

**PERAN MANAJEMEN KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH DALAM
BAURAN PROMOSI PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
(Studi Komparasi Di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif
Kota Mungkid)**

***THE ROLE OF SCHOOL PRINCIPAL LEADERSHIP MANAGEMENT IN
PROMOTION MIX ADMISSION OF NEW STUDENTS
(Comparative Study at Muhammadiyah Bandongan Vocational School and
Ma'arif Vocational School, Kota Mungkid)***



Oleh

**Ayu Noviana
21.0406.0024**

TESIS

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Magister Pendidikan Islam
Program Pendidikan Magister Pendidikan Islam**

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG

2024

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan pada hakikatnya adalah usaha membudayakan manusia atau memanusiakan manusia (Alamsyah & Effendi, 2022). Pendidikan merupakan modal utama untuk mencerdaskan suatu bangsa agar eksis dan maju dalam segala bidang dan mampu bersaing dengan negara lain tidak bisa lepas dari kehidupan (Imron & Al-Rosyid, 2021). Dengan pendidikan, bisa memajukan kebudayaan dan mengangkat derajat bangsa di mata dunia internasional (Baru et al., 2023). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional di Indonesia menyebutkan bahwa tujuan pendidikan nasional adalah mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Pada alinea keempat pembukaan UUD 1945, juga disebutkan bahwa tujuan nasional Indonesia adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan rakyat melalui pendidikan. Selaras dengan tujuan pendidikan islam yaitu untuk membentuk dan menciptakan generasi muda yang berakhlak mulia sesuai dengan ajaran agama (Nabila, 2021). Pendidikan dinilai bukan hanya sebagai sebuah bentuk kepedulian sosial, namun ladang bisnis dan menciptakan generasi manusia yang lebih baik lagi (Pangestika et al., 2024). Oleh karena itu, pendidikan harus mampu membentuk pribadi yang berkualitas tinggi dengan sebuah manajemen yang tepat.

Ketercapaian tujuan pendidikan sangat bergantung pada kecakapan dan kebijaksanaan kepala sekolah sebagai pemimpin. Kepemimpinan akan berjalan secara efektif dan efisien apabila dilaksanakan oleh seorang pemimpin yang jujur, bertanggung jawab, transparan, cerdas, memahami tugas dan kewajibannya, memahami anggotanya, maupun memotivasi, dan berbagai sifat baik yang terdapat dalam diri seorang pemimpin (Alamsyah & Effendi, 2022). Kepala sekolah merupakan pemimpin tertinggi dalam lembaga pendidikan yang menjadi ujung tombak berjalannya sebuah lembaga. Sehingga kepala sekolah menjadi kunci untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas suatu sekolah.

Dalam mewujudkan hal tersebut perlu adanya sebuah manajemen yang tepat dari kepala sekolah. Manajemen dalam sebuah lembaga pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan kesuksesannya. Dalam hal ini, manajemen di sekolah melibatkan ilmu dalam merencanakan, mengendalikan, mengawasi, mengelola sumber daya manusia, dan meningkatkan profesionalisme staf serta proses pendidikan. Kepala sekolah dalam menjalankan program sekolah, khususnya penerimaan peserta didik baru, wajib menyampaikan dukungan serta pengarahan kepada para pengajar/guru, dan tim Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang bertugas. Kepala sekolah dalam melaksanakan tugasnya sebagai seorang manajer di sekolah tidak mungkin bekerja seorang diri, sebagai akibatnya wajib bekerjasama dengan orang yang dapat membantunya dalam sebuah pekerjaan. Untuk menciptakan kerjasama yang

berfaedah, maka kepala sekolah harus menciptakan koneksi yang baik juga. Kepala sekolah dapat berupaya mempererat korelasi kekeluargaan, tetapi kepala sekolah tetap menjaga wibawa serta ketegasan di setiap ketetapan yang diambil, namun tetap mengedepankan kepentingan bersama (Sultoniya et al., 2022).

PPDB merupakan salah satu kegiatan sangat penting dan krusial dalam penyelenggaraan pendidikan (Badriyah & Supriyanto, 2024; Sultoniya et al., 2022). PPDB di sebuah sekolah pada hakikatnya merupakan proses pencarian, menentukan, dan menarik pelamar yang mampu untuk dijadikan peserta didik dilembaga pendidikan yang bersangkutan (Al-Amien, 2023). Rekrutmen siswa baru merupakan proses awal yang dilakukan oleh pihak sekolah guna untuk memenuhi jumlah siswa yang akan menjadi warga sekolah (Harahap & Wantini, 2021). Sebab jika tidak adanya aktivitas PPDB, maka pihak sekolah tidak akan mendapatkan serta memiliki peserta didik.

Keberlangsungan hidup satuan pendidikan khususnya sekolah swasta sangat tergantung pada keberadaan peserta didik, semakin banyak peserta didik diterima, semakin tinggi sumber dana yang dapat dihimpun, untuk meningkatkan kualitas pembimbingan dan pengelolaan pembelajaran, sehingga semakin tinggi pula kualitas *output*/lulusan dari satuan pendidikan tersebut (Istriyani & Satyarini, 2021). Setiap sekolah biasanya menyiapkan program PPDB dengan jangka waktu yang cukup lama. Inti yang mendasar dalam program PPDB adalah terpenuhinya alokasi

jumlah siswa baru sesuai dengan target dan daya tampung sekolah. Program PPDB merupakan kesempatan bagi sekolah untuk mencari dan menjangkau calon siswa yang memiliki berbagai macam potensi yang ada baik di bidang akademik, seni, olahraga, sikap, dan lain sebagainya. Sehingga akan berdampak pada sekolah secara eksternal maupun internal.

Sebagai tahap awal dalam penyeleksian peserta didik, PPDB berperan menentukan kualitas peserta didik baru yang diterima oleh suatu lembaga pendidikan. Oleh karena itu, manajemen PPDB perlu dilaksanakan dan dikelola secara tepat dan efektif agar tujuan untuk memperoleh peserta didik baru dapat sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan menghasilkan PPDB yang berkualitas.

Selain manajemen kepemimpinan kepala sekolah yang baik, dalam menunjang keberhasilan pencapaian target peserta didik baru diperlukan adanya promosi sekolah. Keberhasilan suatu lembaga pendidikan terletak pada program serta pemasaran. Promosi sekolah merupakan keseluruhan dari berbagai kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Arista et al., 2023; Fauzi & Kartiko, 2023; Pangestika et al., 2024). Pentingnya peran pemasaran sehingga pemasaran membutuhkan sebuah strategi untuk proses pelaksanaannya agar berjalan dengan lancar.

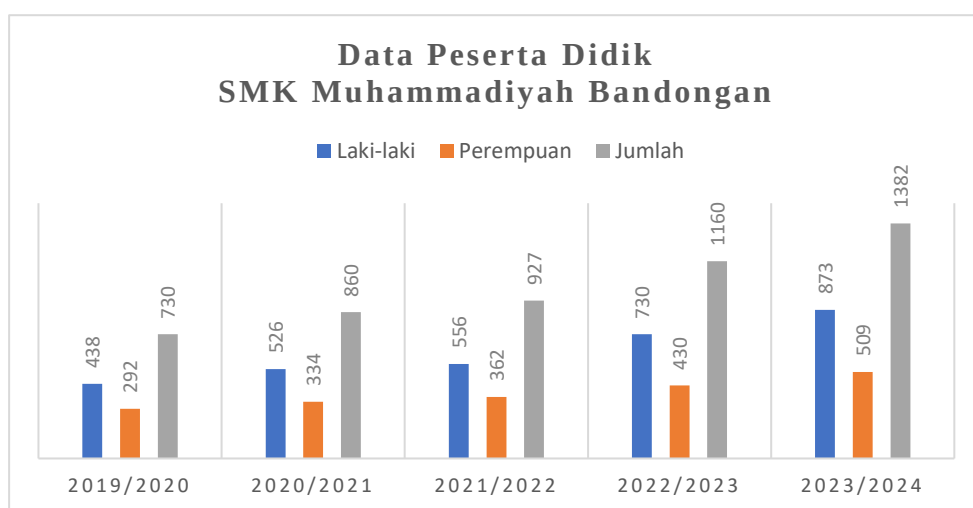
Penggunaan strategi yang tepat tentunya akan mendatangkan dampak yang baik bagi sekolah, terutama dengan memanfaatkan

perkembangan teknologi sebagai alat yang mampu menarik minat dan membuat operasional sekolah menjadi lebih efektif dan efisien. Di samping itu, teknologi informasi semakin dibutuhkan oleh lembaga pendidikan khususnya dalam meningkatkan kelancaran aliran informasi lembaga pendidikan, kontrol kualitas, dan menciptakan aliansi dengan pihak lain yang dapat meningkatkan nilai lembaga pendidikan tersebut (Ramadhani Ansar & Wahed, 2019).

PPDB pada zaman dahulu masih menggunakan metode manual dikarenakan fasilitas yang kurang memadai dan masyarakat yang gabtek (Harahap & Wantini, 2021). Penggunaan teknologi informasi yang dimaksudkan adalah penggunaan media sosial dalam pengembangan sekolah seperti *whatsapp*, *facebook*, *insatgram*, *youtube*, *tik tok*, *web*, dan lain sebagainya (Ramadhani Ansar & Wahed, 2019). Hal tersebut dapat memudahkan sekolah untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan sekolah, dan juga dapat memudahkan masyarakat untuk mencari informasi apapun tentang sekolah melalui media sosial.

Berdasarkan hasil pra observasi peneliti dengan membuka *website* sekolah yang diakses pada hari Jum'at, 7 Maret 2024 didapatkan hasil bahwa SMK Muhammadiyah Bandongan menjadi contoh sekolah kejuruan swasta yang favorit di kabupaten Magelang. SMK Muhammadiyah Bandongan menyediakan 3 program keahlian yaitu 1) Teknik Otomotif, 2) Teknik Informasi dan Komunikasi dan 3) Kesehatan dengan kompetensi keahlian yaitu Teknik Kendaraan Ringan Otomotif, Teknik Komputer dan

Jaringan, dan Farmasi Klinis dan Komunitas. Jumlah rombongan belajar SMK Muhammadiyah Bandongan sebanyak 33 dengan jumlah siswa di tahun Pelajaran 2023/2024 sebanyak 1.382 siswa. Hal ini menunjukkan bahwa banyak sekali minat siswa untuk masuk di sekolah tersebut. Peningkatan jumlah peserta didik baru menjadi bukti akan tingginya minat siswa untuk melanjutkan sekolah di sekolah tersebut. Berikut adalah rekapitulasi data jumlah siswa selama lima tahun terakhir.



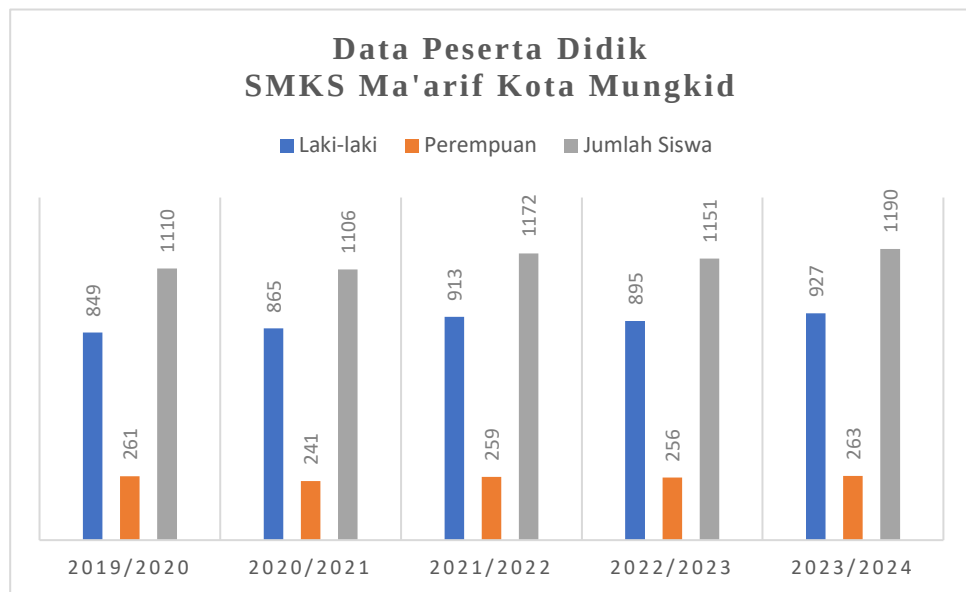
Grafik 1. 1 Rekapitulasi Jumlah Siswa di SMK Muhammadiyah Bandongan

Dari paparan tersebut, perlu menjadi perhatian dalam proses rekrutmen siswa baru diantaranya adalah keterbatasan akses informasi yang bisa diakses masyarakat, bauran/rangkaian strategi yang akan digunakan, dan berbagai kendala dalam proses rekrutmen siswa baru. Beberapa hal tersebut perlu dievaluasi agar hasil dari proses PPDB dapat sesuai dengan kriteria dan terus meningkat di setiap tahunnya.

Selain SMK Muhammadiyah Bandongan, terdapat SMK Ma'arif Kota Mungkid yang menjadi salah satu sekolah favorit dengan jumlah

murid yang terus meningkat. Berdasarkan hasil observasi pra penelitian yang dilakukan peneliti dengan mengakses laman *website* SMK pada hari Sabtu, 8 Maret 2024 didapatkan hasil bahwa SMK Ma'arif Kota mungkid menyediakan program keahlian diantaranya adalah 1) Teknik Mesin, 2) Teknik Komputer Jaringan dan Telekomunikasi, 3) Teknik Otomotif, dan 4) Teknik Kimia Industri. Terdapat rombel kelas sebanyak 36 dengan jumlah siswa sebanyak 1.190.

Hal tersebut menjadi salah satu indikator bahwa SMK Ma'arif Kota Mungkid menjadi salah satu sekolah favorit di Kabupaten Magelang. Akan tetapi, perlu menjadi evaluasi dalam proses rekrutmen siswa baru agar PPDB dapat berjalan sukses. Dari data jumlah pendaftar siswa baru selama 5 tahun terakhir, didapatkan bahwa PPDB ditahun ajaran 2020/2021 mengalami sedikit penurunan, namun PPDB dapat meningkat kembali di 3 tahun berikutnya. Oleh karena itu, permasalahan yang muncul dalam proses PPDB di SMK Ma'arif Kota Mungkid seperti ketidaksesuaian kriteria penerimaan, bauran promosi yang digunakan, dan munculnya berbagai kendala/hambatan, serta kemudahan masyarakat untuk mengakses informasi perlu ditingkatkan. Berikut adalah data siswa SMK Ma'arif Kota Mungkid selama 5 tahun terakhir.



Grafik 1. 2 Rekapitulasi Jumlah Siswa Baru SMKS Ma'arif Kota Mungkid

Berjalan atau tidaknya proses PPDB ditentukan oleh berbagai hal. diantaranya harus didukung manajemen kepala sekolah yang baik dan strategi/bauran promosi yang tepat. Pendaftaran siswa baru di kedua sekolah tersebut di dominasi oleh siswa laki-laki dibandingkan perempuan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” Peran Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Bauran Promosi terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru ”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka beberapa masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan akses informasi: Dalam merekrut peserta didik baru, kepala sekolah mungkin menghadapi kendala dalam mengakses informasi tentang calon siswa. Terbatasnya data mengenai potensi siswa dapat memengaruhi efektivitas proses rekrutmen.

2. Kualitas bauran promosi: bauran promosi yang digunakan oleh sekolah dalam menarik minat calon siswa perlu dievaluasi. Apakah strategi promosi yang diterapkan sudah efektif atau perlu disesuaikan dengan karakteristik calon siswa
3. Ketidaksesuaian kriteria penerimaan: kriteria penerimaan peserta didik baru tidak selalu sesuai dengan kebutuhan dan tujuan sekolah. Apakah kriteria yang digunakan sudah relevan dengan visi dan misi sekolah
4. Kendala dalam proses penerimaan: faktor-faktor seperti administrasi, komunikasi, dan koordinasi antara tim rekrutmen dan calon siswa dapat menjadi kendala dalam proses penerimaan peserta didik baru.
5. Peran kepemimpinan kepala sekolah: bagaimana kepala sekolah memimpin tim rekrutmen dan mengoordinasikan strategi promosi juga memengaruhi efektivitas rekrutmen peserta didik baru.

Dengan mengidentifikasi masalah-masalah ini, penelitian dapat lebih fokus dalam menggali solusi dan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan proses rekrutmen peserta didik baru di kedua SMK yang menjadi studi kasus.

C. Fokus dan Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam proses PPDB di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid?

2. Bagaimana bauran promosi yang digunakan dalam proses rekrutmen peserta didik baru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid?
3. Bagaimana peran manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam bauran promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam melaksanakan proses PPDB di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid.
2. Mengetahui bauran promosi yang dapat digunakan untuk menarik peserta didik baru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid.
3. Mengetahui peran manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam bauran promosi terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara ilmiah terhadap manajemen kepemimpinan kepala sekolah dan bauran promosi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah peserta

didik baru, terutama di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memperluas wawasan ilmiah dan pengalaman terkait manajemen kepemimpinan kepala sekolah dan strategi bauran promosi dalam pelaksanaan penerimaan peserta didik baru.

b. Bagi Sekolah

Penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas manajemen sekolah dan bauran promosi yang dapat digunakan untuk memperkuat citra dan reputasi sekolah. Penelitian ini menyoroti peran kepala sekolah dalam mengelola penerimaan siswa baru. Dengan memahami peran dan tanggung jawab kepala sekolah, sekolah dapat memperkuat kepemimpinan mereka dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Selain itu, Penelitian ini menggali strategi kepemimpinan yang efektif dalam menghadapi tantangan penerimaan siswa baru. Dengan mengadopsi praktik terbaik, kepala sekolah dapat mengembangkan strategi yang relevan dan berdampak positif pada penerimaan siswa.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Penelitian ini menjadi salah satu referensi yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian yang relevan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah

Manajemen dikatakan sebagai fungsi berarti manajemen memiliki kegiatan kegiatan khusus yang dapat dilakukan dengan cara terpisah juga tergantung penuh dengan kegiatan yang lain, walaupun kegiatan-kegiatan tersebut saling terkait antara satu dengan yang lainnya (Nanang Fattah, 2013). Manajemen adalah suatu proses sosial yang direncanakan untuk menjamin, partisipasi dan keterlibatan sejumlah orang dalam mencapai sasaran dan tujuan tertentu yang ditetapkan secara efektif. Manajemen mengandung unsur pembimbingan, pengarahan dan pengelolaan sekelompok orang terhadap pencapaian sasaran umum (Sujari, 2022).

Dalam sebuah lembaga atau institusi termasuk dalam urusan pendidikan, diperlukan adanya seorang pemimpin. Pemimpin yang memegang kendali yang sangat menentukan terhadap keberhasilan, kesuksesan atau kegagalan sebuah organisasi (Hapudin & Praja, 2022). Pemimpin disebuah lembaga pendidikan disebut dengan kepala sekolah. Kepala sekolah merupakan salah satu individu dalam lingkungan sekolah yang memberikan arahan dan memiliki tanggung jawab bersama dengan anggota lain untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan (Maolana et al., 2023). Dapat dikatakan bahwa kepala

sekolah merupakan guru yang memiliki peran fungsional yang ditugaskan untuk mengemban tanggung jawab sebagai pimpinan disekolah dimana kegiatan belajar mengajar berlangsung, atau di tempat di mana guru memberikan pelajaran kepada murid.

Kepala sekolah dituntut dapat meningkatkan kompetensi sumber daya manusia disekolah, menciptakan pembelajaran yang nyaman dan menyenangkan sehingga dapat mempercepat peningkatan mutu dan kualitas pendidikan di sekolah (Mariana, 2021). Jabatan kepala sekolah merupakan posisi kepemimpinan yang tidak dapat diisi oleh siapa saja tanpa mempertimbangkan faktor-faktor tertentu. Siapapun yang diangkat menjadi kepala sekolah sudah melewati proses dan prosedur serta telah memenuhi persyaratan tertentu, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman, usia, pangkat, integritas, dan lain-lain. Sebagai pemimpin pendidikan di sekolah, kepala sekolah memiliki tanggung jawab legal untuk mengembangkan staf, kurikulum, dan pelaksanaan pendidikan di sekolahnya.

Kepala sekolah sebagai seorang pemimpin harus mempunyai karakter kepemimpinan yang baik. Kepemimpinan adalah aktivitas para penguasa atau pemegang keputusan untuk mempengaruhi kelompok tertentu dalam mencapai visi dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh organisasi (Musaddad, 2020). Kepemimpinan sekolah adalah kegiatan menggerakkan dan memberdayakan orang lain untuk memberikan pelayanan akademik sesuai dengan kebutuhan siswa,

termasuk keterampilan dan integritas siswa(Hanim & Wazir, n.d.). Efektifitas kepemimpinan kepala sekolah tergantung kepada kemampuan bekerja sama dengan guru dan staf, serta kemampuannya mengendalikan pengelolaan anggaran, pengembangan staf, *scheduling*, pengembangan kurikulum, paedagogi, dan *assessmen* (Purwanto, 2021).

Proses manajemen di sekolah dalam rangka mewujudkan peran pemimpin atau manajer sekolah dapat disebut juga sebagai manajemen kepala sekolah. Manajemen kepala sekolah adalah usaha kepala sekolah dalam untuk melaksanakan fungsi manajemen terhadap sumber daya sekolah dalam mencapai tujuan pendidikan (Euis Karwati & Donni Juni Priansa, 2013). Dalam hal ini manajemen yang dilakukan harus memiliki kode etik, asas-asas, prinsip, ataupun sebuah aturan supaya kualitas dari kepala sekolah dilembaga tersebut dapat berkualitas. Menurut Ramayulis yang dikutip oleh Rahmat Hidayat (Sultoniya et al., 2022)menyebutkan bahwa pengertian yang selaras dengan hakikat manajemen adalah *al-tadbir* atau pengaturan. Kata *al-tadbir* merupakan derivasi dari kata *dabbara* yang artinya mengatur, dan banyak terdapat dalam Alqur'an. Seperti firman Allah SWT pada surat As-Sajdah ayat 5:

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu.

Isi kandungan dari sebuah ayat diatas dapat ditafsirkan bahwa Allah SWT adalah pengatur segala alam atau angkasa (*Al-Mudabbir* atau *manager*). Keteraturan angkasa raya ini yaitu sebagai suatu bukti keEsaan Allah SWT dalam mengelola semesta ini. Tetapi, karena Allah SWT menciptakan para manusia yang telah dijadikannya sebagai khalifah di muka bumi, maka dia wajib mengelola dan menjaga bumi dengan sebaik-baiknya, sebagaimana Allah SWT mengatur semesta raya ini. Begitu juga dengan kepala sekolah yang merupakan seorang pemimpin dalam suatu lembaga maka kepala sekolah harus mengelola lembaga tersebut dengan sebaik-baiknya termasuk pada penerimaan peserta didik baru.

Kepala sekolah merupakan seorang pemimpin yang memiliki sebuah kewajiban/tanggung jawab yang besar untuk merealisasikan keinginan atau cita-cita dan tujuan sekolah. Oleh karena itu, kepala sekolah wajib mempunyai wawasan, keahlian manajerial, memiliki kharisma kepemimpinan dan juga pengetahuan yang cukup luas tentang fungsi dan tugas-tugas kepala sekolah (Sultoniya et al., 2022). Menurut E. Mulyasa, dikutip Maisah, ada beberapa fungsi kepala sekolah diantaranya kepala sekolah sebagai manajer. Kepala harus memiliki strategi yang tepat untuk memberdayakan tenaga kependidikan melalui kerja sama atau kooperatif, memberi kesempatan kepada para tenaga kependidikan untuk meningkatkan profesinya, dan mendorong

keterlibatan seluruh tenaga kependidikan dalam berbagai kegiatan yang menunjang program sekolah (Maisah, 2013).

Kepala sekolah sebagai manajer di sekolah mempunyai tugas dan tanggung jawab atas seluruh proses manajerial yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan terhadap seluruh bidang garapan yang menjadi tanggung jawab sekolah. Bidang garapan manajemen tersebut dapat meliputi bidang personalia, siswa, tata usaha, kurikulum, keuangan, sarana dan prasarana, hubungan sekolah dan masyarakat serta unit penunjang lainnya (Sujari, 2022).

Manajemen kepala sekolah meliputi :

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan bagian yang penting dalam suatu pekerjaan, maka kepala sekolah diharuskan memperhatikan semuanya berada pada tujuan yang digariskan.

b. Pengorganisasian

Kepala sekolah menjalankan fungsi manajer terhadap pelaksanaan pekerjaan guru-guru dan karyawan lainnya di sekolah. Melalui fungsi ini kepala sekolah dapat berupaya untuk meningkatkan tenaga pendidik. Kegiatan kepala sekolah dalam keseluruhan proses pendidikan merupakan kegiatan yang integral terhadap keseluruhan proses kegiatan pendidikan lainnya. Selaku pemimpin kepala sekolah mempunyai tanggung jawab yang sangat besar terhadap kelancaran aktivitas pendidikan di sekolah yang

dipimpinnya. Dengan asumsi bahwa tugas pokok kepala sekolah adalah mempengaruhi lingkungan melalui kepemimpinannya yang dinamis dan pengembangan pembelajaran di sekolah.

c. Pelaksanaan

Kepala sekolah selaku pemimpin harus mampu menggerakkan sekolahnya mencapai kemajuan dengan mengidentifikasi bakat-bakat dan kemampuan-kemampuan sumber daya manusia di lembaga pendidikan yang dipimpinnya. Maka kepala sekolah menjadi seorang koordinator pengetahuan dan kemampuan-kemampuan personilnya, dan ia akan berusaha tenaga profesional bagi pengembangan program sekolah. Kepala sekolah perlu melakukan koordinasi dengan semua pihak dalam mewujudkan pengembangan kualitas guru. Kepala sekolah bisa melakukan beberapa tindakan, yakni:

- 1) Kepala sekolah mampu memanfaatkan kepemimpinannya, tidak hanya ketepatan dalam mempergunakan keterampilan dan kemampuan dari masing-masing orang, melainkan juga dalam memperoleh dukungan psikologi untuk perbaikan program.
- 2) Di dalam suatu usaha perbaikan, orang-orang yang terlibat perlu memperoleh informasi tentang ciri-ciri dari perubahan tersebut. Oleh karena itu, seorang kepala sekolah harus menaruh perhatian terhadap sejumlah dan arus informasi, sehingga dapat tercipta komunikasi dua arah.

- 3) Kepala sekolah mampu mempergunakan kepemimpinan dalam membangun saluran komunikasi responsif yang mengarahkan arus informasi ke bawah, paralel, dan ke atas di lingkungan organisasi sekolah, maupun keluar di lingkungan masyarakat yang lebih luas.
- 4) Kepala sekolah perlu mengetahui konteks institusional/masalah pembaruan dan mendayagunakan kepemimpinannya dalam mengubah organisasi-organisasi yang dinamis dan organik.
- 5) Dalam memperoleh dukungan politik demi terciptanya perubahan di lingkungan sekolah, tetapi badan-badan pemerintah, organisasi guru, orang tua dan kelompok masyarakat harus memberikan dukungan (Wahjosumidjo, 2017).

d. Evaluasi

Dalam pengelolaan sekolah, diharapkan sekolah dapat bekerja dalam koridor-koridor tertentu yaitu mengenai:

- 1) Sumber daya sekolah harus mempunyai fleksibilitas dalam mengatur semua daya sesuai dengan kebutuhan setempat,
- 2) Pertanggungjawaban (*accountability*), sekolah dituntut untuk memiliki akuntabilitas baik kepada masyarakat maupun pemerintah
- 3) Kurikulum, berdasarkan kurikulum standar yang telah ditentukan secara nasional, sekolah bertanggung jawab untuk mengembangkan kurikulum (Suryosubroto, 2015).

2. Bauran Promosi/Strategi Pemasaran

a. Pengertian Bauran Promosi

Dalam memasarkan produk dan jasanya dengan sukses, perusahaan harus membuat strategi pemasaran untuk produknya. Bauran pemasaran mencakup semua tindakan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Di antara berbagai kemungkinan ini, ada empat variable yang dikenal sebagai "empat P": produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) (Philip Kotler, 2015). Promosi merupakan salah satu upaya dalam pemasaran. Promosi yakni salah satu komponen dalam bauran pemasaran yang sangat penting. Sebagai alat strategi, kebijakan dan program akan mampu memberikan arah terhadap pencapaian tujuan. (Halimah SMA Pasundan & Undang Juju, 2016)

Dalam bauran promosi, perusahaan menggunakan berbagai model untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang barang dan merek yang mereka jual, baik secara langsung maupun tidak langsung (Rasyad Al Fajar & Ifantri, 2021). Promosi dilakukan oleh pemasar untuk menyebarkan informasi tentang produk mereka dan meyakinkan pelanggan untuk membelinya. Promosi dilakukan dalam upaya membuat barang dan jasa lebih dikenal dan diterima publik (Hariyanto, 2019).

Bauran promosi adalah gabungan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan penjualan. Bauran promosi terdiri dari lima jenis: iklan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales advertising*), hubungan masyarakat dan publisitas (*publicity and public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*) (Permana & Bhayangkara, 2020). Selaras dengan penelitian Setiadi (Raintung & Rondonuwu, 2019) menyatakan bahwa bauran promosi terdiri dari lima jenis: iklan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, dan pemasaran langsung.

Iklan merupakan alat utama bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumennya. Iklan dapat dilakukan oleh pengusaha melalui surat kabar, radio, majalah, televisi, poster. Promosi penjualan adalah kegiatan perusahaan untuk menjelaskan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Publikasi merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkannya. *Personal Selling* merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung diharapkan terjadi

hubungan yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya. Oleh karena itu, Semakin banyak dana yang diberikan untuk kegiatan promosi dan manajemen yang efektif, semakin besar kemungkinan hasilnya akan mempengaruhi konsumen (Megalia et al., 2021).

b. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Shimp dalam (Erlyana, 2019), promosi memiliki lima fungsi yang sangat penting bagi suatu organisasi, yaitu:

- 1) Memberikan informasi promosi: membuat konsumen sadar akan produk baru, mengajarkan mereka tentang berbagai fitur dan keuntungan merek, dan membantu menciptakan citra perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi juga menyampaikan pesan informasi berharga lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan keuntungan-keuntungan baru dari merek yang telah ada.
- 2) Membujuk: persuasi yang baik dalam bentuk promosi atau iklan akan mendorong konsumen untuk mencoba barang dan jasa yang ditawarkan. Permintaan primer, yaitu pembentukan permintaan untuk merek perusahaan yang spesifik, atau permintaan sekunder, diciptakan oleh promosi.

- 3) Mengingat: iklan memastikan bahwa merek perusahaan tertanam dalam ingatan konsumen. saat kebutuhan muncul, yang berkaitan dengan barang dan jasa yang diiklankan, efek dari promosi sebelumnya memungkinkan merek pengiklan hadir di benak pelanggan. Periklanan lebih lanjut digunakan untuk mempengaruhi pengalihan pelanggan dengan mengingatkan pelanggan yang belum membeli merek yang tersedia dan memiliki fitur yang menguntungkan.
- 4) Menambah nilai: bisnis dapat memperoleh nilai tambahan dari penawaran mereka melalui tiga metode dasar yaitu inovasi, penyempurnaan kualitas, dan perubahan persepsi konsumen. Semua metode ini berbeda satu sama lain. Promosi yang berhasil menyebabkan merek dianggap lebih baik, lebih modis, lebih bergengsi, dan lebih unggul.
- 5) Mendampingi upaya-upaya lain dari lembaga: salah satu alat promosi adalah periklanan, yang membantu perwakilan penjualan. Iklan memberikan pendahuluan yang bermanfaat kepada konsumen dan memantau bagaimana produk perusahaan dijual. konsumen yang lebih berpotensi. Upaya, waktu, dan sumber daya yang diperlukan untuk menyampaikan informasi kepada prospek tentang keunggulan dan keistimewaan produk jasa

Fungsi promosi sebagai alat persuasi untuk mendorong orang untuk membeli barang. Fungsi promosi, menurut (Wardani & Triyono, 2019) yaitu :

1) Memberikan informasi

Promosi kepada pelanggan dapat meningkatkan nilai barang. Promosi dapat memberikan informasi tentang barang, harga, dan informasi lainnya yang bermanfaat bagi pelanggan. Orang tidak akan tahu banyak tentang sesuatu jika tidak ada informasi ini. Dengan demikian, promosi berfungsi sebagai alat bagi penjual dan pembeli untuk memberi tahu satu sama lain tentang kebutuhan dan keinginan mereka, sehingga ada pertukaran yang memuaskan yang dapat mempengaruhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

2) Membujuk dan mempengaruhi promosi.

Selain memberi tahu, promosi juga ditujukan untuk membujuk pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa produk tertentu lebih baik daripada yang lain.

3) Menciptakan kesan.

Promosi dapat membuat calon pembeli merasa unik tentang produk yang diiklankan, sehingga pemasar melakukan promosi sebaik mungkin. Iklan dengan menggunakan warna, gambar, bentuk atau layout yang menarik.

4) Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan.

Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu menghasilkan pertukaran yang menguntungkan melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi. Dalam situasi ini komunikasi dapat menunjukkan cara untuk menjalankan pertukaran yang saling menguntungkan.

Namun, menurut (Wahjono, 2018), fungsi promosi adalah tindakan yang harus diambil oleh perusahaan untuk mencapai tujuan akhir dari program promosi, yaitu konsumen membeli barang. Dengan demikian, dapat dirumuskan secara singkat sebagai: *Attention*: suatu produk harus mampu memancing perhatian banyak pelanggan; *Interest*: setelah mampu memancing perhatian, maka suatu produk harus menimbulkan minat; *Dessire*: keinginan, setelah menimbulkan minat, tahap berikutnya adalah keinginan dan keinginan untuk menikmati produk; *Action*: tahap terakhir, setelah timbul keinginan dan kemudian menginginkan produk tersebut, upaya pembelian harus dilakukan.

c. Tujuan Promosi

Dengan melakukan promosi dengan benar, organisasi dapat mencapai tujuan untuk memperkenalkan produk yang telah diproduksi kepada pelanggan dengan harapan mereka akan membeli produk tersebut, sehingga penjualan dan keuntungan perusahaan dapat meningkat. Produsen memperoleh peningkatan

penjualan, dan pelanggan memperoleh kemampuan untuk mengatur pengeluaran mereka dengan lebih baik. Menurut Boone dan Kurtz tujuan promosi adalah sebagai berikut (Amanda, 2021):

- 1) Menyediakan Informasi: salah satu tujuan strategi promosi perusahaan adalah untuk memberikan informasi kepada calon pembeli tentang barang atau jasa yang akan dijual.
- 2) Mendiferensikan sebuah produk: untuk membedakan produk atau tujuan jasa perusahaan dari produk atau jasa pesaing. Ini dilakukan dengan menggunakan konsep yang disebut positioning. Dalam merancang produk dan strategi pemasaran mereka, perusahaan menggunakan pendekatan posisi sendiri. Pendekatan ini digunakan oleh pemasar untuk berusaha meraih tempat di benak konsumen dengan mengkomunikasikan fitur, harga, kualitas, atau manfaat yang membedakan produk atau jasa mereka dari yang lain.
- 3) Menaikkan penjualan
Berfokus pada meningkatkan permintaan primer sambil sebagian menstabilkan penjualan.
- 4) Menstabilkan penjualan
Salah satu tujuan promosi lainnya adalah stabilitas penjualan; bisnis biasanya mempromosikan konten selama periode penjualan yang rendah dan memotivasi karyawan dengan

memberikan hadiah seperti beasiswa, liburan, dan TV kepada mereka yang mencapai target penjualan tertentu.

5) Menonjolkan nilai produk

serangkaian promosi dirancang untuk menunjukkan nilai produk dengan menunjukkan keuntungan yang dimiliki pembeli yang kurang familiar.

d. Konsep Bauran Promosi

Konsep bauran promosi ada empat, di antaranya adalah:

- 1) Periklanan adalah iklan non-personal yang dilakukan oleh pelaku bisnis, organisasi nirlaba, dan individu melalui berbagai media yang bersifat komunikasi berbayar. Periklanan mempunyai sifat menjangkau masyarakat luas (publik) dengan cara berkomunikasi langsung kepada khalayak (*impersonal*) bukan kepada individu, dan mengkomunikasikan suatu gagasan secara persuasif dan menggunakan efek dramatis (target) yang dapat dihasilkan.
- 2) Promosi penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjual produknya sedemikian rupa sehingga mudah terlihat oleh konsumen dan juga menarik perhatian konsumen melalui penempatan atau penempatan tertentu.
- 3) Publikasi adalah metode yang biasa digunakan oleh pengusaha untuk mempengaruhi konsumen secara tidak langsung dan membuat mereka sadar dan menyukai produknya di media

massa. Iklan adalah segala informasi mengenai seseorang, benda, atau organisasi yang disebarluaskan kepada masyarakat melalui media secara cuma-cuma atau tanpa pengawasan sponsor.

- 4) Promosi pribadi bersifat pribadi dan oleh karena itu responsif terhadap perilaku kelompok sasaran.

3. Rekrutmen Peserta Didik Baru

PPDB adalah suatu proses pencarian dan pemikatan calon peserta didik yang mampu untuk mendaftarkan sebagai calon peserta didik disuatu lembaga pendidikan tertentu. PPDB dimulai pada waktu diambil langkah mencari pelamar dan berakhir ketika para pelamar mengajukan lamarannya. Artinya, secara konseptual dapat dikatakan bahwa langkah yang segera mengikuti proses rekrutment, yaitu seleksi, bukan lagi merupakan bagian dari rekrutmen. Penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu kegiatan yang pertama di sekolah, baik di tingkat sekolah dasar maupun di tingkat perguruan tinggi (Amanar Mulia Akbar, n.d.).

Jika proses rekrutmen ditempuh dengan tepat dan baik hasilnya ialah adanya sekelompok pelamar yang kemudian diseleksi guna menjamin bahwa hanya yang paling memenuhi persyaratanlah yang diterima (Sujari, 2022). Perencanaan terhadap peserta didik menyangkut perencanaan penerimaan siswa baru, kelulusan, jumlah putus sekolah, dan kependihan. Khusus mengenai perencanaan peserta didik akan

langsung berhubungan dengan kegiatan penerimaan siswa baru dan proses pencatatan atau dokumentasi data pribadi siswa, yang kemudian tidak dapat dipisahkan kaitannya dengan pencatatan atau dokumentasi data hasil belajar dengan aspek-aspek lain yang diperlukan dalam kegiatan kurikuler dan ko-kurikuler.

Langkah yang pertama yaitu perencanaan terhadap peserta didik, yang meliputi kegiatan:

- 1) analisis kebutuhan peserta didik,
- 2) rekrutmen peserta didik,
- 3) seleksi peserta didik,
- 4) orientasi,
- 5) penempatan peserta didik,
- 6) pencatatan dan pelaporan (Harahap & Wantini, 2021).

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) merupakan bagian dari manajemen peserta didik. Fungsi dari keberadaan manajemen peserta didik antara lain:

a. Fungsi individualitas

Fungsi yang berkenaan dengan pengembangan individualitas peserta didik, ialah agar mereka dapat mengembangkan potensi-potensi individualitasnya tanpa banyak terlambat. Potensi-potensi bawaan tersebut meliputi: kemampuan umum (kecerdasan), kemampuan khusus (bakat), dan kemampuan lainnya.

b. Fungsi sosial sekolah

Fungsi yang berkenaan dengan pengembangan fungsi sosial ialah agar peserta didik dapat mengadakan sosialisasi dengan sebayanya, dengan orang tua, dan keluarganya, dengan lingkungan sosial sekolahnya dan lingkungan sosial masyarakatnya. Fungsi ini berkaitan dengan hakekat peserta didik sebagai makhluk sosial.

c. Fungsi aspirasi

Fungsi yang berkenaan dengan penyaluran aspirasi dan harapan peserta didik, ialah agar peserta didik tersalur hobi, kesenangan dan minatnya. Dengan demikian dapat menunjang terhadap perkembangan diri peserta didik secara keseluruhan.

d. Fungsi kebenaran dan kesejahteraan

Fungsi yang berkenaan dengan pemenuhan kebutuhan dan kesejahteraan peserta didik ialah agar peserta didik sejahtera dalam hidupnya. Kesejahteraan demikian sangat penting karena dengan demikian ia akan juga turut memikirkan kesejahteraan sebayanya (Eka Prihatin, 2021).

Seleksi penerimaan peserta didik harus dipahami sebagai sebuah proses mendapatkan peserta didik yang unggul. Sehingga dalam proses kegiatan ini lembaga pendidikan harus merencanakan secara matang, agar tujuan dilaksanakannya seleksi tercapai dan dilakukan secara efektif dan efisien. Tujuan dari setiap program seleksi adalah untuk mengidentifikasi para pelamar yang memiliki skor tinggi pada berbagai

aspek yang diukur, yang bertujuan untuk menilai pengetahuan, keterampilan, kemampuan, atau karakteristik dari calon peserta didik itu sendiri.

4. Peran Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Bauran Promosi dalam PPDB

Peranan kepala sekolah sangat penting bagi meningkatnya jumlah peserta didik baru yang akan mendaftarkan disekolah tersebut, karena itu semakin adanya peningkatan jumlah siswa pada sekolah tersebut dapat dilihat dari kualitas sekolah yang baik selain juga kepala sekolah yang berupaya dalam mempromosikan dan mengkoordinasikan para guru dan karyawan untuk mensukseskan program-program yang dapat menunjang penerimaan peserta didik baru (Al-Amien, 2023). Kepala sekolah dalam menjalankan program sekolah, khususnya penerimaan peserta didik baru, wajib menyampaikan dukungan serta pengarahan kepada para pengajar/guru, dan tim PPDB yang bertugas.

Kepala sekolah dalam melaksanakan tugasnya sebagai seorang manajer di sekolah tidak mungkin bekerja seorang diri, sebagai akibatnya wajib bekerjasama dengan orang yang dapat membantunya dalam sebuah pekerjaan. Untuk menciptakan kerjasama yang berfaedah, maka kepala sekolah harus menciptakan koneksi yang baik juga. Kepala sekolah dapat berupaya mempererat korelasi kekeluargaan, tetapi kepala sekolah tetap menjaga wibawa serta ketegasan di setiap ketetapan yang diambil, namun tetap mengedepankan kepentingan bersama.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Dalam rangka mendukung uraian penjelasan yang lebih komprehensif seperti telaah yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka penulis berupaya melakukan kajian terhadap karya-karya yang memiliki relevansi topik sebagai perbandingan dalam mengupas permasalahan. Beberapa penelitian yang dapat dijadikan perbandingan adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian Nurdian Ramadhani Ansar, dkk (2019) dengan judul “Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makassar” (Ramadhani Ansar & Wahed, n.d.). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam penentuan daya tampung calon peserta didik baru di SMK Negeri 6 Makassar, ditentukan atas beberapa pertimbangan yaitu diantaranya melihat dari jumlah guru yang tersedia serta sarana dan prasarana yang ada di SMK Negeri 6 Makassar. Kebijakan pada sekolah yaitu mengikuti petunjuk teknis dari Provinsi sebagai acuan dalam pelaksanaan PPDB *Online* di SMK Negeri 6 Makassar adapun penetapan tempat untuk Pelaksanaan PPDB *online* di tetapkan di ruangan rapat guru yang menjadi pilihan bagi panitia penyelenggara PPDB *Online* dan anggaran pada PPDB *Online* yaitu berasal dari Dana BOS Sekolah itu sendiri pada sistem Penerimaan PPDB *Online* tahun ajaran 2018/2019, menerapkan 4 jalur yaitu jalur afirmasi, prestasi, khusus dan akademik Penyeleksian pada PPDB *Online* saat ini telah terhubung langsung dengan database Dinas

Sosial dan Dinas Pendidikan, Kemenag dan KONI hal ini menghindari kecurangan pada pelaksanaan PPDB *Online*. Prosedur penerimaan peserta didik baru yaitu PPDB *online* saat ini lebih transparansi dan memudahkan bagi peserta didik serta panitia dalam menverifikasi data yang sebenarnya, serta pertanggung jawaban panitia lebih mudah dikarenakan semua data telah menggunakan sistem. Penelitian ini berkontribusi dalam penyusunan latar belakang masalah penelitian.

2. Hasil penelitian Zunaidi M Rasid Harahap, dkk (2021) dengan judul “Manajemen Sekolah dalam Penerimaan Siswa Baru Terhadap Kesiapan Guru Dalam Mendidik di SD Lembah Binubu” (Harahap & Wantini, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan siswa baru masih menggunakan metode manual dikarenakan pasilitas yang kurang memadai dan masyarakat juga masih gabtek (gagab tegnologi). Sehingga dalam melakukan perubahan membutuhkan waktu yang lama. Kemudian guru selalu dibimbing oleh kepala sekolah dalam persiapan ajaran baru, sehingga kesiapan guru dalam belajar dikelas berjalan dengan lancar. Akan tetapi melihat dari keadaan tersebut perlu adanya perhatian oleh pemerintah terhadap sekolah-sekolah yang ada didaerah pedesaan baik sarana prasarana pelatihan guru supaya sekolah-sekoah di daerah pedesaan bisa setara dengan sekolah sekolah yang ada diperkotaan. Penelitian ini berkontribusi didalam latar belakang masalah penelitian.

3. Hasil Penelitian Sujari (2022) dengan judul “Manajemen Sekolah dalam Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru” (Sujari, 2022). Menunjukkan bahwa manajemen Kepala Sekolah yang dijalankan belum mampu meningkatkan mutu penerimaan peserta didik baru disebabkan oleh adanya kelemahan di dalam upaya peningkatan mutunya, baik pada tahap pelaksanaan maupun pada tahap evaluasinya. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka yaitu manajemen kepemimpinan kepala sekolah.
4. Hasil penelitian Maulida Fu’adatus Sultoniya, dkk (2022) dengan judul “Manajemen Kepala Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SMPIT Istiqomah Global School Karawang Tahun Pelajaran 2022/2023” (Sultoniya dkk., 2022) menunjukkan bahwa 1) manajemen kepala sekolah dalam penerimaan peserta didik baru mencakup *planning* (merencanakan apa yang dibutuhkan, kepanitiaan, waktu, tempat dan pelaksanaan PPDB). *Organizing* (pembagian tugas, PPDB *online* serta *offline* dan sistem PPDB berupa sistem seleksi). *Actuating* (memberikan informasi PPDB melalui banner yang dipasang dipinggir jalan, brosur yang diberikan siswa, serta pamflet melalui media sosial, saat PPDB pada awal semester 2 (dua), tempat PPDB *offline* di kantor SMPIT Istiqomah Global School Karawang dan *online* di link <http://ppdb.igs.sch.id/>. *Controlling* (kepala mengawasi proses PPDB, dan rapat penilaian. 2) faktor pendukung (fasilitas, kepanitiaan jelas dan terstruktur, dan eksistensi sekolah). Faktor penghambat (seragam tidak

sesuai ukuran awal) solusi pada perbaikan tanpa membayar lagi. 3) dengan manajemen yang baik hasilnya merupakan peningkatan pada jumlah peserta didik baru, pelaksanaan PPDB berjalan dengan sesuai yang direncanakan. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.

5. Hasil penelitian Wiwik Istriyani (2021) dengan judul “Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Sultan Trenggono Gunungpati Semarang” (Istriyani & Satyarini, 2021) menunjukkan bahwa 1) perencanaan PPDB, meliputi kegiatan: pembentukan panitia, menetapkan kebijakan PPDB, daya tampung, promosi dan sekolah sasaran promosi, mekanisme pendaftaran dan daftar ulang. 2) Pelaksanaan PPDB baik promosi, informasi dan pendaftaran dilaksanakan secara *online* dan *offline*, 3). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa: jumlah peserta didik yang mendaftar dan diterima hanya 30 peserta didik atau 50% dari target yang ditetapkan, promosi *online* belum banyak diakses oleh calon peserta didik baru, dan promosi *offline* memerlukan waktu tertentu dan membutuhkan banyak dana untuk pengadaan alat-alat promosi untuk menjangkau sasaran yang lebih luas. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.
6. Hasil penelitian Muhammad Muliya Al-Amien (2023), dengan judul “Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Peserta Didik Baru SMK Muhammadiyah Imogiri” menunjukkan bahwa bahwa peran kepala sekolah dalam meningkatkan penerimaan siswa baru di SMK Muhammadiyah Imogiri sangat terlihat dari perannya sebagai

Manajer dengan menunjuk guru dengan posisi yang tepat dalam tim, kemudian perannya sebagai administrator yaitu melakukan perencanaan dan penugasan sesuai aturan, sebagai supervisor kepala sekolah selalu mengecek serta mengevaluasi tahapan dalam meningkatkan penerimaan siswa baru, dan sebagai *leader* kepala sekolah memberikan dorongan, arahan, dan motivasi dalam menjalankan program penerimaan peserta didik baru. Kepala sekolah menemui beberapa kendala, yaitu infrastruktur sekolah, loyalitas guru, dan sumber daya sekolah. Kepala sekolah berupaya meningkatkan penerimaan mahasiswa baru dengan memaksimalkan sumber daya manusianya. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.

7. Hasil penelitian Mohammad Fahrul, dkk (2023), dengan judul “Strategi Kepala Sekolah dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Merekrut Peserta Didik Baru di SMPN 03 Pariangan”. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwasanya strategi yang digunakan kepala sekolah dalam memanfaatkan media sosial untuk merekrut peserta didik baru di SMPN 03 Pariangan yaitunya menggunakan aplikasi *facebook*, *instagram*, *whatsapp group* dan *youtube*. Penggunaan media sosial tersebut tentu sangat membantu sekolah dalam merekrut peserta didik baru sehingga bagi calon siswa baru yang ingin melanjutkan pendidikan ke SMP, bisa dengan mudah mendapatkan informasi mengenai profil beserta keunggulan sekolah yang dimiliki

oleh SMPN 03 Pariangan. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.

8. Hasil penelitian Nurdian Ramadhani Ansar, dkk (2019), dengan judul “Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online di SMK Negeri 6 Makassar” menunjukkan bahwa: dalam penentuan daya tampung calon peserta didik baru di SMK Negeri 6 Makassar, ditentukan atas beberapa pertimbangan yaitu diantaranya melihat dari jumlah Guru yang tersedia serta sarana dan prasarana yang ada di SMK Negeri 6 Makassar. Kebijakan pada sekolah yaitu mengikuti petunjuk teknis dari Provinsi sebagai acuan dalam pelaksanaan PPDB *Online* di SMK Negeri 6 Makassar adapun penetapan tempat untuk Pelaksanaan PPDB *online* ditetapkan di ruangan rapat guru yang menjadi pilihan bagi panitia penyelenggara PPDB *Online* dan anggaran pada PPDB *Online* yaitu berasal dari Dana BOS Sekolah itu sendiri pada sistem Penerimaan PPDB *Online* tahun ajaran 2018/2019, menerapkan 4 jalur yaitu jalur afirmasi, prestasi, khusus dan akademik. Penyeleksian pada PPDB *Online* saat ini telah terhubung langsung dengan database Dinas Sosial dan Dinas Pendidikan, Kemenag dan KONI hal ini menghindari kecurangan pada pelaksanaan PPDB *Online*. Prosedur penerimaan peserta didik baru yaitu PPDB *online* saat ini lebih transparansi dan memudahkan bagi peserta didik serta panitia dalam menverifikasi data yang sebenarnya, serta

pertanggung jawaban panitia lebih mudah dikarenakan semua data telah menggunakan sistem. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.

9. Hasil penelitian Siti Badriyah (2024) dengan judul “Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru” menunjukkan bahwa manajemen penerimaan peserta didik baru di MIN 7 Boyolali menunjukkan hasil positif. Melalui perencanaan matang, pelaksanaan efektif, dan evaluasi berkesinambungan, MIN 7 Boyolali berhasil meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru setiap tahunnya. Faktor pendukung seperti kepemimpinan visioner, kerjasama dengan pihak eksternal, dan dukungan masyarakat, memainkan peran vital dalam keberhasilan manajemen PPDB. Namun, faktor penghambat seperti terbatasnya sumber daya dan perubahan lingkungan eksternal perlu diatasi dengan tepat agar MIN 7 Boyolali dapat terus berkembang sebagai lembaga pendidikan Islam unggul yang diminati masyarakat. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.
10. Hasil penelitian Rizky Pangestika, dkk (2024) dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Penerimaan Peserta Didik Baru” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, perencanaan strategi pemasaran di SMK Negeri 3 Palembang menjadi andalan dalam kegiatan PPDB. Perencanaan melibatkan kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, dan tim pemasaran sekolah. Perencanaan kegiatan pemasaran dalam PPDB di SMK Negeri 3 Palembang meliputi pembuatan struktur panitia, penetapan program kerja, pelaksanaan, dan

evaluasi. Kedua, pada tahap implementasi perencanaan strategi pemasaran, SMK Negeri 3 Palembang melakukan strategi promosi sekolah dengan menerapkan 5 unsur bauran pemasaran, berkolaborasi, dan memberikan yang terbaik pelayanan kepada masyarakat. Ketiga, evaluasi strategi pemasaran di SMK Negeri 3 Palembang dilaksanakan pada akhir masa pelaksanaan PPBD dalam bentuk laporan pertanggungjawaban. Keempat, strategi pemasaran SMK Negeri 3 Palembang yang bermasalah tahun ajaran 2022-2023 berjalan kurang maksimal karena kurangnya semangat kerja motivasi dan kerjasama tim panitia penyelenggara kegiatan penerimaan peserta didik baru. Penelitian ini berkontribusi dalam kajian pustaka.

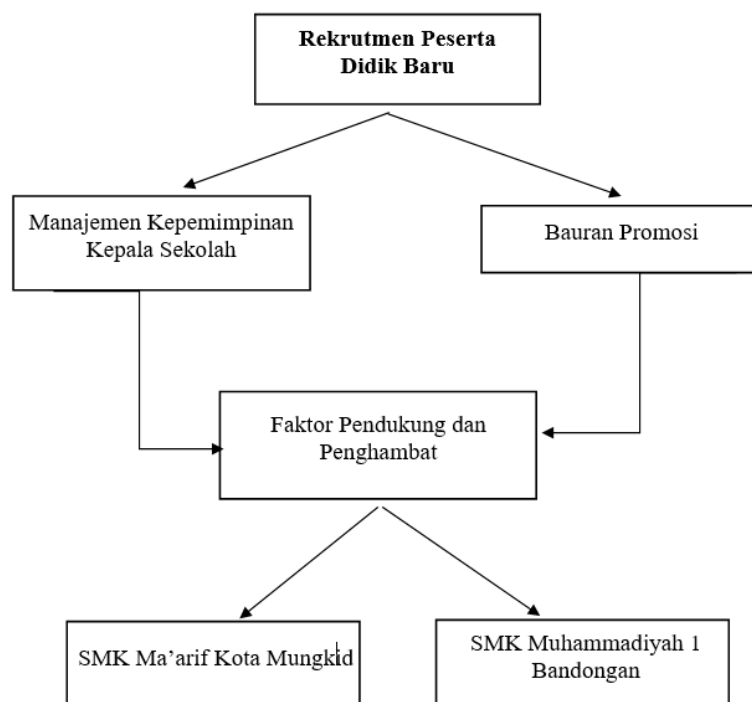
C. Alur Pikir

Para pengelola pendidikan di sekolah/madrasah harus senantiasa bergerak dan optimis dalam memasarkan sekolahnya. Pemasaran/promosi sekolah menjadi sesuatu hal yang harus dilakukan oleh sekolah. Tidak hanya untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, akan tetapi berguna untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga dan menarik minat masyarakat dalam menyekolahkan putra putrinya di sekolah tersebut. Citra yang baik tersebut harus diimbangi dengan pemikiran *stakeholder* dan guru yang bermutu agar dapat menciptakan output yang bermutu pula.

Kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Pertama, manajemen kepemimpinan kepala sekolah menjadi hal penting dalam menentukan keberhasilan atau tidaknya sekolah saat

melaksanakan proses penerimaan siswa baru. Kedua, bagaimana sistem bauran promosi yang diterapkan guna menarik siswa untuk mendaftar sekolah. Ketiga, apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses penerimaan peserta didik baru.

Dengan manajemen kepemimpinan kepala sekolah dan bauran promosi yang baik, maka apa yang diharapkan mampu menarik minat siswa dalam mendaftar sekolah di sekolah tersebut sehingga ada peningkatan jumlah pendaftar calon siswa baru. Alur pemikiran dari penelitian sebagai berikut.



Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir

D. Pertanyaan Penelitian

1. Apa peran kepala sekolah dalam meningkatkan penerimaan siswa baru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota Mungkid?
2. Bagaimana strategi kepala sekolah dalam mengoptimalkan penerimaan peserta didik baru?
3. Apakah ada kendala yang dihadapi oleh kepala sekolah dalam meningkatkan penerimaan siswa baru?
4. Bagaimana kepala sekolah mengatasi kendala yang mungkin muncul dalam upaya meningkatkan penerimaan siswa baru?
5. Apa inovasi baru atau usaha kepemimpinan kepala sekolah dalam meningkatkan kualitas penerimaan siswa?
6. Bagaimana kepala sekolah melibatkan orang tua dalam proses penerimaan siswa baru?
7. Bagaimana gambaran umum tentang kinerja kepala sekolah dalam meningkatkan penerimaan siswa baru di sekolah ini?
8. Apa strategi kepala sekolah dalam mengoptimalkan penerimaan peserta didik baru?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penggunaan deskriptif dalam penelitian ini untuk menggambarkan obyek penelitian atau kondisi lapangan secara naturalistik karena penelitian dilakukan pada kondisi latar yang alamiah atau apa adanya. Dengan demikian, kondisi pada saat peneliti memasuki lapangan, selama berada di lapangan, dan setelah keluar dari lapangan, kondisi kondisi objek yang diteliti relatif tidak berubah (Sugiarto, 2015).

Penelitian kualitatif disebut juga dengan *interpretative research*, *naturalistic research*, atau *phenomenological research*. Metode kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Metode kualitatif juga lebih mementingkan proses daripada hasil akhir. Oleh karena itu urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. Tujuan utama penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif adalah mengembangkan pengertian, konsep-konsep, yang pada akhirnya menjadi teori. Tahap ini dikenal sebagai "*grounded theory research*".(Rukin, 2019)

B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota Mungkid dengan fokus kajian pada Peran

Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Bauran Promosi Dalam PPDB dengan waktu penelitian 11 Juni-11 Agustus 2024.

C. Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota Mungkid adalah sumber data primer. Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian yaitu kepala sekolah, Guru dan karyawan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Metode yang digunakan untuk memperoleh data primer adalah dengan wawancara dan observasi atau pengamatan. (Arikunto, 2006)

D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan instrumen yang penting dalam penelitian, data yang terkumpul akan dijadikan sebagai bahan analisis penelitian. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain yaitu:

a. Observasi

Observasi digunakan sebagai metode pengumpulan data dengan cara mengamati perilaku dalam situasi tertentu kemudian mencatat peristiwa yang diamati dengan sistematis dan memaknai peristiwa yang diamati (Ni'matuzahrih & Prasetyaningrum, 2018). Observasi dalam sebuah penelitian menjadi bagian terpenting yang dilakukan oleh

peneliti, sebab dalam observasi keadaan subjek maupun objek penelitian dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, observasi yang peneliti gunakan adalah observasi partisipasi pasif, dimana peneliti melakukan pengamatan langsung di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota Mungkid untuk melihat bagaimana peran manajemen kepemimpinan kepala sekolah dan bauran promosi PPDB di sekolah tersebut serta observasi bagaimana proses penerimaan PPDB. Teknik observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengamati dan memperoleh gambaran umum tentang SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMKS Ma'arif Kota Mungkid mengenai keadaan sekolah, tata guna dan letak bangunan, sarana, dan fasilitas sekolah.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan melakukan proses percakapan antara pewawancara dan narasumber dengan tujuan tertentu, dengan pedoman, dan biasa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu (Edi, 2016). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang dimulai dari isu penelitian (Hafni Sahir, 2022) . Setiap pertanyaan yang diajukan kepada narasumber tidaklah sama (fauzi et al., 2022).

Wawancara dilakukan secara langsung dengan kepala sekolah dan guru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota

Mungkid, dan panitia PPDB. Adapun yang diajukan dalam wawancara diantaranya manajemen kepemimpinan kepala sekolah dan bauran promosi yang dilakukan oleh sekolah tersebut. Selain itu, melakukan wawancara dengan sampel dari calon siswa baru. Adapun yang diajukan dalam wawancara tersebut adalah bauran promosi dan alasan memilih sekolah guna mendukung data hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak sekolah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan sebagai pendukung data dalam penelitian ini. Teknik ini digunakan ketika mengadakan penelitian yang bersumber pada tulisan baik itu berupa dokumen, angket dan sebagainya. dokumentasi merupakan salah satu teknik penting dalam suatu penelitian dengan mengumpulkan informasi yang telah ada ada pada lembaga terkait (Berliani et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menelaah dokumen seperti profil sekolah, jurnal guru, jurnal siswa, dan sarana prasarana serta data-data lain yang menurut peneliti sebagai pendukung penelitian.

E. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dilakukan agar data yang dikumpulkan valid dan sesuai dengan fakta yang terdapat di lapangan maka pengecekan keabsahan data dilakukan dengan cara-cara berikut:

1. Kredibilitas

Sebagai instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah penelitian sendiri, sehingga sangat dimungkinkan dalam pelaksanaan di lapangan terjadi kecondongan purbasangka (bias), untuk menghindari hal tersebut, data yang diperoleh perlu diuji kredibilitasnya (derajat kepercayaan) (fauzi et al., 2022). Pengecekan kredibilitas (derajat kepercayaan) data perlu dilakukan untuk membuktikan apakah yang diamati oleh peneliti benar-benar sesuai dengan apa yang sesungguhnya terjadi secara wajar di lapangan. Derajat kepercayaan data (keaslian data) dalam penelitian kualitatif digunakan untuk memenuhi kriteria (nilai) kebenaran yang bersifat emik, baik bagi Pembaca maupun subjek yang diteliti.

2. Transferabilitas

Transferabilitas atau keteralihan dalam penelitian kualitatif dapat dicapai dengan cara uraian rinci. Dalam kepentingan ini, peneliti berusaha melaporkan hasil penelitiannya secara rinci (Nasution, 2022). Uraian laporan di usahakan dapat mengungkapkan secara khusus segala sesuatu yang diperlukan oleh pembaca, agar para pembaca dapat memahami temuan-temuan yang diperoleh oleh penemuan itu sendiri.

F. Analisis Data

Data dalam penelitian kualitatif dianalisis melalui membaca dan *mereview* data (catatan observasi, transkrip wawancara) untuk mendeketksi tema-tema dan pola-pola yang muncul (Priadana, 2021). Data yang telah

diperoleh dianalisis selama proses pengumpulan data dilakukan sampai penelitian selesai dikerjakan Murni, 2017) . Pengumpulan dan analisi data dilakukan secara terpadu, artinya analisis telah dilakukan sejak di lapangan dengan penyusunan data atau bahan empiris menjadi pola-pola dan berbagai kategori secara tepat.

Bahan empiris yang terhimpun dianalisis dengan menggunakan tiga langkah analisis yaitu pengumpulan data, mengklarifikasikan data kedalam satuan-satuan yang sama, reduksi data yang tidak digunakan, menyajikan data dan menarik kesimpulan atau verifikasi data.

Adapun penjelasan dari langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang didapatkan di lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang detail. Laporan itu perlu direduksi, dipilih, dirangkum hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Jadi, laporan lapangan sebagai bahan yang disingkatkan, direduksi dan disusun secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dikendalikan. Data reduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk menggali kembali data yang diperoleh bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah menggelar data dalam sekumpulan informasi. Dengan cara ini diharapkan mempermudah pengambilan

kesimpulan, pengambilan verifikasi atau bisa melengkapi data yang masih kurang melalui data tambahan dan reduksi data.

Penyajian data penelitian kualitatif ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Menurut Miles dan Hubberman dalam (Sugiyono, 2013), dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Pengambilan Kesimpulan

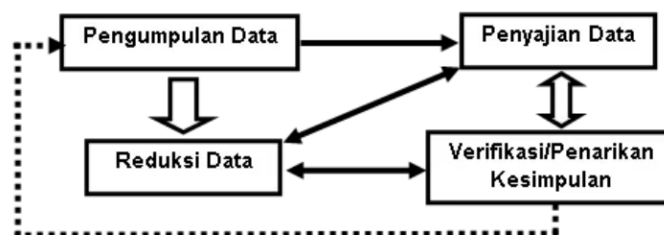
Dalam pengambilan kesimpulan peneliti harus memeriksa kembali langkah langkah yang telah di laksanakan dalam penelitian. Hal ini dalam rangka melihat keshaihan/validitas hasil penafsiran penelitian. (Suliswiyadi, 2015)

Pelaksanaan analisis data dalam penelitian ini dilaksanakan secara berangsur-angsur tanpa menunggu sampai data terkumpul semua. Proses analisis langsung dilaksanakan pada saat mendapatkan data, baik dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi. Dengan model analisis semacam ini peneliti tidak melakukan penafsiran dengan melakukan generalisasi ataupun dengan mencari suara terbanyak. Penafsiran dalam konteks ini ditujukan untuk memenuhi esensi atau hal-hal yang mendasar dari kenyataannya.

Analisis data kualitatif ini merupakan upaya terus menerus dan terjalin hubungan yang saling terkait antara kegiatan reduksi data serta

penarikan kesimpulan. Jika kesimpulannya diambil masih kurang, maka dilakukan pengumpulan data tambahan yang dianalisis melalui kegiatan yang sama.

Ilustrasi dari prosedur di atas adalah data di kumpulkan saat peneliti di lapangan, peneliti mengajukan pertanyaan baik itu terstruktur kepada informan. Jawaban dari informan tersebut diseleksi dan disederhanakan dalam catatan. Data-data tersebut selanjutnya disajikan untuk ditarik kesimpulan sementara. Langkah selanjutnya adalah kesimpulan tersebut diverifikasi untuk dapat disempurnakan sehingga mendapatkan kejelasan pemahaman tentang apa yang hendak diungkap dalam penelitian.



Gambar 2. 1 Alur Analisis Data

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan pada penelitian “Peran manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam bauran promosi PPDB di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma’arif Kota Mungkid adalah sebagai berikut.

1. Manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam pelaksanaan PPDB di dua SMK tersebut menggunakan beberapa tahapan yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Kepala sekolah melakukan sebuah perencanaan dalam pelaksanaan PPDB dengan membentuk kepanitiaan serta penyusunan strategi promosi, jadwal PPDB, kriteria calon siswa baru, dll. Selanjutnya kepala sekolah melakukan pengorganisasian dengan memberikan tugas dan tanggung jawab kepanitiaan PPDB dibuktikan dengan mengeluarkan SK kepanitiaan. Setelah itu, pelaksanaan dari perencanaan. Dalam pelaksanaan PPDB, SMK menerapkan dua cara yaitu melalui media *online* dan *offline*. Jika mendaftar melalui media *online* maka siswa dapat mengakses *website* masing-masing sekolah dan melakukan konfirmasi melalui via *whatsapp*. Sedangkan melalui *offline* maka calon siswa baru datang untuk mendaftar langsung ke sekolah.
2. SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma’arif Kota Mungkid menggunakan bauran promosi dalam mempromosikan PPDB. Bauran

promosi yang digunakan yaitu melakukan sosialisasi ke SMP/Mts ke beberapa sekolah pilihan, pemasangan spanduk di beberapa tempat strategis, dan penyebaran brosur. Selain itu, strategi promosi yang dilakukan dengan menggunakan media *online*. Memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp*, *instagram*, *youtube*, *facebook*, *twitter*, *tiktok*, dan *website* sekolah. Penggunaan media sosial dapat mempercepat tersampainya informasi yang diharapkan. Juga mempermudah calon peserta didik untuk menggali informasi tentang SMK. Selain promosi yang dilakukan, hal yang berpengaruh minat siswa untuk mendaftar sekolah adalah *brand image* sekolah yang bagus di masyarakat sekitar.

3. Peran manajemen kepemimpinan kepala sekolah dalam bauran promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota Mungkid terlaksana dengan baik. Dimana kepala sekolah menerapkan manajemen kepemimpinannya dalam pelaksanaan PPDB. Sehingga PPDB di dua sekolah tersebut dapat mencapai target dan sesuai dengan yang direncanakan.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan berdasarkan hasil temuan dilapangan terkait peran manajemen kepala sekolah dalam bauran promosi PPDB SMK Muhammadiyah Bandongan dan SMK Ma'arif Kota Mungkid terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan masukan. Berikut adalah saran peneliti.

1. Untuk kepala sekolah beserta tenaga pendidik lainnya untuk terus meningkatkan kualitas dari program sekolah, bukan hanya meningkatkan kuantitas siswa baru. Sehingga minat calon peserta didik dapat meningkat. Selain itu, perlu menjaga *image* sekolah di masyarakat dan penggunaan strategi promosi yang mengikuti arus perkembangan zaman.
2. Untuk peneliti selanjutnya supaya dapat menggunakan sumber dan referensi yang lebih banyak dan memperluas objek penelitian. Sehingga dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Amien, M. M. (2023). *Peran Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Smk Muhammadiyah Imogiri*. 2(1).
- Alamsyah, M. W., & Effendi, A. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Gondang Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3, 6011–6022.
- Amanar Mulia Akbar, J. (N.D.). *Pelaksanaan Rekrutmen Peserta Didik Di Madrasah* Tsanawiyah. <https://www.jurnal.staini.ac.id/index.php/edumanage>
- Amanda. (2021). Promosi Media Online (Media Sosial) Menjadi Solusi Terbaik Masa Pandemi. *Journal Of Advertising, Volume 1*(2), 1–9.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arista, H., Mariani, A., Sartika, D., Murni, D., & Harahap, E. K. (2023). Gaya Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Pembentukan Karakter Religius Peserta Didik (Input, Proses Dan Output). *Kharisma: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 2(1), 38–52. <https://doi.org/10.59373/kharisma.v2i1.13>
- Badriyah, S., & Supriyanto, S. (2024). Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru: Studi Kasus Min 7 Boyolali. *Islamika*, 6(1), 107–118. <https://doi.org/10.36088/islamika.v6i1.4150>
- Baru, D., Pratidina, G., & Alamsyah Kusumadinata, A. (2023). Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta. In *Karimah Tauhid* (Vol. 2, Issue 5).
- Berliani, T., Dagau Fkip, E., Palangka Raya, U., Kunci, K., Sekolah Perempuan, K., & Efektif, S. (2020). Kepemimpinan Kepala Sekolah Perempuan Pada Sekolah Swasta Efektif Di Kota Palangka Raya. *Equity In Education Journal (Eej)*, 2. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/eej>
- Edi, F. R. S. (2016). *Teori Wawancara Psikodignostik*. Leutika Prio.
- Eka Prihatin. (2021). *Teori Administrasi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Erlyana, Y. (2019). Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model View: Studi Kasus Keripik Maichih.

Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (Senada), 2, 302–308.

- Euis Karwati, & Donni Juni Priansa. (2013). *Kinerja Dan Profesionalisme Kepala Sekolah Membangun Sekolah Yang Bermutu*. Alfabeta.
- Farizal, A., Sulisworo, D., & Santosa, A. B. (2021). *Image Building Through Public Relation Management : A Case Study On Private Primary School In Bantul*. *International Journal Of Educational Management And Innovation*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.12928/Ijemi.V2i1.2248>
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Gde Satia Utama, A. A., Zonyfar, C., Nuraini, R., Silvi Purnia, D., Setyawati, I., Evi, T., Dian Handy Permana, S., & Susila Sumartiningsih, M. (2022). *Metodologi Penelitian*. Cv. Pena Persada.
- Fauzi, I., & Kartiko, A. (2023). Pengaruh Promosi An Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Madrasah. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 242–251. <https://doi.org/10.31538/Munaddhomah.V4i2.435>
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.). Kbm Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Halimah Sma Pasundan, D., & Undang Juju, B. (2016). *Marketing Strategy To Improve Students And Graduates Quality*. 15(2), 89–102.
- Hanim, Z., & Wazir, A. (N.D.). *Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Efektivitas Kerja Guru Di Smp Kabupaten Kutai Timur*.
- Hapudin, M. S., & Praja, A. K. A. (2022). *Kepemimpinan Pendidikan Konsep Dan Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan*. Cahaya Harapan.
- Harahap, Z. M. R., & Wantini, W. (2021a). Manajemen Sekolah Dalam Penerimaan Siswa Baru Terhadap Kesiapan Guru Dalam Mendidik Di Sd Lembah Binubu. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(01), 132. <https://doi.org/10.30868/Im.V4i01.882>
- Harahap, Z. M. R., & Wantini, W. (2021b). Manajemen Sekolah Dalam Penerimaan Siswa Baru Terhadap Kesiapan Guru Dalam Mendidik Di Sd Lembah Binubu. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(01), 132. <https://doi.org/10.30868/Im.V4i01.882>
- Hariyanto, D. (2019). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).

- Imron, & Al-Rosyid, M. (2021). Manajemen Pendidik Masa Pandemi Di Smp Ahmad Dahlan Sukoharjo. *Seminar Nasional*, 21, 59214.
- Indajang, K., Sherley, & Halim, F. (2021). *Principal Leadership Contribution And Teacher Competence In Improving Teacher Performance. Journal Of Educational Research And Evaluation* , 5(3), 473–479.
- Istriyani, W., & Satyarini, M. D. (2021a). Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smk Sultan Trenggono Gunungpati Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 2(1), 38. <https://doi.org/10.31331/Jeee.V2i1.1677>
- Istriyani, W., & Satyarini, M. D. (2021b). Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smk Sultan Trenggono Gunungpati Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 2(1), 38. <https://doi.org/10.31331/Jeee.V2i1.1677>
- Iswanto, J., & Kusmaningtyas, A. (2019). *Strategic Management Of Education To Enhance Environmental-Oriented Competitiveness On Industrial 4.0. Business And Accounting Research (Ijebar) Peer Reviewed-International Journal*, 3.
- Maisah. (2013). *Manajemen Pendidikan*. Referensi.
- Maolana, I., Darmayanti, A., & Abidin, J. (2023). Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah Yang Efektif Dalam Meningkatkan Kualitas Guru Di Lembaga Pendidikan Islam. *Journal Of Social Sceince Research*, 3(4), 83–94. <https://j-innovative.org/index.php/innovative>
- Mariana, D. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Efektivitas Sekolah Penggerak Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10228–10233. <https://blog.kejarcita.id/tentang-program-sekolah-penggerak>
- Mas, S. R., & Zulystiawati, Z. (2022). *Learning Leadership In The Implementation Of Independent Learning In Effective Schools. Jurnal Pedagogi Dan Pembelajaran*, 5(3), 384–393. <https://doi.org/10.23887/Jp2.V5i3.43390>
- Megalia, -, Sumarwan, U., & Saptono, I. T. (2021). Analisis Strategi Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Restoran Xyz. *Manajemen Ikm: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 161. <https://doi.org/10.29244/Mikm.12.2.161-169>
- Murni, W. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Uin.
- Musaddad, A. (2020). Kepemimpinan Kepala Sekolah Perspektif Teori Kepemimpinan Perilaku (Studi Kasus Di Sebuah Sekolah Menengah

- Kejuruan (Smk) Swasta Kabupaten Situbondo). *Nusantara Journal Of Islamic Studies*, 1(1).
[Http://Ejournal.Kopertais4.Or.Id/Tapalkuda/Index.Php/Njis/Index](http://Ejournal.Kopertais4.Or.Id/Tapalkuda/Index.Php/Njis/Index)
- Nabila. (2021). Tujuan Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(5).
- Nanang Fattah. (2013). *Landasan Manajemen Pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, E. S. (2022). *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kualitatif*.
- Ni'matuzahrih, & Prasetyaningrum, S. (2018). *Observasi Teori Dan Aplikasi Dalam Psikologi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nindie, A. (2022a). *Leadership Management Of School Principles: A Case Study Of Public Elementary Schools In Bogor Regency*. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 2(1).
- Nindie, A. (2022b). *Leadership Management Of School Principles: A Case Study Of Public Elementary Schools In Bogor Regency*. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 2(1).
- Pangestika, R., Amilda, A., & Astuti, M. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 98–111.
[Https://Doi.Org/10.31538/Munaddhomah.V5i1.759](https://doi.org/10.31538/Munaddhomah.V5i1.759)
- Permana, R., & Bhayangkara, P. (2020). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Siswa-Siswi Sekolah Menengah Atas Yang Belajar Di Bimbingan Belajar Airlangga Kepanjen)*. 42(1), 95–101.
- Philip Kotler, G. A. (2015). *Principles Of Marketing* (Berilustra). Pearson.
- Priadana, S. (2021). *Metode-Penelitian-Kuantitatif*.
- Purwanto, M. B. (2021). Kepemimpinan Kepala Sekolah Yang Efektif Di Sman Negeri Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 5(1), 1–9. [Http://Journal.Stkipnurulhuda.Ac.Id/Index.Php/Utility](http://Journal.Stkipnurulhuda.Ac.Id/Index.Php/Utility)
- Raintung, M. Ch., & Rondonuwu, C. N. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Promosi Produk Speedy Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Pada Pt. Telkom Indonesia, Kantor Daerah Telkom (Kandatel) Manado. *Jurnal Emba*, 4(4), 1132–1143.
- Ramadhani Ansar, N., & Wahed, A. (N.D.). *Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online Di Smk Negeri 6 Makassar*.

- Ramadhani Ansar, N., & Wahed, A. (2019). *Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online Di Smk Negeri 6 Makassar*.
- Rasyad Al Fajar, M., & Ifantri, I. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah. *J-Esa (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 4(1), 77–95. <https://doi.org/10.52266/Jesa.V4i1.747>
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 6–7.
- Sugiarto, E. (2015). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif Skripsi Dan Tesis*. Suaka Media.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.
- Sujari. (2022). Manajemen Kepala Sekolah Dalam Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb). *Al-Miskawaih: Journal Of Science Education*, 1(1), 1–26. <https://doi.org/10.56436/Mijose.V1i1.82>
- Suliswiyadi, M. A. (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan*.
- Sultoniya, M. F., Rukajat, A., & Ramadhani, K. (2022a). Manajemen Kepala Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb) Di Smpit Istiqomah Global School Karawang Tahun Pelajaran 2022/2023. *As-Sabiqun*, 4(3), 527–547. <https://doi.org/10.36088/Assabiqun.V4i3.1929>
- Sultoniya, M. F., Rukajat, A., & Ramadhani, K. (2022b). Manajemen Kepala Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb) Di Smpit Istiqomah Global School Karawang Tahun Pelajaran 2022/2023. *As-Sabiqun*, 4(3), 527–547. <https://doi.org/10.36088/Assabiqun.V4i3.1929>
- Suryosubroto. (2015). *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*. Rineka Cipta.
- Wahjono, S. I. (2018). *Pengantar Bisnis* (Jakarta). Kencana.
- Wahjosumidjo. (2017). *Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Raja Grafindo.
- Wardani, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Zeng, J., Chen, Y., & Zheng, Y. (2024). *Designing The Multimedia System For Improving Promotion Of College Students' Psychological Capital*. *Heliyon*, 10(3). <https://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2024.E25362>