

## **PENGAPLIKASIAN HASIL ANGKET SISWA UNTUK MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB)**

**Muhammad Qamaruzzaman, S.Pd, M.Si**

( Guru SMK Negeri 5 Banjarmasin)

( Kepala SMK YPT Banjarmasin Periode 2016 – 2020 )

### **Abstrak**

Strategi promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran. Kaitannya dengan dunia pendidikan, promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk-produk dari lembaga pendidikan atau bahkan lembaga pendidikan itu sendiri kepada masyarakat luas agar mereka mengetahui manfaat, kelebihan/kualitas pendidikan (sekolah), visi dan misi sekolah, program-program pendidikan yang dilaksanakannya dan banyak lagi yang lainnya. Untuk itu, sekolah dituntut untuk melakukan strategi jitu dalam menghadapi persaingan dengan sekolah lainnya, dengan tujuan agar calon konsumen (masyarakat) yakin dan berminat untuk memilih lembaga pendidikan yang ditawarkan.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud ingin mengetahui bagaimana strategi promosi SMK YPT Banjarmasin dilaksanakan berdasarkan masukan dari angket siswa baru. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif analisis. Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, penulis menyebarkan angket yang ditujukan kepada siswa/i kelas X.

Setelah dilakukan penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa hasil angket yang disebarkan kepada siswa sangat mempengaruhi strategi promosi yang dilakukan oleh SMK YPT Banjarmasin, dan diharapkan langkah ini sudah optimal.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Bauran Promosi, Angket Tertutup**

## **APPLICATION STUDENT QUESTIONNAIRE TO INCREASE THE NUMBER OF NEW STUDENTS IN PPDB**

### **Abstract**

Promotion strategy is part of marketing strategy. In relation to the world of education, promotions are carried out to introduce products from educational institutions or even educational institutions themselves to the wider community so that they know the benefits, advantages/quality of schools, the school's vision and mission, the educational programs it carries out and many other things. For this reason, schools are required to carry out accurate strategies in facing competition with other schools, with the aim that prospective consumers (the public) are confident and interested in choosing the school.

This research was conducted with the intention of knowing how the promotion strategy of SMK YPT Banjarmasin was carried out based on input from new student questionnaires. The method used in this research is descriptive analysis. To obtain the required data, the authors distributed a questionnaire addressed to the class X students/ new students.

The research concluded that the results of the questionnaire distributed to students greatly influenced the promotion strategy carried out by SMK YPT Banjarmasin, and it was hoped that this step would be optimal.

**Keywords: Promotion Strategy, Promotion Mix, Closed Questionnaire**

===== \* =====

## I. PENDAHULUAN

Pendidikan sangat penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, sifatnya mutlak bagi kehidupan baik dalam kehidupan perseorangan maupun kehidupan bangsa dan negara. Maju mundurnya suatu bangsa banyak ditentukan oleh maju mundurnya pendidikan bangsa itu. Mengingat sangat pentingnya bagi kehidupan, maka pendidikan harus dilaksanakan sebaik-baiknya sehingga memperoleh hasil yang diharapkan.

Saat ini, dunia pendidikan harus diperlakukan dan dikelola secara professional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau masyarakat jika dikelola seadanya. Setiap lembaga pendidikan mengetahui bahwa proses pembelajaran disekolah tidak akan pernah statis, akan tetapi senantiasa dinamis mengikuti kemajuan ilmu dan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Untuk itu, sekolah dituntut lebih meningkatkan kualitas pendidikan dari segala sisi.

Pemasaran atau promosi menjadi sesuatu yang mutlak harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa (Muhaimin, 2009. 101) . Untuk itu, lembaga pendidikan (sekolah) dituntut untuk melakukan strategi promosi guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada. Tujuan dari strategi promosi tentunya agar masyarakat umum tertarik terhadap citra baik sekolah tersebut sehingga tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap konsumen yang pada akhirnya akan bermuara pada bertambahnya jumlah siswa di lembaga tersebut.

Strategi promosi adalah salah satu kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Strategi promosi yang dimaksud disini adalah setiap langkah yang diambil oleh sekolah untuk berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan dapat mencapai target atau sasaran yang sudah ditetapkan sekolah. Dalam hal ini, promosi akan menjelaskan mengenai kegiatan lembaga pendidikan memperkenalkan produknya, apakah melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan atau publikasi.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Yayasan Pendidikan Teknologi (YPT) Banjarmasin merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang cukup diminati masyarakat dan memiliki guru-guru yang professional yang sesuai dengan disiplin ilmunya masing-masing. Sekolah ini merupakan sekolah swasta yang tiap tahun ajaran baru menerima  $\pm$  180 siswa baru. Berlokasi di wilayah ibu kota Provinsi Kalimantan Selatan, yakni Banjarmasin yang ketat akan persaingan, tepatnya di Jalan Rawasari Ujung No. 1 RT 61 Banjarmasin. sekolah ini tetap mampu mendapatkan minat konsumen di atas rata-rata sekolah swasta lainnya. Bahkan yang lebih

menarik adalah bahwa peminatnya bukan hanya berasal dari wilayah dimana sekolah tersebut berdiri, melainkan juga berasal dari wilayah diluar kota Banjarmasin, Seperti Kecamatan Anjir Barito Kuala, Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar dan sekitarnya.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah strategi berasal dari kata Yunani, “*strategeia* (*stratos* = militer; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Istilah strategi mula-mula dipakai di kalangan militer dan diartikan sebagai seni dalam merancang (operasi) peperangan, terutama yang erat kaitannya dengan gerakan pasukan dan navigasi ke dalam posisi perang yang dipandang paling menguntungkan untuk memperoleh kemenangan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu di waktu perang dan damai; ilmu dan seni memimpin bala tentara untuk menghadapi musuh diperang dalam kondisi yang menguntungkan; rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Promosi merupakan rangkaian kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen melalui jalinan komunikasi dengan maksud mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan cara langsung bertatap muka dengan calon konsumen (*personal selling*) atau dengan menggunakan media yang ada seperti media massa maupun elektronik atau dengan melakukan promosi penjualan.

Adapun langkah proses penyusunan strategi adalah sebagai 1) Penentuan Misi dan Tujuan, Pada tahap ini, misi dan tujuan berupa “pernyataan yang menegaskan tujuan perusahaan dan apa yang ingin dicapai perusahaan dalam lingkungan yang lebih luas. Perumusan misi dan tujuan merupakan tanggung jawab kunci bagi manajer puncak. Perumusan ini dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dibawa manajer. Nilai-nilai ini bisa mencakup masalah-masalah sosial dan etika, atau masalah-masalah umum seperti luas perusahaan, macam produk atau jasa yang akan diproduksi. 2) Pengembangan Profil, Langkah ini dilakukan dengan mengidentifikasi tujuan-tujuan dan strategi-strategi yang ada sekarang. Profil perusahaan adalah hasil analisa internal perusahaan untuk mengidentifikasikan tujuan dan strategi sekarang, serta memerinci kuantitas dan kualitas sumber daya-sumber daya perusahaan yang tersedia.

## III. METODOLOGI PENELITIAN

Tujuan dari penelitian tindakan sekolah ini adalah untuk mengetahui penentua strategi Promosi dari SMK YPT Banjarmasin dalam menjaring siswa baru melalui angket. Penelitian ini dilaksanakan di SMK YPT Banjarmasin yang berlokasi di jalan Rawasari Ujung No. 1 RT 61 Banjarmasin. Ada pun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2017, dan Agustus 2018, dengan penyebaran angket kepada siswa baru angkatan tahun 2017/2018, dan siswa baru angkatan tahun 2018/2019. Metode penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian yang menggambarkan keadaan sebenarnya dari seputar promosi berdasarkan hasil angket yang digunakan oleh SMK YPT Banjarmasin. Dalam menggunakan metode deskriptif ini penulis melakukan serangkaian prosedur pemecahan masalah dengan memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan se jelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap obyek yang diteliti.

Data dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah siswa baru di tahun pelajaran 2017/2018 sebanyak 130 orang, dan siswa baru di tahun pelajaran 2018/2019 sebanyak 158 orang. Hasil angket ini juga digunakan untuk mengetahui efektifitas media promosi yang telah digunakan, dan hasil responden tersebut digunakan untuk dipertimbangkan dalam penggunaan media informasi pada tahun berikutnya. Adapun pertanyaan yang diajukan dalam angket tersebut adalah : 1) Kenapa anda memilih bersekolah di SMK YPT Banjarmasin. 2) Sebelum memasuki SMK YPT Banjarmasin, dari mana anak-anak mengetahui tentang SMK YPT? Apakah dari media sosial, teman, keluarga, website SMK YPT Banjarmasin, surat kabar, televisi, atau guru di SMP/MTS kalian? 3) Apa yang anda sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa? 4) Apa yang tidak sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa?

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Hasil Angket Tahun 2017

Angket yang disebarkan kepada siswa SMK YPT Banjarmasin untuk menjangkau masukan agar promosi kepada siswa baru lebih baik dilaksanakan yang pertama pada bulan Agustus 2017. Adapun angket bersifat pertanyaan terbuka diberikan kepada 130 siswa kelas X dari semua jurusan. Jawaban sengaja tidak dibatasi sehingga dapat diketahui faktor apa saja yang menyebabkan mereka tertarik ke SMK YPT Banjarmasin. Angket disebarkan kepada 130 siswa kelas X, pada bulan Agustus 2017, yakni sekitar 2 bulan setelah mereka masuk dan diterima di SMK YPT Banjarmasin, sehingga mereka bisa menganalisa langsung keberadaan dan kemampuan dari SMK YPT Banjarmasin. Adapun hasil dari angket tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 1. **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO.1**

<b>Kenapa Anda memilih bersekolah di SMK YPT Banjarmasin</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Pilihan Sendiri	35	26,92
Karena Teman	13	10,00
Pilihan Orang Tua	7	5,38
Tidak Diterima di Sekolah Negeri	42	32,31
Dekat dengan tempat tinggal	20	15,38
Pindah dari sekolah lain	2	1,54
Lain-lain	4	3,08
Tidak menjawab	7	5,38

<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100</b>
---------------	------------	------------

Dari tabel 1 terdahulu dapat dilihat, bahwa 3 persentase terbesar mengapa siswa memilih bersekolah di SMK YPT Banjarmasin pertama, mereka tidak diterima di sekolah negeri (32,31%). Alasan kedua adalah merupakan pilihan mereka sendiri, artinya mereka memilih SMK YPT sebagai pilihan mereka, ini ditunjukkan dengan jawaban sebesar (26,92%), jawaban terbesar ketiga adalah, dekat dengan rumah mereka, ditunjukkan dengan jawaban sebesar 15,38%. Untuk hasil jawaban terhadap angket kedua, dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO.2**

<b>Sebelum memasuki SMK YPT Banjarmasin, dari mana anda mengetahui tentang SMK YPT Banjarmasin? Apakah dari media sosial, teman, keluarga, Website SMK YPT Banjarmasin, surat kabar, Televisi, atau guru di SMP/ MTs</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Media Sosial	3	2,31
Teman	70	53,85
Keluarga	43	33,08
Sosialisasi di sekolah	1	0,77
Guru di SMP/MTs	1	0,77
Lain-lain	3	2,31
Tidak menjawab	9	6,92
<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100</b>

Dari tabel 3 tersebut dapat kita lihat terhadap 3 jawaban terbesar, jawaban terbanyak dinyatakan dari informasi berasal dari teman (53,85%). Sedangkan jawaban terbanyak kedua informasi berasal dari keluarga (33,08%). Jawaban ketiga adalah tidak menjawab sebesar 6,92%, ini tidak bisa diambil patokan untuk penelitian, maka akan diambil nantinya yang lebih rendah dari itu yakni dari media sosial sebesar 2,31%. Untuk hasil angket nomor 3 dapat dilihat tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO. 3**

<b>Apa yang anda sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Pembelajaran	18	13,85
Disiplin	11	8,46
Pulang lebih awal	7	5,38
Ekstrakurikuler	24	18,46
Tidak ada / biasa saja	12	9,23
Dekat dengan Rumah	3	2,31
Gurunya	13	10,00
Lingkungannya	7	5,38
Fasilitas	7	5,38

Lain-lain	10	7,69
Tidak menjawab	18	13,85
<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100</b>

Dari Tabel 4 di atas dapat kita ketahui, Jawaban pertama yang terbanyak menyatakan menyukai SMK YPT karena ekstrakurikuler yang diberikan oleh SMK YPT (18,46%), jawaban kedua adalah proses pembelajarannya yakni sebesar 13,85% dan prosentase terbesar ketiga yakni sebesar 10,00% siswa tertarik dengan SMK YPT disebabkan karena guru-guru yang ada di sekolah ini. Sedangkan untuk angket nomor 4, hasilnya dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO. 4**

<b>Apa yang anda tidak sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Pembelajaran	8	6,15
Disiplin	9	6,92
Jam belajar	6	4,62
SPP	4	3,08
Tidak ada	17	13,08
Gurunya	2	1,54
Fasilitas Lapangan / Parkir	18	13,85
Fasilitas Belajar	26	20,00
Lain lain	10	7,69
Pramuka	27	20,77
Tidak menjawab	3	2,31
<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100</b>

Dari Tabel 4 di atas dapat kita ketahui, jawaban terbanyak, pertama yang tidak disenangi siswa adalah kegiatan Pramuka di SMK YPT Banjarmasin (20,77%). Hal kedua yang tidak disenangi oleh siswa di SMK YPT adalah fasilitas belajar (20,00%), dan faktor ketiga yang tidak disenangi siswa adalah fasilitas lapangan atau parker yang kurang baik (13,85%).

Berdasarkan hasil angket dari nomor 1 sampai nomor 4, dapat diambil kesimpulan bahwa promosi SMK YPT hendaknya :

- a. Promosi SMK YPT harus ikut / mendompleng di SMK-SMK Negeri yang ada di kota Banjarmasin, dengan harapan ketika anak-anak dan orang tua mereka mengetahui bahwa anaknya tidak diterima di SMK Negeri, maka secara langsung mereka akan mendaftarkan diri ke SMK YPT Banjarmasin, karena langsung buka loket pendaftaran di lokasi SMK Negeri tersebut.
- b. Turut ikut dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) secara online, meskipun alternative pilihan sekolah berada paling bawah dari SMK Negeri lainnya, dan ini sudah dilaksanakan pada tahun pelajaran 2017/2018 dengan mengikuti PPDB online, dan mendapatkan porsi pilihan yang cukup menggembirakan di atas kertas.

- c. Agar siswa selalu ingat keberadaan SMK YPT, maka kegiatan sosialisasi SMK YPT ke sekolah-sekolah tetap harus dilaksanakan, walaupun ada kenyataan pada angket nomor 2, ternyata siswa mengetahui keberadaan SMK YPT dari sosialisasi kecil persentasenya yakni sebesar 0,77%. Namun tidak berarti kegiatan sosialisasi harus dikurangi.
- d. Pada angket nomor 2, siswa mengenal SMK YPT Banjarmasin ternyata lebih banyak dari teman, kita dapat menyimpulkan teman terdekat dan keluarga mempunyai pengaruh penting bagi siswa untuk memilih SMK YPT sebagai sekolah lanjutan mereka setelah menamatkan SMP/MTs. Hal ini dijawab dengan langkah promosi yang kita berikan kepada mereka secara terus menerus, dan promosi yang bisa terus menerus sampai ujung tahun adalah promosi melalui **kalender**. Untuk inilah kalender yang bergambar tentang kegiatan sekolah mulai agustus 2017 tersebut, diberikan ke seluruh siswa dan siswa diperintahkan untuk memasang kalender tersebut di rumah mereka
- e. Promosi melalui kalender juga tidak hanya ditujukan kepada siswa siswa semata, namun juga ditujukan kepada masyarakat dengan memberikan kalender secara gratis ke sekolah-sekolah, warung-warung, maupun masyarakat terdekat.
- f. Pada angket tentang ekstra kuler, terlihat siswa menyenangi sekolah ini. Walaupun kita mengetahui ekstra kurikuler yang ada di sekolah sekolah hampir sama, namun di SMK YPT memiliki ekstra kurikuler yang berbeda dengan sekolah lain, yakni adanya Rumah Belajar Samsung (RBS) atau yang sekarang ini dikembangkan menjadi Samsung Tech Institute (STI), maka keberadaan ini harus dijelaskan kepada calon-calon siswa baru, dalam langkah penjelasan ini dimasukkan ketika sosialisasi ke sekolah-sekolah maupun melalui brosur yang ada (contoh brosur bisa dilihat dilampiran). Selain tentang RBS atau STI, ada juga satu ekstrakurikule yang cukup menarik di SMK YPT adalah kursus menyetir mobil gratis yang diberikan kepada siswa-siswa SMK YPT Banjarmasin semua jurusan, dan diharapkan mereka setelah lulus dari sekolah ini sudah bisa mengemudi mobil dengan aman.
- g. Pada angket nomor 3, disinggung apa yang disukai dari SMK YPT Banjarmasin adalah pembelajaran dan guru-guru yang mengajar. Maka hal ini juga hendaknya dipromosikan ketika sosialisasi di sekolah dan masyarakat bahwa pembelajaran di SMK YPT yang tergolong sekolah swasta, bukanlah pembelajaran yang tidak serius, karena proses pembelajaran diperhatikan dan guru-guru yang ada cukup perhatian kepada siswa-siswa mereka yang memiliki gangguan dalam proses pembelajarannya.

## 2. Hasil Angket Tahun 2018

Adapun hasil dari angket tersebut dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 5. **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO. 1**

<b>Kenapa anda memilih bersekolah di SMK YPT Banjarmasin ?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Pilihan Sendiri	55	34,81

<b>Kenapa anda memilih bersekolah di SMK YPT Banjarmasin ?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Tidak Lulus di SMK Negeri	40	25,32
Piihan Orang Tua	6	3,80
Dekat dengan tempat tinggal	26	16,46
Sekolahnya bagus dan Disiplin	12	7,59
Ingin Meraih Prestasi	3	1,90
Ingin Mendapatkan Pengalaman	3	1,90
Tidak Full day	4	2,53
Tidak menggunakan NEM	2	1,27
Terlambat mendaftar di sekolah lain	1	0,63
Cepat dapat kerja	3	1,90
Lain-lain	3	1,90
<b>Jumlah</b>	<b>158</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 5 di atas, terlihat jawaban terbanyak atas pertanyaan mengapa memilih bersekolah di SMK YPT Banjarmasin, yang pertama menyatakan merupakan pilihan sendiri sebanyak 34,81%. Sedangkan siswa yang menyatakan bahwa memilih sekolah ini karena tidak lulus di SMK Negeri mencapai 25,32%. Sedangkan urutan ketiga disebabkan sekolah ini berdekatan dengan sekolah mereka. Namun ada yang menyatakan mengapa siswa memilih sekolah ini karena sekolahnya bagus dan berdisiplin (7,59%).

Sedangkan jawaban siswa terhadap angket nomor 2, dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6 **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO. 2**

<b>Sebelum memasuki SMK YPT Banjarmasin, darimana anda mengetahui tentang SMK YPT Banjarmasin? Apakah dari guru SMK YPT yang dating sosialisasi ke sekolah anda, media sosial, teman, keluarga, website SMK YPT Banjarmasin, surat kabar, Televisi atau guru SMP/MTs</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Sosialisasi ke Sekolah	73	46,20
Media sosial	4	2,53
Teman	31	19,62
Keluarga	28	17,72
Pendaftaran di SMK Negeri	3	1,90
Website	5	3,16
Lain-lain	14	8,86
<b>Jumlah</b>	<b>158</b>	<b>100</b>

Terlihat bahwa siswa mengetahui keberadaan SMK YPT Banjarmasin lebih dominan melalui sosialisasi ke sekolah mereka di SMP/MTs yakni sebesar 46%, sementara jawaban terbanyak kedua, siswa mengetahui sekolah ini dari teman sebanyak 19,62%. Dan jawaban ketiga, siswa mengetahui keberadaan SMK YPT ini berasal dari keluarga siswa sendiri, jawaban siswa sebanyak 17,72%

Sementara itu, jawaban siswa terhadap angket nomor 3, dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 7 **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO. 3**

<b>Apa yang anda sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Gurunya	18	11,39
Sekolahnya bagus	13	8,23
Tidak Fullday	2	1,27
Ekstrakurikuler	28	17,72
Prestasi	3	1,90
Disiplin	15	9,49
Jurusannya	28	17,72
Tidak ada	5	3,16
Fasilitasnya	21	13,29
Senang saja	1	0,63
Siswinya	1	0,63
Mudah cari kerja	3	1,90
Kebersihannya	3	1,90
Religius	4	2,53
Kegiatan bakti sosial	1	0,63
Cara belajarnya	3	1,90
Kakak kelas	1	0,63
Lain-lain	8	5,06
<b>Jumlah</b>	<b>158</b>	<b>100</b>

Dari tabel 8 tersebut di atas, ada yang disukai dari SMK YPT Banjarmasin. Pertama karena jurusan yang dibuka di sekolah ini (17,72%), dan urutan kedua menyatakan karena ekstrakurikulernya (17,772%), sedangkan yang ketiga siswa tertarik karena gurunya yakni sebesar (11,39%). Sedangkan untuk jawaban siswa terhadap angket nomor 4, distribusinya dapat dilihat pada tabel 8 berikut ini.

Tabel 8 **DISTRIBUSI JAWABAN TERHADAP ANGKET NO. 4**

<b>Apa yang anda tidak sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Lahannya kurang luas	2	1,27
Ruangan kelas yang panas	12	7,59
Kakak kelasnya	16	10,13
Tidak ada	60	37,97
Muridnya nakal	3	1,90
Tidak setuju pramuka hari kamis	12	7,59
Parkir kecil	21	13,29
Parkiran dan kantin	6	3,80

<b>Apa yang anda tidak sukai dari SMK YPT Banjarmasin? Kenapa?</b>		
Jawaban Siswa	Jumlah	Persentase
Banyak sampah	2	1,27
Fasilitas kurang	13	8,23
Pelajarannya	1	0,63
Aturan memakai sepatu	1	0,63
Bunyi sepeda motor siswa	1	0,63
Masuk terlalu pagi	1	0,63
Istrahatnya	2	1,27
Sabtu tidak libur	3	1,90
Toilet kurang bersih	2	1,27
<b>Jumlah</b>	<b>158</b>	<b>100</b>

Jawaban mayoritas siswa menyatakan tidak ada yang tidak disukai siswa, sebanyak 37,97%. Namun jawaban ini kita anggap tidak sah, karena yang diinginkan adalah penjaringan jawaban siswa terhadap kekurangan dari SMK YPT Banjarmasin. Bila maka jawaban kedua dianggap mejadi jawaban yang pertama, begitu seterusnya maka presentase terbesar yang tidak disenangi siswa atas SMK YPT Banjarmasin adalah lahan parkir yang sempit (13,29%), kedua adalah kakak kelasnya (10,13%) dan ketiga adalah ruangan kelas yang panas (7,59%).

Berdasarkan hasil angket dari nomor 1 sampai nomor 4, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- Siswa yang memilih SMK YPT berdasarkan pilihannya sendiri, pada tahun 2018 ini banyak merupakan pilihan mereka sendiri (34,81%). Ini menunjukkan bahwa siswa atau calon siswa sudah mengetahui keberadaan dari SMK YPT Banjarmasin, sehingga mereka memutuskan untuk mendaftar di sekolah ini. Hal ini dapat disimpulkan, bahwa target siswa baru harus banyak disampaikan informasi tentang SMK YPT, dan menunjukkan sosialisasi ke sekolah harus tetap dipertahankan.
- Pilihan SMK YPT juga disebabkan tidak lulus di SMK Negeri, ini bisa diterjemahkan ketika siswa melihat papan pengumuman mereka tidak diterima di SMK Negeri, mereka akan mencari sekolah swasta untuk menampung mereka, dan inilah saat yang tepat bagi SMK YPT Banjarmasin untuk melaksanakan promosi di saat / waktu kelulusan atau saat pendaftaran online. Artinya, untuk kegiatan PPDB online maka SMK YPT wajib untuk ikut.
- Siswa SMK YPT di tahun 2018 juga mengetahui keberadaan SMK ini dari teman dan saudara mereka, untuk ini sosialisasi yang cocok digunakan adalah pemberian kalender sekolah kepada seluruh siswa SMK YPT Banjarmasin, dan mengharapkan mereka memasanginya di rumah siswa, sehingga keluarga atau teman mereka akan melihat keberadaan sekolah ini melalui kalender tahunan tersebut.
- Bila mencermati kesukaan siswa terhadap SMK YPT Banjarmasin, yakni masih ada dua hal yang sama, pertama tentang jurusan (17,72%), dan yang kedua tentang ekstrakurikuler (17,72%). Hal ini dapat diartikan

bahwa pembukaan jurusan baru yang dilakukan oleh SMK YPT Banjarmasin pada tahun pelajaran 2018/2019 mendapat tanggapan dari masyarakat khususnya calon siswa baru.

- e. Hal yang sama pada kegiatan ekstra kurikuler di SMK YPT Banjarmasin, masih menjadi bagian yang disenangi oleh siswa SMK YPT Banjarmasin, ini berarti ekstra kurikuler yang sudah ada hendaknya dimaksimalkan seperti ekstrakurikuler rumah belajar Samsung atau Samsung Tec. Institute. Termasuk di dalamnya ekstrakurikuler belajar mengemudi bagi seluruh siswa.
- f. Ketertarikan siswa terhadap sekolah juga ditunjang oleh guru-guru SMK YPT Banjarmasin yang profesional dalam pembelajaran dan pendidikan, ini berimplikasi bahwa peningkatan keprofesionalan guru-guru yang ada di SMK YPT Banjarmasin hendaknya dapat ditingkatkan lebih lagi.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penentuan strategi promosi SMK YPT Banjarmasin dari tahun ke tahun dilakukan berdasarkan hasil angket yang disebarkan kepada setiap siswa baru di sekolah tersebut.
2. Hasil angket yang dianalisa menggambarkan kecenderungan siswa baru mendaftarkan diri mereka ke SMK YPT Banjarmasin.
3. Hasil angket dari tahun ke tahun bersifat dinamis, ini mengakibatkan strategi promosi juga harus ditingkatkan berdasarkan perubahan tersebut, tanpa meninggalkan strategi promosi yang telah di laksanakan pada tahun sebelumnya.
4. Keberadaan ekstrakurikuler di SMK YPT Banjarmasin merupakan salah satu daya tarik bagi siswa baru tersebut.
5. Penambahan jurusan baru di SMK YPT Banjarmasin menambah minat siswa untuk mendaftarkan diri di sekolah ini.
6. Keterbatasan lahan di SMK YPT Banjarmasin menjadi faktor utama ketidakpuasan siswa, karena keterbatasan lahan menyebabkan lahan parkir yang terbatas dan daya tampung kantin yang tidak kondusif.

Dari pembahasan sebelumnya di sarankan sebagai berikut :

1. Penggunaan angket untuk melihat ketertarikan siswa terhadap SMK YPT harus dipertahankan, karena bisa dijadikan alat evaluasi terhadap kegiatan promosi sekolah.
2. SMK YPT hendaknya memperbanyak jurusan yang ada, sehingga siswa lebih banyak pilihannya untuk bersekolah di sekolah ini.
3. Pengembangan lahan SMK YPT sudah sangat mendesak untuk dipindahkan ke lahan yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence, *Periklanan Promosi; Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5, Jakarta: Erlangga,

- 2000.
- Ahmadi, Abu dan Joko Tri Prasetya, *Strategi Belajar Mengajar*, Jakarta: Pustaka Setia, 2003.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bina Aksara, 1990.
- Driyarkara, *Tentang Pendidikan*, Yogyakarta: Kanisius, 1980.
- Forsyth, Patrick, *Manajemen Penjualan*, Jakarta: Elekmedia Komputindo, 1993.
- Kotler, Philip, *Dasar-dasar Pemasaran*, edisi II, Jakarta: Intermedia, 1983.
- Kotler, Philip, *Marketing Insight from A to Z*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 1996.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, Jakarta: Prenhallindo, 1998.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi kedelapan, jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi delapan, Jilid 2, Jakarta: Erlangga, 2001.
- Kountur, Ronny, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PPM, 2005.
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi; Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2007.
- Lee, Monle dan Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Jakarta : Kencana, 2007.
- Moore, H. Frazier, *Humas; Membangun Citra dengan Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Muhaimin, dkk., *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Munandar, M., *Budgeting; Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja*, Yogyakarta: BPFE, 1998.
- Noviyanti, *Strategi Promosi Lembaga Pendidikan Islam dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa*, Jakarta: Jurusan KI-Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Syarif Hidayatullah, 2007.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Rusyan, A. Tabani, dkk., *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Cet.ke-10, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Swastha DH, Basu, *Azas-azas Marketing*, edisi III, Yogyakarta: Liberty, 1984.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 1998.
- Winardi, *Promosi dan Reklame*, Bandung: Mandar Maju, 1992.

