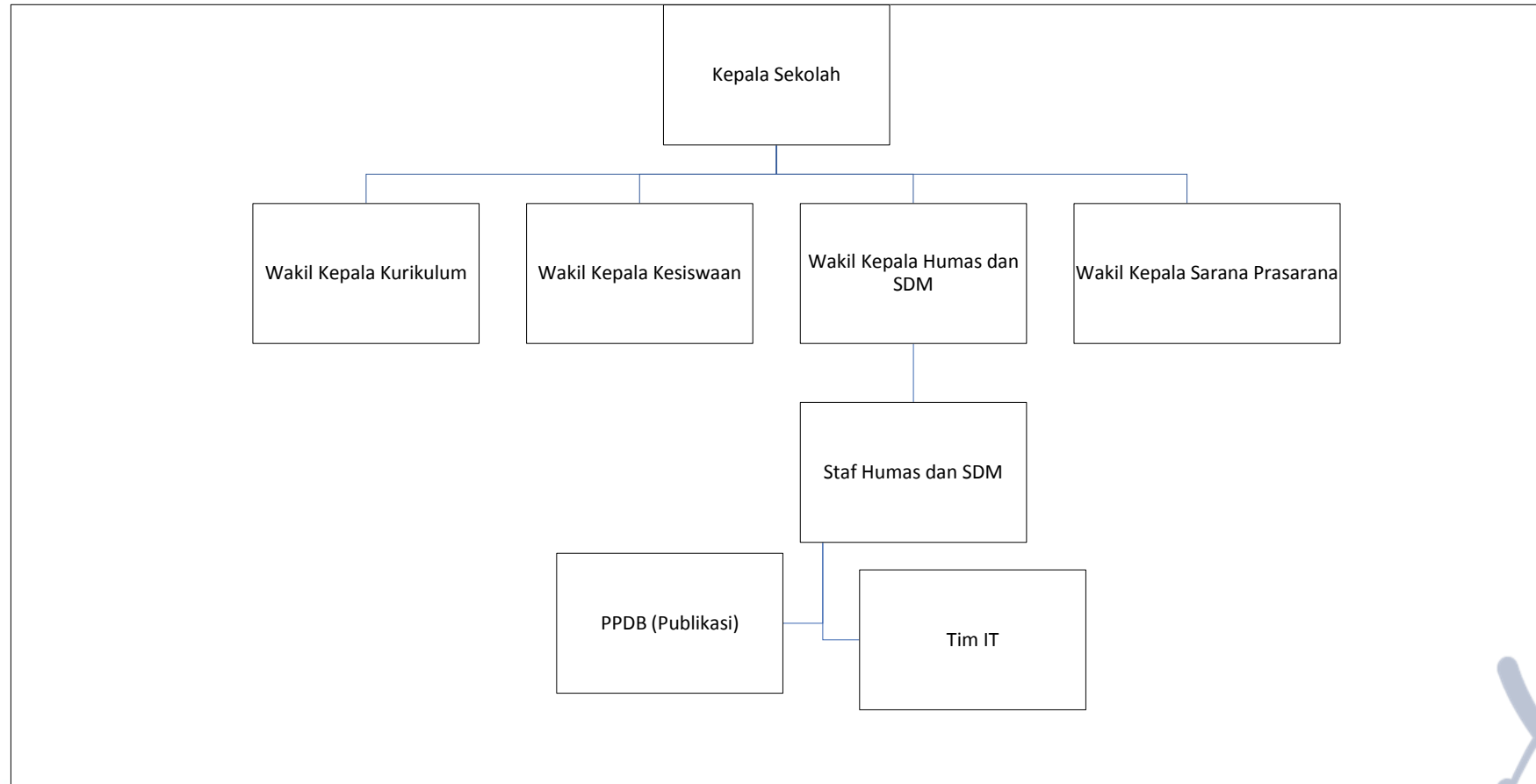
Proses

- Kurikulum Merdeka
- Kurikulum Muhammadiyah (ISMUBA)

Physical Evidence

- Sarana dan Prasarana
- Fasilitas penunjang

2. Organizing



- Waka Humas – SDM → membuat konsep dan rencana pemasaran
- Staf Humas – SDM → melakukan eksekusi / menjalankan rencana
- Tim IT → membantu Staf Humas secara teknis melalui pembuatan konten iklan, sosmed dan media lain.
- Panitia PPDB – Publikasi → membantu distribusi konten

3. Actuating

No	Saluran Pemasaran	Deskripsi	Pelaksanaan
1	Iklan di Surat Kabar	Mempromosikan sekolah berupa iklan / kegiatan yang ditempatkan di surat kabar lokal	2 kali per semester
2	Brosur Sekolah	Membagikan brosur sekolah kepada calon siswa dan orang di sekolah Dasar	2 bulan sekali
3	Website Sekolah, youtube	Mempromosikan sekolah melalui website yang menampilkan profil sekolah, kegiatan sekolah, dan fasilitas yang tersedia	Update setiap minggu
4	Media Sosial (Facebook, WA, Tiktok, Instagram)	Memasarkan sekolah melalui media sosial dengan memposting foto dan video tentang kegiatan sekolah serta memberikan informasi tentang sekolah	Update setiap hari
5	Kegiatan Sosial	Mempromosikan melalui kegiatan sosial: Bakti sosial, pengajian, santunan bidik misi	Tiap semester

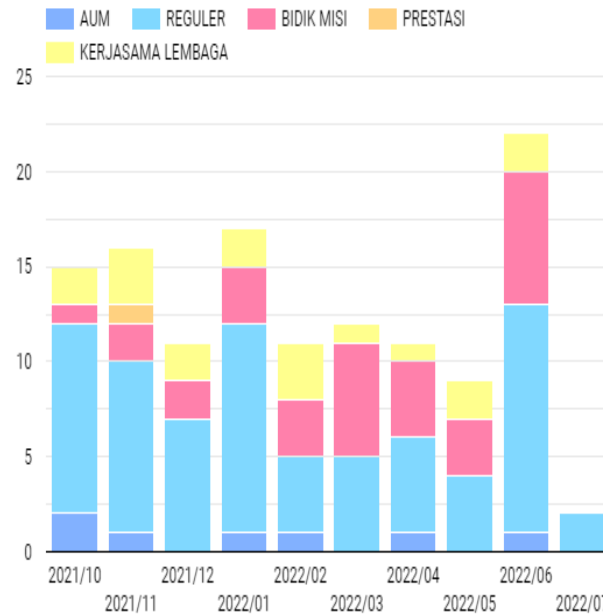
4. Controlling

DATA REPORT PPDB 2223 MUSASI

Reset | Bagikan



PROGRESS PPDB MUSASI TA. 2022/2023



196
PENDAFTAR
AKTIF

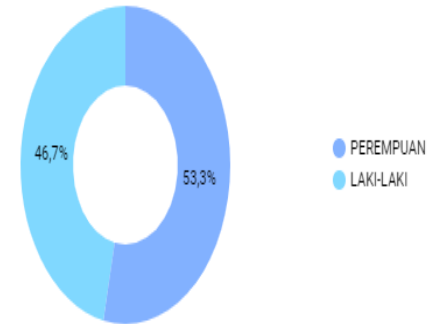
PERIODE

ASAL SEKOLAH

KECAMATAN

JENIS KELAMIN

PILIH JALUR PENDAFTARAN



B. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran

1. Pendukung

- Lokasi
- Sarana
- Program Peminatan

2. Penghambat

- Tim Pemasaran
- Pesaing
- Biaya

IV. Simpulan

- **Manajemen pemasaran** yang dilaksanakan di SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo, meliputi: Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Pengawasan. Strategi pemasaran yang dilakukan, mengacu kepada bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process).
 - Perencanaan : analisis hasil prestasi kegiatan pemasaran sebelumnya, penentuan tujuan, penetapan strategi, penetapan target, penyusunan rencana, penyusunan program.
 - Pengorganisasian: tim Publikasi PPDB dan pembagian tugas.
 - Pelaksanaan: meliputi pemasaran langsung dan tidak langsung. Pemasaran langsung dilakukan melalui kunjungan ke SD, dan penyebaran brosur pada acara kajian di lingkungan persyarikatan Muhammadiyah. Pemasaran tidak langsung dilakukan melalui media cetak dan elektronik, media sosial, dan internet.
 - Pengawasan : melalui website untuk memantau perkembangan hasil promosi.
- **Faktor pendukung** pemasaran antara lain: Lokasi, Sarana, dan program peminatan.
- **Faktor penghambat** pemasaran antara lain: belum adanya tim pemasaran yang khusus, para pesaing dengan fasilitas dan jaminan yang sama, dan biaya.
- Hasil manajemen pemasaran jasa SMP Muhammadiyah 1 Sidoarjo, dilihat dari kestabilan jumlah peserta didik baru tahun ajaran 2022/2023.

