

**ANALISIS STRATEGI
MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK
DI SMK BATIK SAKTI 2 KEBUMEN
JAWA TENGAH**

Tesis

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh :
KHAERUL HIDAYAT
161103165

Kepada

**MAGISTER MANAJEMEN
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
2018**

**ANALISIS STRATEGI
MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK
DI SMK BATIK SAKTI 2 KEBUMEN
JAWA TENGAH**

Tesis

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh :

KHAERUL HIDAYAT

161103165

Kepada

**MAGISTER MANAJEMEN
STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI
MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK
DI SMK BATIK SAKTI 2 KEBUMEN
JAWA TENGAH

KHAERUL HIDAYAT
161103165

Tanggal :

Telah disetujui untuk ujian tesis

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. John Soeprihanto, MIM Phd.

Dra Uswatun Chasanah, Msi.

MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA
Jalan Lowano Yogyakarta

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : Khaerul Hidayat

NIM : 161103165

Kebidangan : Pemasaran

Menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Magister) baik di STIE Widya Wiwaha maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan Dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku.

Yogyakarta, Maret 2018

Yang menyatakan

Khaerul Hidayat
NIM. 161103165

ABSTRACT

Khaerul hidayat, Thesis Writer with the title "Strategy Analysis Increase Number of Students in SMK Batik Sakti 2 Kebumen.

The background in this research is the increase of the number of students in SMK Batik Sakti 2 Kebumen still not in accordance with the target set so that the existence of marketing strategy of this institution.

The focus of this study is to identify the factors that cause the target number of students has not been achieved, analyzing the strategy that have been done by SMK Batik Sakti 2 Kebumen and floating strategy to increase the number of learners.

This research is included into the type of descriptive qualitative research. Data were obtained by using interview method, observation and document study.

The results of the research provide information that SMK Sakti 2 Kebumen has not become brand in Kebumen area so it has not become the main choice for junior high school students. The service to the students in the vocabulary of SMK Batik Sakti 2 Kebumen has not been optimally either from facilities, processes or facilities. The emergence of new vocational schools and not all junior high school students continue to higher levels and large public/private schools that accept students exceed quota under the pretext of expanding access to education make schools more difficult to reach target peseta students.

The strategy of increasing the number of students continues to be done by SMK Batik Sakti 2 Kebumen either through improving the infrastructure and improving services to the students until the quality improvement/quality of teachers. SMK Batik Sakti 2 Kebumen as a training center for prospective employees of PT SMT Cikarang be the main attraction for the students.

Key words: Strategy to increase the number of students

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Alloh SWT yang telah memberi karunia sehingga penulisan tesis ini dapat terlaksana dan laporan ini dapat selesai sesuai waktu yang telah ditetapkan.

Laporan penelitian ini disusun dengan maksud untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajaemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta sedangkan tempat penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Batik Sakti 2 Kebumen.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs John Soeprihanto, MIM Phd selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan penulis dalam membuat laporan tesis dengan sabar.
2. Ibu Dra. Uswatun Chasanah, MSi, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memotivasi dengan sabar dan penuh semangat.
3. Bapak Sito, S.Pd, selaku Kepala Sekolah SMK Batik Sakti 2 Kebumen yang telah memberi ijin sebagai tempat penelitian.
4. Bapak ibu guru dan karyawan SMK Batik Sakti 2 Kebumen yang telah memberikan pelayanan yang baik selama penelitian kami lakukan.

5. Segenap pengurus OSIS SMK Batik Sakti 2 Kebumen yang telah mendampingi dan kooperatif dalam penulis menggali informasi sekolah.
6. Istri dan anak-anak Ku tercinta yang telah memberikan motivasi dan doa sehingga dapat menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.

Semoga Allah SWT senantiasa meridloi langkah-langkah kami.

Amin.

Yogyakarta, Maret 2018.

Khaerul Hidayat.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI.....	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB. I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Pertanyaan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB. II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
B. Pengertian Strategi	9
C. Konsep Strategi	9
D. Pengertian Peserta Didik	11
E. Pengertian Penelitian Deskriptif	
Kualitatif	12

BAB, III	METODE PENELITIAN	
	A. Desain Penelitian	13
	B. Definisi Operasional Strategi dan Peserta Didik	13
	C. Informan/Key Person.....	15
	D. Metode Pengumpulan Data.....	16
	E. Alat Analisis Penelitian.....	16
BAB. IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Profil Sekolah	17
	B. Analisa Data	19
BAB. V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	24
	B. Saran	25

Daftar Pustaka

Lampiran

BAB. I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia pendidikan menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan kemajuan suatu bangsa. Bangsa yang maju salah satu indikatornya dikarenakan adanya sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, baik dari segi intelektual maupun karakternya. Melalui pendidikan ini selain membentuk manusia yang mempunyai kecerdasan intelektual tetapi juga untuk membentuk kepribadian yang baik.

Berdasarkan undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional, bahwa penyelenggara pendidikan wajib memegang beberapa prinsip yakni pendidikan diselenggarakan secara demokratis dan berkeadilan serta tidak diskriminatif dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia, nilai keagamaan, nilai kultural dan kemajemukan bangsa dengan satu kesatuan yang sistematis dengan sistem terbuka dan multimakna. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap warga negara berhak untuk menikmati pendidikan yang layak tanpa membedakan suku, golongan dan agama. Pemerintah dalam hal ini melalui Departemen Pendidikan Nasional terus berupaya untuk memperluas akses pendidikan untuk setiap warga negara. Perluasan akses pendidikan ini dilakukan dengan berbagai kebijakan antara lain wajib belajar 12 tahun dan pembangunan sarana prasarana sampai ke daerah terluar dan terdepan di wilayah Indonesia.

Banyak penyedia jasa pendidikan akhir-akhir ini mengalami perubahan dalam mensikapi dan melakukan strategi dalam memberikan pelayanan jasa pendidikan baik di sekolah negeri maupun yang dikelola oleh suatu yayasan/swasta. Berbagai pelayanan yang diberikan pihak sekolah senantiasa dievaluasi dan dikembangkan agar penggunaan jasa pendidikan terpuaskan. Mereka menghadapi dilema dimana satu sisi

dituntut meningkatkan mutu dan kompetensi tetapi di sisi lain banyak sekolah kejuruan yang dikelola yayasan/swasta mengalami penurunan jumlah peserta didik yang disebabkan antara lain : a) banyak sekolah tingkat lanjutan bermunculan, b) tidak dibatasinya jumlah rombongan belajar khususnya sekolah swasta yang besar, c) sekolah negeri dengan biaya cukup murah, fasilitas dan sarana cukup memadai. Kondisi ini membuat para pengambil kebijakan sekolah khususnya Kepala Sekolah berusaha menerapkan langkah-langkah strategis dalam merencanakan strategi pemasaran yang di kelolanya. Peranan Kepala Sekolah dalam hal ini sangatlah penting sehingga dituntut memiliki kapasitas yang memadai.

Permasalahan yang muncul diatas dapat diakibatkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal dapat dilihat dari manajemen kinerja kepala sekolah, pengetahuan dalam memasarkan jasa lembaga pendidikan, serta kinerja guru dan karyawannya. Faktor eksternal antara lain kurang optimalnya kerjasama dengan pihak dunia usaha dan dunia industri, komunikasi yang kurang baik dengan para alumni dan masyarakat sekitar. Permasaahn diatas yang disebabkan faktor internal maupun eksternal harus dapat dikelola dengan baik oleh pihak sekolah.

SMK Batik Sakti 2 Kebumen oleh Yayasan Batik Sakti melalui kebijakan Kepala Sekolah telah menerapkan berbagai strategi untuk mendapatkan peserta didik. Akan tetapi strategi tersebut belum membuahkan hasil yang diharapkan selama 3 tahun terakhir ini. Jumlah peserta didik yang diterima di SMK Batik sakti 2 Kebumen mengalami penurunan akan tetapi pihak sekolah terus berupaya mencari jalan keluarnya agar sekolah dapat mengatasi penurunan jumlah peserta didiknya. Penurunan jumlah peserta didik ini harus cepat ditangkap oleh pihak sekolah karena apabila tidak segera di cari penyelesaiannya akan membawa dampak yang sangat merugikan pihak sekolah. Dampak yang

sangat besar adalah ditutupnya sekolah tersebut karena tidak ada peserta didiknya.

Berikut ini data perkembangan peserta didik SMK Batik Sakti 2 Kebumen dari Tahun Pelajaran 2015/2016, 2016/2017 dan 2017/2018.

Tabel 1.1.
Data Peserta Didik Baru di SMK Batik Sakti 2 Kebumen
Tahun Pelajaran 2015/2016 s/d 2017/2018

No	Tahun Pelajaran	Jurusan	Jumlah Siswa Baru
1	2015/2016	Akuntansi	96
		Perkantoran	126
		Pemasaran	32
2.	2016/2017	Akuntansi	94
		Perkantoran	125
		Pemasaran	34
3.	2017/2018	Akuntansi	93
		Perkantoran	122
		Pemasaran	31

Sumber : Panitia PPDB SMK Batik Sakti 2 Kebumen (Tahun 2017)

Dari tabel 1.1. diatas pihak sekolah harus melakukan observasi kemudian mengidentifikasi dan menganalisis data-data yang menyebabkan jumlah peserta didik berkurang. Data yang di analisis ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dalam bentuk angket. Hal ini sekaligus untuk menentukan strategi SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

Selain faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal, para pemakai jasa pendidikan akan merasa puas apabila sekolah berkualitas sehingga ke depan sekolah dapat menjaga eksistensinya dan selalu

dipercaya oleh pihak pengguna jasa pendidikan seperti orang tua siswa, peserta didik, alumni, masyarakat dan *stakeholder* lainnya.

Peserta didik sebagai pengguna jasa layanan pendidikan sekolah secara langsung dapat merasakan yang mereka dapatkan dan menjadi pelanggan tetapi juga menjadi rekan kerja bagi penyedia jasa pendidikan. Apabila sekolah telah berhasil memenuhi kepuasan peserta didiknya maka peserta didik tersebut secara tidak langsung dapat menjadi pemasar bagi sekolah yang bersangkutan dengan mempromosikan sekolah tersebut dari mulut ke mulut. Promosi dari mulut ke mulut inilah kekuatan promosi yang cukup besar bagi kegiatan pemasaran suatu sekolah.

Kepuasan peserta didik adalah keadaan dimana peserta didik merasakan adanya keseimbangan antara yang mereka harapkan yaitu jumlah biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pengembalian jasa yang mereka inginkan dan apabila terjadi ketidakseimbangan antara keduanya yang terjadi adalah ketidaktercapaian kepuasan peserta didik. Agar sekolah dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan peserta didik maka sekolah harus memperhatikan karakteristik jasa pelayanan yang ditawarkan kepada peserta didik. Hal ini dapat dilakukan dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang terdapat pada jasa yang ditawarkan sehingga dapat memberikan kontribusi informasi yang positif kepada peserta didik.

Berdasarkan pemahaman dan fakta yang telah di sampaikan tersebut diatas, maka penelitian ini akan melakukan kajian secara mendalam tentang bagaimana strategi SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

B. Perumusan Masalah

Masalah diatas dilatarbelakangi oleh berbagai strategi yang dilakukan oleh SMK Batik Sakti 2 Kebumen belum membawa dampak yang optimal terhadap peningkatan jumlah peserta didik. Kalau dilihat dari posisi sekolah sangatlah strategis dimana terletak di jalur transportasi

utama keluar masuk kota Kebumen dan berdekatan dengan pusat perbelanjaan Jadi Baru Toserba yang diperkirakan sebagai daya tarik bagi para calon peserta didik. Posisi yang baik ini juga belum mampu memberi dampak yang optimal terhadap jumlah peserta didik.

Selama ini strategi yang dilakukan pihak SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik memang sudah ada dan melalui berbagai cara yaitu penyebaran brosur, penempelan spanduk ditempat-tempat strategis, layanan iklan melalui media radio.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Faktor-faktor apa yang menyebabkan target jumlah peserta didik belum tercapai?
2. Strategi apa saja yang sudah dilakukan oleh SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik?
3. Bagaimana mengembangkan strategi untuk meningkatkan jumlah peserta didik?

D. Tujuan Penelitian.

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan target jumlah peserta didik belum tercapai
2. Menganalisis strategi yang sudah dilakukan oleh SMK Batik Sakti 2 Kebumen.
3. Mengembangkan strategi untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru..

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 - a. Menerapkan teori yang selama ini di pelajari dalam perkuliahan
 - b. Mempraktekkan teori dalam menentukan strategi untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru diSMK Batik Sakti 2 Kebumen

2. Praktis

Bagi institusi sebagai dasar pengambilan kebijakan dalam menentukan strategi untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Batik Sakti 2 Kebumen.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB. II.

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Misbahul Munir , SPd Tahun 2015 dengan judul “Strategi Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru di SMK YPKK 2 Sleman“. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif dan tehnik analisis yang digunakan menggunakan SWOT Analysis. Hasilnya adalah sebagai berikut : 1) Kekuatan yang dimiliki sekolah adalah metode dan pembelajaran yang baik serta hubungan dengan DUDI yang cukup baik sehingga setiap peserta didik yang lulus dapat langsung bekerja. 2) Kelemahannya pendekatan dengan sekolah SLTP masih rendah serta strategi promosi yang stagnan. 3) Peluangnya adalah mengoptimalkan para alumni. 4) Ancamannya adalah peraturan larangan peserta didik membawa handphone.

Dengan melihat hasil diatas penulis memberikan saran agar pihak sekolah meningkatkan metode dan strategi pembelajaran serta meningkatkan kerjasama dengan DUDI, meningkatkan strategi promosi serta mengoptimalkan para alumni.

Penelitian yang dilakukan Amnia Daud, Tahun 2013 mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Pasundan Bandung dengan judul “ Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Tujuan Lembaga (Studi Kasus pada MAN Teomokole) “. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif dan tehnik analisis yang digunakan menggunakan SWOT Analysis. Hasil penelitian memberi informasi bahwa lingkungan eksternal MAN Teomokole menggunakan pendekatan analisis SWOT yaitu mencermati kekuatan yang dimiliki dan disandingkan dengan peluang yang ada sehingga memberikan nilai-nilai positif bagi lembaga ini. Menyiasati kelemahan yang dimiliki dan disandingkan dengan ancaman yang dihadapi sehingga mempunyai strategi yang tepat untuk memecahkan masalah ini. Program pemasaran MAN

Teomokole adalah melakukan hubungan dengan masyarakat secara intensif agar memperoleh dukungan positif dari masyarakat baik moral maupun finansial.

Penelitian yang dilakukan Dedik Fatkhul Anwar, 2014, mahasiswa Program Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “ Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta “. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif kualitatif dan teknik analisis yang digunakan menggunakan SWOT Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *pertama* strategi jasa pelayanan pendidikan menggunakan dua cara, yaitu (a) pemasaran secara langsung yaitu pemanfaatan Informasi Teknologi (IT) , media cetak dan elektronik, brosur dan profil melalui video. (b) pemasaran secara tidak langsung dengan optimalisasi kegiatan madrasah di masyarakat, peran santri, orang tua santri dan alumni, kiprah para ustad dan karyawan di masyarakat. *Kedua* melalui implementasi di Muallimin adalah (a) merumuskan strategi persaingan yaitu dengan identifikasi segmentasi pasar, targetting dan positioning, (b) membuat taktik pemasaran yaitu dengan menonjolkan diffrensiasi (keberbedaan positif) Muallimin dengan lembaga lain, menerapkan teori bauran pemasaran dengan menawarkan produk-produk berkualitas dari Muallimin, menawarkan harga bersaing, letak geografi yang strategi, menentukan langkah-langkah promosi, (c) menunjukkan nilai lebih dari Muallimin dengan menunjukkan brand yang dimiliki Muallimin dengan memberikan service yang baik dan melakukan proses pembinaan yang berkualitas. *Ketiga* faktor pendukungnya adalah Muallimin sekolah yang langsung berada di bawah naungan Pimpinan Pusat Muhammadiyah, memiliki segmen yang jelas, kepercayaan masyarakat dan alumni yang masih tergolong tinggi. Faktor penghambatnya adalah tidak memiliki tim khusus promosi, belum

memiliki konsep yang sistematis dalam pemasaran jasa pendidikan, tidak ada evaluasi sebagai bahan perbaikan dalam menyusun strategi tahun yang akan datang.

B. Pengertian Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, menurut Chandler dalam (Rangkuti. F, 2014: 5) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Andrews, Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholder, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pimpinan suatu perusahaan setiap hari selalu mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kelemahan-kelemahan eksternal suatu pasar yang meliputi kegiatannya antara lain mengamati terhadap pesaing, peraturan, keinginan dan harapan konsumen dan faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Suatu perusahaan atau organisasi dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang dengan melalui proses menganalisis, merumuskan analisis dan mengevaluasi strategi yang telah di terapkan dengan tujuan agar perusahaan atau organisasi dapat melihat secara obyektif kondisi internal dan eksternal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan-perubahan lingkungan eksternal.

C. Konsep Strategi

Perusahaan atau organisasi agar mampu mencapai strategi yang disusun dengan baik terdapat dua (2) konsep yang dapat dilakukan diantaranya :

1. Konsep *Distinctive Competence*

yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Banyak perubahan-perubahan yang tidak dilakukan dengan konsep ini sehingga mudah dikalahkan oleh para pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaingnya dapat selalu memimpin pasar. Menurut Day dan Wensley (Rangkuti F, 2014:5) perusahaan yang memiliki *distinctive competence* dapat diidentifikasi bahwa organisasi tersebut di dalamnya mempunyai keunggulan sebagai berikut :

a. Keahlian Tenaga Kerja

Sumber daya yang ada dalam perusahaan memiliki keahlian atau skill dan kompetensi sesuai dengan bidangnya masing-masing baik tenaga administrasi, pemasaran, produksi maupun tenaga lainnya.

b. Kemampuan sumber daya

Kemampuan sumber daya yang tinggi dalam suatu organisasi dapat menciptakan suatu produk yang spesifik dan tidak dimiliki oleh para pesaing sehingga sumber daya betul-betul bisa memahami apa yang diinginkan oleh konsumen. Serta dapat membuat program pemasaran yang lebih baik dari pada pesaingnya, sehingga dapat membuat strategi pemasaran yang lebih baik daripada pesaingnya. Semua kekuatan yang ada dalam perusahaan bila dioptimalkan seperti sarana dan prasarana yang cukup memadai dan canggih, tenaga pengajar yang profesional dan penciptaan brand image yang positif.

2. Konsep *Competitive Advantage*

yaitu keunggulan bersaing atau kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dan mampu merebut peluang pasar. Menurut kutipan dari (Rangkuti, F 2014: 6) ada 3 strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu :

a. *Cost Leadership*

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang telah tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah

b. *Differensiasi*

Perusahaan dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misal persepsi terhadap keunggulan kinerja produk, inovasi produk, customer excellent service atau pelayanan prima dan brand image yang lebih ungu.

c. *Focus*

Strategi yang diterapkan dalam memperoleh keunggulan bersaing sesuai dengan segmentasi dan asar sasaran yang di harapkan.

D. Pengertian Peserta Didik

Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan baik pendidikan formal maupun pendidikan non formal pada jenjang pendidikan dan jenis pendidikan tertentu. (www.tendikkebumen.blogspot.com)

Pada kenyataan peserta didik merupakan asset bagi lembaga pendidikan baik pendidikan formal maupun pendidikan non formal yang dapat membantu mengenai kelangsungan hidup lembaga pendidikan tersebut, tanpa peserta didik baru suatu lembaga

pendidikan akan menjadi lumpuh dan tidak mampu berkompetisi dengan lembaga pendidikan lainnya. Peran peserta didik baru sudah harus dipikirkan saat mulai rekrutmen dan bergabung dengan lembaga yang dipilih sampai lulus menjadi lulusan yang mampu dan mau membantu lembaga pendidikan tempat mereka belajar sehingga dapat berkembang dan menjadi lembaga pendidikan yang berkualitas. Keberlangsungan lembaga pendidikan tergantung dari animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Apabila animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan tinggi maka masyarakat akan menyekolahkan di lembaga pendidikan tersebut dan sebaliknya apabila animo masyarakat rendah maka dengan sendirinya lembaga pendidikan tersebut akan kesulitan mendapat peserta didik.

Banyak strategi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar banyak peserta didik baru yang tertarik dan bergabung sehingga terwujud lembaga pendidikan yang besar dan menjadi pilihan masyarakat. Strategi yang dilakukan lembaga pendidikan khususnya yang dikelola oleh sebuah Yayasan biasanya di mulai jauh sebelum masa penerimaan peserta didik baru secara resmi di buka oleh Pemerintah.

E. Pengertian Penelitian Deskriptif Kualitatif.

Menurut Satori, D dan Kamariah, A (2014: 14) pendekatan deskriptif kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif yaitu berupa lesan atau kata tertulis dari subyek penelitian atau informan yang telah diamati.

Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang bersifat deskriptif. Peneliti ingin mendeskripsikan atau menggambarkan peristiwa, perilaku atau suatu keadaan tertentu secara rinci dan mendalam tentang upaya sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

BAB III.

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif artinya metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiono, 2014:3). Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan data primer.

B. Definisi Operasional Strategi dan Peserta Didik

1. Strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, menurut Chandler dalam (Rangkuti, F, 2014: 5) strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Andrews, Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholder, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pimpinan suatu perusahaan setiap hari selalu mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kelemahan-kelemahan eksternal suatu pasar yang meliputi kegiatannya antara lain mengamati terhadap pesaing, peraturan, keinginan dan harapan konsumen dan faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Suatu perusahaan atau organisasi dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut

peluang dengan melalui proses menganalisis, merumuskan analisis dan mengevaluasi strategi yang telah di terapkan dengan tujuan agar perusahaan atau organisasi dapat melihat secara obyektif kondisi internal dan eksternal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan-perubahan lingkungan eksternal.

2. Peserta Didik

Peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran pada jalur pendidikan baik pendidikan formal maupun pendidikan non formal pada jenjang pendidikan dan jenis pendidikan tertentu. (www.tendikkebumen.blogspot.com)

Pada kenyataan peserta didik merupakan asset bagi lembaga pendidikan baik pendidikan formal maupun pendidikan non formal yang dapat membantu mengenai kelangsungan hidup lembaga pendidikan tersebut, tanpa peserta didik baru suatu lembaga pendidikan akan menjadi lumpuh dan tidak mampu berkompetisi dengan lembaga pendidikan lainnya. Peran peserta didik baru sudah harus dipikirkan saat mulai recruitmen dan bergabung dengan lembaga yang dipilih sampai lulus menjadi lulusan yang mampu dan mau membantu lembaga pendidikan tempat mereka belajar sehingga dapat berkembang dan menjadi lembaga pendidikan yang berkualitas. Keberlangsungan lembaga pendidikan tergantung dari animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Apabila animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan tinggi maka masyarakat akan menyekolahkan di lembaga pendidikan tersebut dan sebaliknya apabila animo masyarakat rendah maka dengan sendirinya lembaga pendidikan tersebut akan kesulitan mendapat peserta didik.

Banyak strategi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan agar banyak peserta didik baru yang tertarik dan bergabung sehingga terwujud lembaga pendidikan yang besar dan menjadi pilihan masyarakat. Strategi yang dilakukan lembaga pendidikan khususnya yang dikelola oleh sebuah Yayasan biasanya di mulai jauh sebelum masa penerimaan peserta didik baru secara resmi di buka oleh Pemerintah.

C. Informan (Key Person)

Dalam penelitian deskriptif kualitatif terdiri dari 3 elemen yaitu tempat, pelaku, aktivitas. Tempat menunjukkan dimana tempat penelitian dilakukan dan pelaku adalah obyek yang menjadi penelitian sedangkan aktivitas adalah merupakan data penunjang sebagai variabel penelitian.

a. Tempat/obyek

Tempat/obyek penelitian dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Batik Sakti 2 Kebumen dengan alamat di Jalan Kusuma Kebumen.

b. Pelaku/Informan

- Sito, S.Pd : Kepala Sekolah
- Elis Nofiowati, S.Pd : Waka Bidang Kurikulum
- Sigit Untung H, SPd : Waka Kesiswaan
- Kensi Herliyanti : Waka Humas
- Siti Mutmainah, S.Pd : Waka Sarpras dan SDM
- Basori, SE. : Kepala Tata Usaha
- Fuadi Khanafi : Pengurus OSIS
- Miftahul Azam F : Pengurus OSIS
- Linda Septiani : Pengurus OSIS
- Siti Nurkhasanah : Pengurus OSIS
- Dewi Sri Pamungkas : Pengurus OSIS

D. Metode Pengumpulan Data

Untuk menjaga tingkat reabilitas sumber data dari masing-masing informan, peneliti melakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumen.

1. Wawancara

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung/tatap muka untuk menggali informasi dari para informan.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu obyek yang diteliti secara langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah terjun ke lapangan dan terlihat seluruh panca indera.

3. Studi dokumen.

Studi dokumen adalah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subyek penelitian. Studi dokumen ini meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis.

E. Alat Analisis Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Satori, D dan Kamariah, A (2014: 14) pendekatan deskriptif kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian berdasarkan data deskriptif yaitu berupa lesan atau kata tertulis dari subyek penelitian atau informan yang telah diamati.

Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang bersifat deskriptif. Peneliti ingin mendeskripsikan atau menggambarkan peristiwa, perilaku atau suatu keadaan tertentu secara rinci dan mendalam tentang upaya sekolah untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

BAB. IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Sekolah

SMK Batik Sakti 2 Kebumen terletak di Jalan Kusuma No. 71 Kebumen, sekolah ini resmi di buka dengan SK Pendirian Nomor 426/103.1/R.89. tertanggal 13 Mei 1989. SMK Batik Sakti 2 Kebumen didirikan oleh Lembaga Batik Sakti Kebumen yang beralamat di Jalan Letjend Suprpto No.75 Kebumen dengan Ketua Lembaga H. Nur Zubaedi.

SMK Batik Sakti 2 Kebumen dibangun dengan gedung berlantai 2 diatas lahan 8.844 m² dengan luas bangunan 2.344 m². Kapasitas ruang teori 27 ruang dengan kondisi bagus dan representatif serta ruang lain diantaranya : 1 Ruang Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Sekolah, 1 ruang Tata Usaha/administrasi, 1 ruang guru, 2 Lab komputer, 1 Lab perakitan, 1 ruang perpustakaan, 1 lab Bank mini, 1 Lab pemasaran/ Bisnis Center, 1 Lab perkantoran/Foto Copy, 1 ruang BKK, 1 Musholla, 1 ruang BK, 1 ruang OSIS, 1 ruang Pramuka, 1 ruang PMR, 1 ruang kantin, 1 ruang musik, Lapangan upacara dan parkir.

Sampai saat ini SMK Batik Sakti 2 Kebumen telah memiliki 4 program studi keahlian yaitu Akuntansi, administrasi perkantoran, pemasaran dan teknik komputer jaringan (TKJ). Dari program studi yang ada, jurusan akuntansi yang paling banyak peminatnya dibandingkan jurusan yang lain.

Data jumlah siswa kelas X XI XII di setiap program studi

Tahun Pelajaran 2017/2018

No	Nama Program Studi	Jumlah Siswa
1	Akuntansi	281
2	Administrasi Perkantoran	277
3	Pemasaran	85
4	TKJ	120

Visi SMK Batik Sakti 2 Kebumen adalah sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan sumber daya manusia profesional dan berakhlak mulia, keimanan yang kuat serta mampu berkompetisi di era globalisasi.

Misi SMK Batik Sakti 2 Kebumen adalah:

1. Menghasilkan tamatan yang disiplin, cerdas, terampil dan berakhlak mulia,
2. Menghasilkan tamatan yang siap kerja,
3. Menghasilkan tamatan yang mampu menciptakan lapangan kerja,
4. Menumbuh kembangkan jiwa berwirausaha bagi peserta didik.

Peneliti melakukan penelitian di SMK Batik Sakti 2 Kebumen yang berhubungan dengan strategi yang dilakukan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Kepala Tata Usaha beserta staff, dan dewan guru dalam rangka meningkatkan jumlah peserta didik dan menjaga kelangsungan hidup sekolah dimasa yang akan datang. Banyak permasalahan yang perlu dikupas baik internal maupun eksternal untuk di cari solusinya mengingat para pesaing yang cukup banyak dan mempunyai kualitas yang tidak jauh berbeda. Permasalahan

internal antara lain sarana prasarana sekolah termasuk kualitas sumber daya manusia (SDM) yang perlu di benahi. Pembenahan Sarpras antara lain pembenahan Laboratorium komputer dengan menambah jumlah komputer dan mengoptimalkan sarana pendukungnya misal alat pendingin ruangan (air condition) yang perlu ditambah sehingga anak merasa lebih nyaman untuk belajar.

B. Analisis Data

1. Faktor-faktor yang menyebabkan target jumlah peserta didik belum tercapai.

Analisisnya:

Berbagai strategi terus dilakukan SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik . Akan tetapi dalam proses perjalanannya terdapat berbagai faktor yang menyebabkan target jumlah peserta didik belum tercapai. Faktor-faktor yang menyebabkan jumlah peserta didik ini belum sesuai target harus di kelola dengan baik dalam artian harus dianalisis di cari penyebabnya.

Kondisi sekolah yang belum memiliki brand mark di suatu daerah sehingga belum menjadi pilihan siswa menjadi salah satu penyebabnya. Masyarakat semakin cerdas dalam memilih sekolah untuk pendidikan putra putrinya. Masyarakat beranggapan bahwa sekolah yang maju dari segi akademik akan memberikan jaminan yang lebih untuk masa depan siswa-siswinya. Akhir-akhir ini dengan berdirinya sekolah SMK baru dan tidak semua lulusan SLTP melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi karena faktor lingkungan/biaya akan menambah besar target peserta didik baru tidak tercapai. Banyak orang tua yang menginginkan anaknya segera mandiri dengan bekerja sehingga banyak siswa SMP/MTs yang tidak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

Banyak sekolah-sekolah besar baik negeri atau swasta yang menerima siswa baru melebihi kuota yang diperlukan/menerima siswa sebanyak-banyaknya juga menjadi faktor yang menyebabkan target tidak tercapai. Kondisi ini dianggap wajar apalagi sekolah yang dikelola oleh yayasan/swasta karena dengan jumlah siswa yang banyak akan berdampak pada biaya operasional .

Peserta didik juga sudah realistis memilih sekolah yang dekat dengan domisili calon siswa dengan berdirinya sekolah-sekolah baru baik negeri maupun yang dikelola oleh yayasan. Sekolah SMK Negeri juga mulai banyak yang membuka jurusan baru yang banyak diminati oleh calon peserta didik baru.

Sarana dan prasarana pendidikan yang belum lengkap, biaya pendidikan masih terkesan mahal, status sekolah swasta yang menjadi pilihan kedua setelah sekolah negeri juga masih menjadi faktor yang menyebabkan target belum tercapai

Siswa di SMK Batik Sakti 2 Kebumen mayoritas adalah perempuan sehingga calon peserta didik baru laki-laki merasa kurang percaya diri. Perbedaan gender ini juga menjadi kendala bagi sekolah dan Sosialisasi yang dilakukan belum optimal sehingga banyak siswa SMP/MTs pinggiran/pedesaan belum begitu paham dengan SMK Batik Sakti 2 Kebumen dan kondisi ini diperparah dengan adanya faktor ingin bekerja dari pada sekolah.

2. Strategi apa saja yang sudah dilakukan oleh SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

Analisisnya:

Strategi terus dilakukan SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Presentasi/paparan oleh tim PPDB ke sekolah sekolah SMP/MTs terus dilakukan jauh sebelum pelaksanaan PPDB dimulai.

Mengadakan lomba/turnamen Bola Volley antar SMP/MTs. Juga tidak lepas dari usaha sekolah. Agenda ini rutin setiap tahun

dilaksanakan dengan tujuan untuk mengenalkan sekolah selain untuk menyakurkan bakat di bidang olah raga volley.

Mencetak brosur berujud buku yang berisi informasi SMK Batik Sakti 2 Kebumen dan soal-soal materi UN SMP/MTs juga dilakukan pihak sekolah termasuk mengadakan latihan UNBK bagi siswa SMP/MTs di lab SMK Batik Sakti 2 Kebumen,

Mencetak buku berisi soal-soal psiko test bagi calon pencari kerja. Kebanyakan calon peserta didik baru yang akan masuk SMK punya cita-cita apabila lulus dari SMK segera bekerja. Kondisi ini juga sudah di manfaatkan oleh pihak sekolah guna menarik calon peserta didik baru.

Mewajibkan/ menghimbau anak/alumni SMK mana saja yang mencari kerja di BKK SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk membawa 1 calon peserta didik baru. Kebijakan ini ditempuh dalam rangka memberi ruang kepada alumni untuk berkontribusi pada sekolah.

Pembenahan fasilitas sekolah agar calon peserta didik baru tertarik mendaftar ke SMK Batik Sakti 2 Kebumen. Pembetulan ini dilakukan baik dari sarana maupun prasarana sekolah seperti pemasangan AC di lab komputer, pemasangan LCD di tiap ruang teori.

Keringanan biaya bagi siswa yang mendapat peringkat 10 besar di kelasnya atau dari keluarga tidak mampu, memberikan beasiswa bagi siswa yang memiliki prestasi non akademik. Hal ini dilakukan karena pihak sekolah menyadari bahwa cukup banyak peserta didik baru yang berasal dari kalangan tidak mampu.

Meningkatkan kedisiplinan guru dalam melaksanakan Kegiatan Belajar Mengajar (KBM), Peningkatan disiplin kerja bagi guru dan karyawan terus dilakukan pihak sekolah baik dalam bentuk supervisi, penilaian kinerja atau bentuk lainnya. Dalam menegakkan kedisiplinan guru dan karyawan ini pihak sekolahpun

tidak segan-segan memberi peringatan/sanksi baik ringan maupun berat dalam bentuk pemecatan. Peringatan/sanksi diberikan kepada guru dan karyawan oleh kepala sekolah yang dipandang melakukan pelanggaran atau tindakan indisipliner. Budaya kerja yang baik akan dilihat oleh siswa dan orang tua siswa karena dengan budaya kerja yang baik siswa akan merasa puas karena akan dirasakan langsung.

3. Bagaimana mengembangkan strategi untuk meningkatkan peserta didik.

Analisisnya:

Mengembangkan strategi yang dilakukan SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan peserta didik antara lain dengan mensosialisasikan/iklan pada masyarakat pencari kerja bahwa brand mark kerja di PT SMT Cikarang dapat masuk hanya dari SMK Batik Sakti 2 Kebumen

Mengumpulkan wali siswa yang putra putrinya akan berangkat kerja ke Malaysia/Cikarang untuk meyakinkan pada BKK SMK Batik Sakti 2 Kebumen sehingga sekolah mendapat kepercayaan.

Melalui Bakat dan minat, peserta didik yang punya potensi di beri ruang yang cukup untuk mengembangkan kemampuannya dengan memanggil guru privat.

Mengoptimalkan kegiatan promosi utamanya dengan melakukan presentasi ke sekolah-sekolah SMP/MTs. Melakukan promosi baik melalui media cetak maupun elektronik.

Terus melakukan pembenahan secara internal demi meningkatkan kualitas sekolah. Meningkatkan prestasi-prestasi yang dimiliki siswa-siswi SMK Batik Sakti 2 Kebumen. Menggali dan terus melatih siswa yang terlihat berbakat sehingga bakatnya akan terus berkembang.

Mensosialisasikan sekolah SMK Batik Sakti 2 Kebumen dengan memperbanyak tim sosialisasi ke SMP/MTs. Sosialisasi ini dilakukan di sekolah-sekolah yang dipandang sebagai daerah yang potensial melanjutkan ke tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Mempromosikan bahwa SMK Batik Sakti 2 Kebumen memiliki mitra kerja dengan PT SMT Indonesia. SMK Batik Sakti 2 Kebumen yang merupakan satu-satunya sekolah yang menjadi mitra sebuah perusahaan terus dilakukan secara optimal ke sekolah SMP/MTs. Mengembangkan bakat dan prestasi peserta didik melalui kegiatan ekstra kurikuler misalnya Drumband termasuk memberikan bea siswa untuk siswa yang berprestasi

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB. V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berbagai strategi terus dilakukan SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Presentasi/paparan oleh tim PPDB ke sekolah sekolah SMP/MTs. Mengadakan lomba/turnamen Bola Volley antar SMP/MTs. Mencetak brosur dan soal-soal materi UN SMP/MTs Mengadakan latihan UNBK bagi siswa SMP/MTs di lab SMK Batik Sakti 2 Kebumen, Mewajibkan/menghimbau anak/alumni SMK mana saja yang mencari kerja di BKK SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk membawa 1 calon peserta didik baru. Pembenahan fasilitas sekolah agar calon peserta didik baru tertarik mendaftar ke SMK Batik Sakti 2 Kebumen. Keringanan biaya bagi siswa yang mendapat peringkat 10 besar di kelasnya atau dari keluarga tidak mampu, memberikan bea siswa bagi siswa yang memiliki prestasi non akademik. Meningkatkan kedisiplinan guru dan karyawan dalam melaksanakan tugas.
2. Mengembangkan strategi yang dilakukan SMK Batik Sakti 2 Kebumen untuk meningkatkan peserta didik antara lain dengan mensosialisasikan/iklan pada masyarakat pencari kerja bahwa brand mark kerja di PT SMT Cikarang dapat masuk hanya dari SMK Batik Sakti 2 Kebumen. Mengumpulkan wali siswa yang putranya akan berangkat kerja ke Malaysia/Cikarang untuk meyakinkan pada BKK SMK Batik Sakti 2 Kebumen sehingga sekolah mendapat kepercayaan.
Melalui Bakat dan minat, peserta didik yang punya potensi di beri ruang yang cukup untuk mengembangkan kemampuannya dengan

memanggilkan guru privat. Mengembangkan bakat dan prestasi peserta didik melalui kegiatan ekstra kurikuler misalnya Drumband termasuk memberikan beasiswa untuk siswa yang berprestasi. Mengoptimalkan kegiatan promosi utamanya dengan melakukan presentasi ke sekolah-sekolah SMP/MTs. Melakukan promosi baik melalui media cetak maupun elektronik.

Mensosialisasikan sekolah SMK Batik Sakti 2 Kebumen dengan memperbanyak tim sosialisasi ke SMP/MTs dan mempromosikan bahwa SMK Batik Sakti 2 Kebumen memiliki mitra kerja dengan PT SMT Indonesia.

B. Saran

Peningkatan kompetensi guru dan karyawan harus ditingkatkan dengan mengirim guru dan karyawan mengikuti kegiatan peningkatan kompetensi sesuai kebutuhan misalnya kegiatan pendidikan dan pelatihan (diklat).

Selain itu dengan dijadikannya SMK Batik Sakti 2 Kebumen sebagai pusat training bagi calon karyawan PT SMT Cikarang dapat dikembangkan terus dengan memanfaatkan saluran promosi yang ada. Keberadaan PT SMT Cikarang ini dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri karena sangat jarang sekolah sebagai pusat training sebuah perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Amnia, D. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mencapai Tujuan Lembaga (Studi Kasus pada MAN Teomokole)* “.

Dedik Fatkhul A. 2014. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta* “.

Dinas Pendidikan Pemuda dan Olah Raga, www.tendikkebumen.blogspot.com Kabupaten Kebumen (Diakses 15 Januari 2018)

Misbahul,M. 2015. *Strategi Meningkatkan Jumlah Peserta Didi Baru di SMK YPKK 2 Sleman* “.

Rangkuti, F. 2014. *Tehnik Menyusun Strategi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Kompas Gramedia, Jakarta

Satori, D & Komariah, A. 2014, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003. *Sistem Pendidikan Nasional*.

<http://kbbi.web.id>. 15.3.2018