

STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI SMP PGRI 14 BRANGSONG

ABSTRAK

Permasalahan pada penelitian ini yaitu SMP PGRI 14 Brangsong yang mengalami jumlah penurunan siswa setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh persaingan dengan sekolah-sekolah yang ada disekitarnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan SMP PGRI 14 Brangsong dalam meningkatkan jumlah peserta didik.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yang didukung dengan observasi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Subjek dalam penelitian ada tiga orang yang menjabat sebagai kepala sekolah, HUMAS dan panitia PPDB. Penelitian ini menggunakan teori *marketing mix 7P*.

Hasil dari penelitian ini yaitu strategi promosi yang dilakukan SMP PGRI 14 Brangsong dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru sekolah masih menggunakan strategi yang sama dengan tahun-tahun sebelumnya. Program yang digunakan juga sangat bergantung dengan sistem jemput bola dan pada kenyataannya tidak dapat menghasilkan siswa yang banyak. Kedua, *image* dari sekolah PGRI yang sudah dianggap masyarakat buruk, sehingga membuat mereka tidak ingin menyekolahkan anaknya disana. Ketiga, sistem zonasi yang seharusnya dapat meningkatkan jumlah siswa nyatanya membuat sekolah tidak mendapatkan siswa karena ada sekolah negeri dan MTS yang berdekatan. Keempat, jumlah siswa sekolah dasar yang lulus semakin berkurang membuat sekolah mengalami penurunan jumlah siswa. Kelima, MTS dengan sistem yang merekrut siswa sebanyak-banyaknya tanpa adanya saringan nilai membuat sekolah mengalami penurunan jumlah siswa. Berdasarkan penelitian ini, sekolah diharapkan dapat meningkatkan fasilitas yang dimiliki dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Selain itu, masyarakat diharapkan tidak terpaku pada *imagesekolah* PGRI dan lebih selektif dalam menyaring informasi. Keterbatasan pada penelitian ini hanya meneliti satu sekolah tanpa meneliti lebih lanjut pada MTS. Sehingga perbandingan dari kedua sekolah tidak dapat dibuktikan dengan konkrit. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan tidak tertuju pada sekolah yang diteliti, tetapi meneliti sekolah lainnya sehingga mendapatkan fakta yang sebenarnya.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Penerimaan Peserta Didik

**PROMOTION STRATEGIES FOR NEW STUDENT ADMISSION
IN PGRI JUNIOR HIGH SCHOOL 14 BRANGSONG**

ABSTRACT

The problem in this study is PGRI Junior High School 14 Brangsong which has decreased the number of students each year. This is caused by competition with the surrounding schools. The purpose of this study is to find out the promotion strategy used by PGRI Junior High School 14 Brangsong in increasing the number of students.

This research was descriptive qualitative. Data collection techniques used were interview and observation. The paradigm used in this research was the constructivism paradigm. The subjects in this study were three persons who work as a principal, a public relations officer, and a member of student admission committee. This research used 7P marketing mix theory

The results of this study were as the following. First, promotion strategies used by the school in order to increase the number of students were still the same as the strategies used in the previous years. The promotion program was also depended on personal selling in which it could not meet the expectation. Second, PGRI school has a bad image so that people do not want to send their children to the school. Third, school zoning system which was expected to increase the number of students did not work appropriately because of the existance of state junior high school and Islamic junior high school surrounding. Fourth, the number of elementary graduates was decreasing which affect the decrease number of students. Fifth, Islamic junior high schools had a system in which students were recruited without score filtering and it affected the decrease number of students. Based on this research, the school is expected to improve its facilities and establish a good relationship with surroundings. Besides, people are expected to not to fixed on the image of PGRI schools and be more selective in sorting information. The limitations of this study was that this research examined one school only without doing further analysis to islamic junior high school. As a result, the comparison of the two schools cannot be proven concretely. Further research is expected not to be focused only on the examined school. The surrounding schools need to be analyzed in order to get the real fact.

Keywords : Promotion Strategy, Student Admission

Translated and approved by:
Center for International Language Development
Sultan Agung Islamic University
Head of Academic and Translation Division,


Kurnia Citra Dewi S.Pd., M.Pd
ORN 310017587