

**MANAJEMEN STRATEGI SEKOLAH DALAM PROMOSI PENERIMAAN
PESERTA DIDIK BARU DI SEKOLAH DASAR**

Ria Sari¹, Nurhasanah², Erjati Abas³, Subandi⁴
^{1,2,3,4}Universitas Islan Negeri Reden Intan Lampung
¹riasariribuan@gmail.com, ²nurhasanahbaru2810@gmail.com,
³erjati@radenintan.ac.id, ⁴subandi@radenintan.ac.id

ABSTRACT

This study aims to describe the school's strategic management in the promotion of new student admissions in elementary schools. This research is a descriptive field research, which was conducted at SD Negeri 1 Sendang Agung, Bandar Mataram District, Central Lampung Regency, Lampung Province, in the odd semester of the 2023/2024 school year. Primary sources include interviews with the principal, teachers, staff and parents of students. Secondary data researchers get from books and articles and literature reviews related to the research title. Data collection techniques using interviews and literature studies. Data analysis techniques with data reduction, data presentation, and conclusions. Data validity test using source triangulation. The results of the study found that strategic management at SD Negeri 1 Sindang Agung school has been successful in designing and implementing new student admission promotion strategies, in identifying, facing, and overcoming challenges and obstacles in new student admission promotion efforts, this conclusion provides guidance for schools to improve the effectiveness of new student admission promotion and achieve their strategic goals, and that school strategic management at SD Negeri 1 Sendang Agung has succeeded in creating a positive impact on school reputation through new student admission promotion strategies.

Keywords: Management, Learners, Admission Promotion, School Strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen strategi sekolah dalam promosi penerimaan peserta didik baru di sekolah dasar. Penelitian ini merupakan jenis penelitian field reseach bersifat deskriptif, yang dilakukan di SD Negeri 1 Sendang Agung Kecamatan Bandar Mataram Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung, pada semester ganjil tahun ajaran 2023/2024. Sumber primer meliputi wawancara kepada kepala sekolah dewan guru staf dan orang tua peserta didik. Data sekunder peneliti dapatkan dari buku-buku dan artikel serta kajian literatur yang berkaitan dengan judul penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara Dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian memperoleh bahwa manajemen strategi di sekolah SD Negeri 1 Sindang Agung telah berhasil dalam rancang dan melaksanakan strategi promosi penerimaan peserta didik baru, dalam mengidentifikasi, menghadapi, dan mengatasi tantangan serta hambatan dalam upaya promosi penerimaan peserta didik baru, kesimpulan ini memberikan panduan bagi sekolah untuk meningkatkan efektivitas promosi penerimaan peserta didik baru dan mencapai tujuan strateginya, dan bahwa manajemen strategi sekolah di SD

Negeri 1 Sendang Agung telah berhasil menciptakan dampak positif terhadap reputasi sekolah Melalui strategi promosi penerimaan peserta didik baru.

Kata Kunci: Manajemen, Peserta Didik, Promosi Penerimaan, Strategi Sekolah.

A. Pendahuluan

Pendidikan dasar merupakan tahap awal yang sangat penting dalam pembentukan karakter dan perkembangan potensi peserta didik (Abdullah, 2017). SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram, sebagai lembaga pendidikan di tingkat dasar, memiliki tanggung jawab besar untuk memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas dan memastikan bahwa jumlah peserta didik baru yang diterima setiap tahunnya mencukupi. Pada era digital dan kompetitif seperti saat ini, strategi promosi penerimaan peserta didik baru menjadi aspek krusial dalam menjaga dan meningkatkan jumlah pendaftar (Isnaini, 2021). Dalam konteks tersebut, manajemen strategi sekolah menjadi elemen utama untuk mengatasi berbagai tantangan yang mungkin dihadapi oleh SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjelaskan latar belakang dari kebutuhan akan manajemen strategi sekolah dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

Sekolah sebagai lembaga formal yang tidak pernah lepas dari pengaruh lingkungan dan masyarakat, pihak sekolah sudah sepantasnya mulai memahami bahwa sekolah tidak bisa berjalan tanpa adanya dukungan dan kepercayaan dari masyarakat (Zachrofi et al., 2021). Sistem komunikasi yang baik akan menjadi penghubung antara sekolah dengan

masyarakat (Daini, 2021). Peran humas sangat dibutuhkan untuk membentuk komunikasi yang baik dengan masyarakat sehingga citra baik lembaga akan ikut terbentuk. Pelaksanaan peran humas tersebut diperlukan strategi yang matang sehingga tidak hanya baik secara teori tapi dalam pelaksanaannya pun bisa maksimal (Habibah & Mahmudah, 2022).

Tugas lembaga pendidikan tidak cukup sampai pada hubungan yang baik serta pelayanan yang baik akan tetapi bagaimana hubungan lembaga dengan masyarakat tersebut tidak meregang, artinya kepercayaan yang telah diberikan masyarakat terhadap lembaga tidak terkikis sehingga diharapkan mampu menciptakan dan mengembangkan pandangan masyarakat terhadap perkembangan sebuah lembaga pendidikan (Fuji Puspita Damayanti, 2021). Lembaga pendidikan baik Negeri maupun Swasta beserta dengan kualitas masing-masing bersaing dalam pasaran pendidikan dalam menawarkan jasa pendidikan, tanpa adanya manajemen yang baik dari lembaga pendidikan tersebut akan sulit untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia pendidikan, untuk itu dibutuhkan strategi yang matang dalam penyelenggaraannya, Strategi menurut istilah merupakan rencana yang mengandung cara komprehensif dan integratif yang dapat dijadikan

pegangan untuk bekerja, berjuang dan berbuat guna memenangkan kompetisi Rosadi Ruslan mengutip pendapat Ahmad S. Adnanputra, M. A., M.S., seorang Pakar Humas dalam naskah workshop yang berjudul PR Strategy, mengatakan

Arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar manajemen. Strategi manajemen humas adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan public relations dalam kerangka suatu rencana public relations (Ruslan, 2007).

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa strategi hubungan masyarakat pada dasarnya adalah sebuah perencanaan yang bersifat besar, luas dan terintegrasi serta berorientasi masa depan sehingga sangat berpengaruh bagi kemajuan organisasi dengan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal untuk meraih tujuan lembaga pendidikan.

Sekolah atau lembaga yang mengedepankan budi pekerti yang baik untuk menggandeng masyarakat tentunya masyarakat akan dengan suka rela memberikan apa yang menjadi kebutuhan sekolah dari masyarakat. Bentuk kerjasama yang terjalin akan berhasil apabila didasari oleh budi pekerti yang baik (Andi, 2018). Salah satu langkah dalam membentuk budi pekerti yang baik adalah dengan menjalin komunikasi antara lembaga dengan publik,

sehingga dapat meminimalkan kemungkinan terjadi kesenjangan akibat kurangnya komunikasi antara lembaga dengan publik (Resti, 2023). Hubungan kerja sama sekolah dan masyarakat menurut M. Ngalim dalam (Muspawi & Rindhi, 2019) dapat digolongkan menjadi tiga jenis hubungan, yaitu (1) hubungan edukatif, (2) hubungan kultural, (3) hubungan institusional.

Dalam masyarakat yang semakin berkembang, banyak sekolah menawarkan berbagai program unggulan dan fasilitas yang menarik bagi calon peserta didik (Sutoro, 2022). Persaingan yang ketat antar-sekolah mengharuskan SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram untuk memiliki strategi yang efektif agar mampu menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Masyarakat cenderung mengalami perubahan preferensi dan kebutuhan dalam hal pendidikan. SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram perlu memahami dinamika ini dan meresponnya dengan menyesuaikan strategi promosi agar tetap relevan dan memenuhi harapan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan dampak signifikan terhadap cara informasi disampaikan dan diterima (Juwita et al., 2021). Penggunaan media sosial, situs web sekolah, atau aplikasi pendidikan dapat menjadi sarana efektif untuk mempromosikan SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram. Oleh karena itu, manajemen strategi sekolah harus mampu memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar

Mataram memiliki komitmen untuk meningkatkan mutu pendidikan. Strategi promosi penerimaan peserta didik baru tidak hanya bertujuan untuk menarik jumlah pendaftar, tetapi juga untuk menunjukkan keunggulan dan keberhasilan sekolah dalam memberikan pendidikan berkualitas.

Dalam era partisipasi orang tua yang semakin ditekankan, manajemen strategi sekolah harus memperhatikan keterlibatan orang tua dalam proses pendidikan anak-anak mereka. Promosi yang efektif harus mencakup informasi yang relevan dan mengajak keterlibatan aktif orang tua. Dengan memahami latar belakang ini, penelitian mengenai manajemen strategi sekolah dalam promosi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi yang efektif untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pendaftar serta memenuhi ekspektasi masyarakat terhadap pendidikan di sekolah tersebut.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field reseach*. bersifat deskriptif (J. Moeleong, 2014). Penelitian ini dilaksanakan di SD Negeri 1 Sendang Agung, Kec. Bandar Mataram, Kab. Lampung Tengah, Prov. Lampung., pada semester ganjil Tahun Ajaran 2023/2024. Sumber primer pada penelitian ini yaitu: wawancara/*interview*, Kepala Sekolah, dewan guru, Staf dan orang

tua peserta didik SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram. Data sekunder peneliti dapatkan pada buku-buku yang membahas topik yang berkaitan langsung atau pun tidak dengan judul dan pokok pembahasan kajian ini namun mempunyai keterkaitan pada sebab akibat yang akan dikaji (Sugiyono, 2008).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melaksanakan wawancara, irforman tersebut diantaranya Kepala Sekolah, Guru SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram, dan orang tua dari peserta didik SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram. Selanjutnya menggunakan studi kepustakaan dalam hal ini penelekti mencari beberapa sumber seperti artikel dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan (Miles et al., 2014). Teknik penjamin keabsahan data penelitian dengan metode Triangulasi sumber (J. Moeleong, 2014) yaitu peneliti membandingkan hasil wawancara dari informan 1 ke informan yang lainnya serta dikolaborasikan dengan beberapa data yang berkaitan dengan penelitian, tujuannya supaya diperoleh keadsahan data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Lembaga pendidikan dalam meningkatkan kualitasnya tentu banyak yang harus diperhatikan, baik dari pendidik dan tenaga kependidikan, sarana dan prasarana dalam menunjang proses pendidikan, siswa siswi termasuk hubungan

sekolah dengan masyarakat atau publik. Apabila semua unsur dalam bidang pendidikan dapat bekerja sama dalam melaksanakan tugasnya dengan baik tentu kualitas lembaga pendidikan akan semakin baik. Dalam melaksanakan peran dan tugasnya bagian dalam bidang pendidikan diperlukan strategi yang tepat sehingga kualitas lembaga pendidikan dan keberlangsungan proses pendidikan dapat berjalan dengan semestinya sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Berdasarkan hasil penelitian tentang Manajemen strategi sekolah dalam promosi penerimaan peserta didik baru yang terdapat di SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram terkait dengan strategi bagian Manajemen dalam promosi penerimaan peserta didik bagian Manajemen mampu melaksanakan peran dan tugasnya sehingga promosi penerimaan peserta didik dapat berjalan dengan baik dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah peserta didik dalam 2 tahun terakhir. Tentunya dengan dukungan dari warga sekolah yang lain. Hal ini dilatarbelakangi oleh terjalinnya hubungan internal yang baik, komunikasi yang baik antar semua pihak internal sekolah, guru dengan guru, guru dengan staf, staf dengan siswa dan siswa dengan guru tercipta hubungan yang baik, sehingga mendukung terbentuknya hubungan eksternal yang baik.

Hubungan komunikasi yang baik menjadikan SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram semakin berkembang. Baik hubungan internal lembaga maupun hubungan eksternal seperti hubungan dengan komite sekolah, wali murid, para ulama dan masyarakat sekitar juga terjalin dengan baik, hal tersebut dapat dilihat dari dukungan masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh

sekolah serta kerja sama yang terjalin dengan berbagai pihak. Strategi humas dalam promosi penerimaan peserta didik di SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram secara umum sudah terlaksana dengan baik dengan didukung oleh iklim organisasi dan tersedianya sarana dan prasarana serta dana yang memadai, dapat dilihat dengan adanya peningkatan jumlah peserta didik dalam dua tahun terakhir. Akan tetapi apabila ditelaah secara khusus tentunya terdapat kekurangan baik dari rancangan program, perencanaan strategi maupun pelaksanaan kegiatan tersebut, beberapa hal terkait kendala strategi humas dalam promosi penerimaan peserta didik di SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram.

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan ada beberapa kendala lain yang dihadapi Guru Bagian Humas SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram, diantaranya Kelembaman struktural, kurang maksimal dalam pelaksanaan promosi pada sasaran yang telah ditentukan, serta persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain dalam mendapatkan pelanggan pendidikan. Beberapa upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut diantaranya dengan melaksanakan pergantian jabatan kepemimpinan, hal tersebut tidak dilakukan secara langsung akan tetapi sebelumnya perlu persiapan membentuk generasi penerus yang diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi lembaga pendidikan.

Upaya selanjutnya dengan memberikan bimbingan dan motivasi khususnya dari kepala sekolah. Kegagalan pada program sebelumnya seharusnya menjadi landasan perbaikan untuk kedepannya, dengan pengarahan dalam rapat, pelatihan dan bimbingan serta motivasi mampu

membentuk membentuk kepercayaan diri sehingga dapat memaksimalkan kemampuan diri dalam melaksanakan promosi penerimaan peserta didik dengan lebih baik. Persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain dalam menda-patkan pelanggan pendidikan. Upaya yang dilakukan dengan merencanakan strategi pemasaran yang lebih baik sehingga mampu menarik minat pelanggan pendidikan terhadap SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram tentunya hal tersebut akan membawa pengaruh positif dalam promosi penerimaan peserta didik.

Analisis Keberhasilan Strategi Promosi Manajemen Strategi Sekolah dalam Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram

Penelitian ini menghasilkan data yang menunjukkan keberhasilan berbagai strategi promosi yang diterapkan oleh manajemen strategi sekolah di SD Negeri 1 Sendang Agung. Strategi yang melibatkan pemanfaatan media sosial, situs web sekolah, kegiatan open house, brosur, dan kerjasama dengan pihak terkait telah memberikan dampak positif terhadap penerimaan peserta didik baru. Evaluasi efektivitas dilakukan dengan menganalisis data partisipasi dalam kegiatan open house, peningkatan jumlah pendaftar baru, dan umpan balik positif dari masyarakat. Hal ini memberikan gambaran konkret tentang sejauh mana setiap strategi promosi memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan penerimaan peserta didik baru. Data analisis respon masyarakat dan calon peserta didik memberikan wawasan tentang bagaimana strategi promosi dipahami dan diterima oleh target audiens. Persepsi positif, tingginya minat, dan

dukungan dari masyarakat dapat dianggap sebagai indikator keberhasilan strategi promosi.

Kreativitas dalam penyampaian informasi, konsistensi dalam pelaksanaan kegiatan promosi, dan ketepatan sasaran dalam memilih saluran komunikasi menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan strategi. Hal ini dapat mencakup keterbatasan anggaran, persaingan dengan sekolah lain, atau perubahan tren preferensi masyarakat. Pemahaman mendalam terhadap hambatan ini memungkinkan pengembangan strategi yang lebih adaptif dan responsif.

Keberhasilan strategi-promosi dapat menjadi landasan untuk mengidentifikasi pola dan praktik terbaik yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Di sisi lain, tantangan dan hambatan dapat merangsang manajemen sekolah untuk mengembangkan strategi mitigasi yang lebih efektif. Rekomendasi ini dapat mencakup peningkatan koordinasi tim promosi, peningkatan pemanfaatan teknologi informasi, atau pengembangan program pelatihan untuk staf terkait promosi. Dengan demikian, manajemen sekolah dapat terus meningkatkan keberhasilan strategi-promosi mereka.

Analisis Tantangan dan Hambatan yang Dihadapi dalam Manajemen Strategi Sekolah dalam Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Negeri 1 Sendang Agung Bandar Mataram

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh manajemen strategi sekolah dalam upaya promosi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 1 Sendang Agung. Tantangan tersebut dapat mencakup keterbatasan anggaran, persaingan

dengan sekolah lain, perubahan tren preferensi masyarakat, dan kendala infrastruktur. Dalam menganalisis dampak tantangan dan hambatan, penelitian mendokumentasikan bagaimana setiap faktor tersebut dapat mempengaruhi efektivitas strategi-promosi dan penerimaan peserta didik baru. Misalnya, keterbatasan anggaran dapat membatasi akses ke saluran promosi yang lebih mahal atau berpengaruh pada kualitas materi promosi. Data mengenai respon dan penyesuaian manajemen sekolah terhadap tantangan dan hambatan juga diidentifikasi. Ini mencakup strategi mitigasi yang diterapkan, perubahan dalam alokasi anggaran, atau kerjasama dengan pihak eksternal untuk mengatasi kendala infrastruktur.

Pemahaman mendalam terhadap keterbatasan anggaran memungkinkan manajemen sekolah untuk mencari solusi kreatif, seperti mendiversifikasi sumber pendanaan atau mengoptimalkan penggunaan anggaran yang tersedia. Diskusi tentang strategi yang dapat membedakan SD Negeri 1 Sendang Agung dari pesaingnya, serta penyesuaian terhadap perubahan tren dan kebutuhan masyarakat, dapat menjadi pokok pembahasan.

Pembahasan mengevaluasi implikasi dari tantangan dan hambatan terhadap efektivitas promosi dan penerimaan peserta didik baru. Pemahaman dampak ini memberikan wawasan tentang sejauh mana sekolah mampu menjaga daya tariknya di tengah kendala-kendala yang dihadapi. Diskusi mengenai strategi mitigasi dan penyesuaian

yang diimplementasikan oleh manajemen sekolah menjadi bagian integral dari pembahasan. Ini melibatkan langkah-langkah konkret yang diambil untuk mengatasi tantangan dan hambatan, serta penilaian terhadap keefektifan langkah-langkah tersebut. Pembahasan mengarah pada rekomendasi untuk masa depan, yang melibatkan saran-saran konstruktif untuk meningkatkan manajemen strategi sekolah dalam menghadapi tantangan dan hambatan. Rekomendasi ini mencakup aspek-aspek seperti perbaikan dalam perencanaan anggaran, peningkatan kolaborasi dengan pihak eksternal, atau pengembangan strategi alternatif yang lebih adaptif.

Analisis Rekomendasi dan Pengembangan Strategi dalam Manajemen Strategi Sekolah dalam Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Negeri 1 Sendang Agung

Penelitian ini menghasilkan identifikasi sejumlah rekomendasi untuk pengembangan strategi dalam manajemen strategi sekolah, khususnya dalam konteks promosi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 1 Sendang Agung. Rekomendasi ini melibatkan berbagai aspek, termasuk peningkatan penggunaan teknologi informasi, perbaikan dalam perencanaan anggaran, peningkatan kolaborasi dengan pihak eksternal, dan inovasi dalam strategi promosi. Pembahasan dilakukan untuk menganalisis sejauh mana rekomendasi-rekomendasi tersebut dapat dijalankan secara

berkelanjutan dan efektif. Pertimbangan terhadap faktor-faktor seperti ketersediaan sumber daya, kesiapan sekolah untuk beradaptasi, dan dampak potensial terhadap efektivitas promosi dan penerimaan peserta didik baru diulas secara mendalam. Pembahasan juga mencakup integrasi rekomendasi dengan tujuan dan visi sekolah. Sejauh mana rekomendasi tersebut dapat mendukung pencapaian tujuan jangka panjang dan meningkatkan citra serta reputasi SD Negeri 1 Sendang Agung menjadi elemen penting dalam pembahasan.

Pembahasan memperkuat keterhubungan antara rekomendasi yang diajukan dengan tantangan dan hambatan yang diidentifikasi sebelumnya. Misalnya, jika salah satu tantangan adalah keterbatasan anggaran, pembahasan akan menyoroti bagaimana rekomendasi perbaikan dalam perencanaan anggaran dapat menjadi solusi yang tepat. Analisis prioritas dan urgensi dilakukan untuk memahami mana rekomendasi yang memiliki dampak paling signifikan dan perlu diimplementasikan dengan cepat. Pemahaman ini memungkinkan manajemen sekolah untuk fokus pada langkah-langkah yang mendesak dan strategis.

Pembahasan mencakup evaluasi kesiapan sekolah dalam mengimplementasikan rekomendasi. Hal ini melibatkan aspek-aspek seperti kapasitas sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, dan komitmen pihak terkait untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan implementasi.

Pembahasan melibatkan identifikasi tanggung jawab berbagai stakeholder, termasuk pihak sekolah, orang tua, dan pihak terkait lainnya, dalam pengembangan strategi ini. Ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengembangan strategi menjadi upaya kolaboratif yang melibatkan semua pihak terkait.

Analisis Dampak Positif Terhadap Reputasi Sekolah dalam Manajemen Strategi Sekolah dalam Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Negeri 1 Sendang Agung

Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen strategi sekolah di SD Negeri 1 Sendang Agung mampu meningkatkan citra dan reputasi sekolah melalui strategi promosi yang efektif. Data menunjukkan adanya peningkatan positif dalam persepsi masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah. Hasil penelitian mencatat partisipasi yang tinggi dari masyarakat dalam kegiatan promosi, seperti open house, seminar pendidikan, dan kunjungan sekolah. Ini mencerminkan ketertarikan dan dukungan masyarakat terhadap upaya sekolah dalam mempromosikan diri. Data statistik menunjukkan peningkatan jumlah pendaftar baru setelah implementasi strategi promosi. Hal ini menandakan bahwa upaya manajemen strategi sekolah memiliki dampak langsung terhadap meningkatnya minat calon peserta didik untuk bergabung dengan SD Negeri 1 Sendang Agung.

Peningkatan citra dan reputasi sekolah menciptakan dampak positif

terhadap kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Masyarakat lebih cenderung memilih sekolah yang dianggap memiliki reputasi baik. Sekolah yang berhasil meningkatkan reputasinya cenderung menjadi lebih menarik bagi orang tua yang sedang mencari tempat pendidikan untuk anak-anak mereka. Ini dapat menciptakan daya tarik yang lebih besar dalam persaingan penerimaan peserta didik baru.

Reputasi yang baik dapat menarik peserta didik yang memiliki motivasi tinggi dan dukungan keluarga yang baik. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas siswa di SD Negeri 1 Sendang Agung. Peningkatan reputasi sekolah dapat menciptakan hubungan yang lebih positif dengan pihak eksternal, termasuk lembaga pendidikan terkait, pemerintah, dan mitra industri. Ini dapat membuka peluang kerjasama yang lebih baik dan mendukung pengembangan sekolah.

D. Kesimpulan

Melalui hasil dan pembahasan ini, dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen strategi sekolah di SD Negeri 1 Sendang Agung telah berhasil dalam merancang dan melaksanakan strategi promosi penerimaan peserta didik baru, selanjutnya mengenai sejauh mana manajemen strategi sekolah di SD Negeri 1 Sendang Agung mampu mengidentifikasi, menghadapi, dan mengatasi tantangan dan hambatan dalam upaya promosi penerimaan peserta didik baru, selanjutnya

mengenai arah pengembangan strategi dalam manajemen strategi sekolah di SD Negeri 1 Sendang Agung. Kesimpulan ini memberikan panduan bagi sekolah untuk meningkatkan efektivitas promosi penerimaan peserta didik baru dan mencapai tujuan strategisnya, dan bahwa manajemen strategi sekolah di SD Negeri 1 Sendang Agung telah berhasil menciptakan dampak positif terhadap reputasi sekolah melalui strategi promosi penerimaan peserta didik baru. Implikasinya mencakup: 1) Penguatan Posisi Kompetitif: Dengan reputasi yang meningkat, SD Negeri 1 Sendang Agung dapat memperkuat posisinya dalam persaingan antar-sekolah dan menjadi pilihan utama bagi orang tua dan calon peserta didik. 2) Peningkatan Kualitas Pendidikan: Reputasi yang baik dapat mendukung peningkatan kualitas pendidikan dengan menarik peserta didik berpotensi tinggi dan membangun hubungan positif dengan stakeholder. Dan 3) Peluang Pengembangan Lebih Lanjut: Dampak positif terhadap reputasi sekolah membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut, termasuk peningkatan fasilitas, peningkatan kualitas tenaga pendidik, dan pengembangan program pendidikan unggulan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. (2017). Pendekatan Dan Model Pembelajaran Yang Mengaktifkan Siswa. *Edureligia: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), Article 1.

- <https://doi.org/10.33650/Edur eligia.V1i2.45>
- Andi, R. N. (2018). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat Di Smk Negeri 2 Ponorogo* [Masters, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/11142/>
- Daini, F. M. (2021). *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus Di Man 1 Kabupaten Madiun)* [Diploma, lain Ponorogo]. <https://etheses.lainponorogo.ac.id/14894/>
- Fujy Puspita Damayanti, -. (2021). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Dan Loyalitas Konsumen Pendidikan (Studi Kasus Di Sd Plus 2 Al-Muhajirin Purwakarta)* [Masters, Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu>
- Habibah, A. F., & Mahmudah, F. N. (2022). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di Sma Muhammadiyah 5 Yogyakarta. *Edugama: Jurnal Kependidikan Dan Sosial Keagamaan*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.32923/Edugama.V8i1.2666>
- Isnaini, I. (2021). Belajar Sepanjang Hayat Dalam Perspektif Hadits (Analisis Kualitas Hadits). *Inspirasi (Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam)*, 4(2), Article 2.
- J. Moeleong, Lexy. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pt Remaja Rosdakarya.
- Juwita, Puspita, V., & Meldayanti. (2021). Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Murid Di Mts Al-Hidayah Bakke. *Jurnal Mappesona*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.30863/Mappesona.V4i2.2487>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (Third Edition). Sage Publications, Inc.
- Muspawi, M., & Rindhi, G. (2019). Sosialisasi Penerimaan

- Peserta Didik Baru Dengan Pendekatan Manajemen Humas. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 19(3), Article 3. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v19i3.768>
- Resti, A. C. (2023). *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru (Studi Kasus Di Mi Al-Amin Dempelan Madiun [Diploma, Iain Ponorogo]*. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/22850/>
- Ruslan, R. (2007). *Etika Kehumasan Konsepsi Dan Aplikasi* (Cet. 4). Grafindo Persada. <http://library.stik-ptik.ac.id>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutoro, O. R. (2022). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Di Smp Muhammdiyah 5 Yogyakarta. *Jurnal Tawadhu*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.52802/twd.v6i1.306>
- Zachrofi, S. S., Fatimah, T., & Munthe, W. (2021). Strategi Manajemen Humas Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru: (Studi Kasus Di Mtss Al-Washliyah Simpang Marbau, Labuhanbatu Utara). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.56832/edu.v1i2.101>