

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran terhadap jumlah peserta didik di SMK-PPN Wawotobi. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara holistik fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan sebagainya. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggambarkan secara detail semua apa yang terjadi dalam proses kegiatan strategi pemasaran berkaitan dengan minat siswa untuk masuk ke SMK-PP Negeri Wawotobi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 24 responden yaitu kepala sekolah, guru, siswa dan masyarakat yang mempunyai anak kelas 3 SMP. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yang diperoleh dari proses observasi dan wawancara secara mendalam terhadap narasumber yang dijadikan sebagai informan dan data sekunder diperoleh dari institut terkait yang mendukung penelitian ini. Teknik analisis data yang dipakai adalah menggunakan metode naturalistik yang disebut model *analisis angiiif*, model wawancara analisis melibatkan pengumpulan data, mengurangi penyajian data dan juga menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan di SMK-PP Negeri Wawotobi sudah memenuhi syarat 7P namun efektifitas dari program yang telah dijalankan tersebut masih sangat kurang dari target untuk peningkatan minat para siswa. Dari hasil penelitian pula diketahui bahwa akibat dari menurunnya jumlah peserta didik disebabkan oleh kurangnya promosi dan sarana prasarana yang kurang dipelihara sehingga masyarakat kurang berminat untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah ini. Implikasi kebijakan yang perlu dilakukan adalah dengan cara membangkitkan emosional masyarakat bahwa sektor pertanian sangat penting untuk dikaji lebih dalam dengan aktif terlibat dalam kegiatan-kegiatan sosialisasi pertanian, pendampingan secara teknis maupun non teknis pada para petani yang ada di daerah Kabupaten Konawe dan aktif dalam memberikan terobosan-terobosan terbaru mengenai teknologi pertanian. Pihak sekolah perlu melakukan kegiatan-kegiatan yang berbasis masyarakat dengan artian bahwa para guru maupun siswa perlu terjun secara langsung dan melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang dapat menyentuh dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi para petani secara langsung sebagai salah satu media promosi yang lebih efektif.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Analisis Pasar, Bauran Pemasaran

INTISARI

Pendidikan secara umum adalah segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan. (Soekidjo Notoatmodjo. 2003:16). Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, proses, cara, perbuatan mendidik. (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2002:263). Berbeda dengan produk fisik, suatu pelayanan jasa pendidikan tidak bisa disimpan, tetapi diproduksi dan dikonsumsi secara bersama. Dampaknya terjadi pada sistem pemasaran, terutama pada sisi permintaan. Jika permintaan stabil akan memudahkan penyedia jasa pendidikan untuk melakukan persiapan, baik dari sarana dan prasarana maupun peralatan teknologi pendidikan lainnya. Tetapi, jika permintaan fluktuatif, lebih sulit bagi penyedia jasa pendidikan untuk melakukan strategi pemasaran. Jasa pendidikan tidak bisa dilihat dan dirasakan oleh konsumen sebelum konsumen membeli atau mendapatkan penyedia jasa pendidikan secara langsung.

SMK-PP Negeri Wawotobi merupakan sebuah Lembaga Pendidikan Menengah Kejuruan Pertanian yang berada dilingkungan Kabupaten Konawe yang merupakan sekolah kejuruan yang berbasis pertanian yang dapat mewujudkan siswa yang berilmu, bertaqwa, memiliki life-skill sesuai dengan zamannya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan jumlah peserta didik dengan banyaknya persaingan yang semakin ketat, maka

masalah yang muncul adalah menurunnya jumlah siswa yang masuk ke SMK-PPNegeri Wawotobi. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana evaluasi strategi pemasaran mampu menarik minat siswa untuk masuk ke SMK-PPNegeri Wawotobi. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggambarkan secara detail semua apa yang terjadi dalam proses kegiatan strategi pemasaran berkaitan dengan minat siswa untuk masuk ke SMK-PPNegeri Wawotobi.

Penelitian ini diadakan di SMK-PPN Wawotobi. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 24 responden yaitu Kepala Sekolah, Guru, Siswa serta Masyarakat. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi dan wawancara. Teknik analisis data dengan menggunakan model wawancara analisis melibatkan pengumpulan data, mengurangi penyajian data dan juga menarik kesimpulan (Sutopo , 2002).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akibat dari menurunnya jumlah peserta didik di SMK-PPN Wawotobi ini disebabkan oleh kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak sekolah serta sarana dan prasarana yang kurang memadai sehingga persepsi masyarakat yang menganggap sekolah ini telah ditutup.