

**Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa
Di SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar**

Darul Sundariani

Program Pascasarjana, Universitas Gajayana, Indonesia

e-mail : darul.sundariani@gmail.com

***Abstract:** Marketing communication is an activity to establish communication that aims to help marketing activities. The marketing communication that is used as a strategy in increasing the number of students means that communication is woven to market educational institutions so that they can increase the number of students in these educational institutions every year. Marketing communication is also used in educational institutions. Namely with educational institutions offering the best educational services and facilities they have to meet the needs and desires of prospective students. This indicates that the seriousness of the management of private education institutions to attract sympathy for prospective students because students are one source of funding for private education institutions. But in reality today there are also many educational institutions that do not operate anymore or no longer offer educational services, one of which is due to a lack of interest in prospective students who enroll in the relevant educational institutions. One of the reasons is poor marketing communication so that the interest of prospective students becomes less. So with good marketing communication it will always increase the number of students in educational institutions every year.*

***Keywords:** Marketing Communication, Increasing the Number of Students*

PENDAHULUAN

Di dalam UU No. 20/2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, tercantum pengertian pendidikan yaitu pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya sehingga memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan oleh dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara.

Oleh karena itu, pendidikan memberikan modal potensial kepada peserta didik untuk berinteraksi dan berkiperah dalam kehidupan masyarakat. Ini merupakan modal tambahan yang dihasilkan secara realistik dan faktual dari proses kegiatan pendidikan yang bergerak mentransformasikan pengetahuan, kemampuan, dan kecakapan. Di samping itu, pendidikan tentu melestarikan bahkan berusaha mengembangkan modal dasar atau modal utama berupa potensi bawaan yang dimiliki oleh individu masing-masing peserta didik untuk dapat tumbuh dan berkembang subur secara maksimal.

Begitu pentingnya pendidikan dalam masyarakat, untuk itu harus diupayakan untuk memberikan pekayaan pendidikan yang bermutu dan berkualitas. Berkualitas atau tidaknya sebuah lembaga pendidikan juga berpengaruh pada jumlah siswa. Semakin berkualitas sebuah lembaga pendidikan maka akan semakin banyak pulalah jumlah siswanya.

Dalam dunia pendidikan, siswa merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam proses pembelajaran di sekolah. Untuk itu keberadaan siswa menjadi syarat utama dalam sebuah lembaga pendidikan. Sehingga setiap sekolah berlomba-lomba untuk mendapatkan siswa yang banyak. Sehingga harus ada suatu cara yang digunakan untuk menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan putra putrinya di lembaga pendidikan tersebut.

Seiring perkembangan zaman, masyarakat telah mampu menilai lembaga pendidikan yang berkualitas. Masyarakat berasumsi dengan memilih lembaga pendidikan yang berkualitas maka putra-putri mereka mampu meningkatkan sumber daya manusia untuk

berkompetisi di era globalisasi. Hal tersebut mengindikasikan kepada para pengelola lembaga pendidikan untuk memahami betapa pentingnya menciptakan lembaga pendidikan yang berkualitas. Salah satu upaya untuk menarik minat masyarakat adalah menginformasikan program unggulan lembaga pendidikan kepada masyarakat, karena apabila tidak dapat menginformasikan secara baik, minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan yang bersangkutan tersebut juga kurang.

Menurut Kotler dan Keller (2008:172), "Komunikasi merupakan sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi yang baik harus dapat dipahami, karena hal ini berhubungan dalam pengambilan keputusan. Betapapun baiknya ide seseorang, apabila tidak mampu mengkomunikasikannya maka ide tersebut tidak akan terwujud. Terlebih pada era globalisasi yang penuh persaingan sehingga menuntut adanya kemampuan komunikasi yang efektif.

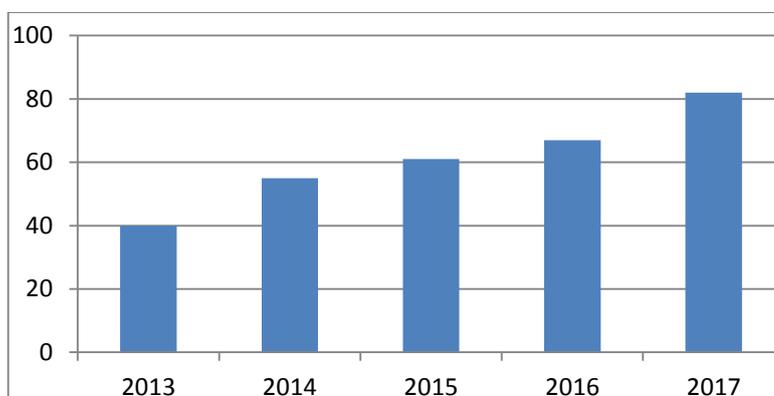
Mudahnya masyarakat dalam mengakses media cetak maupun elektronik menimbulkan sikap keseriusan bagi para pengelola lembaga pendidikan dalam upaya memperbaiki kualitas produk secara berkelanjutan, hal ini dilakukan juga oleh semua pesaingnya. Konsep dasar yang dapat dijadikan sebagai analisis bagi pemasaran pendidikan adalah konsep pasar. Pemasaran yang lebih dikenal dengan istilah "*marketing*" adalah suatu metode baru untuk memajukan dan mengembangkan potensi sebuah organisasi dengan memusatkan sasaran atau target kepada masyarakat yang benar-benar membutuhkan layanan jasa lembaga sekolah, maka dari itu manajemen pemasaran yang baik menjadi kunci sustainability terhadap pembaharuan pendidikan.

Semakin berkembangnya zaman persaingan antar lembaga pendidikan negeri maupun swasta semakin ketat. Lembaga pendidikan semakin agresif dalam melakukan kegiatan promosi untuk berkompetisi menarik simpati calon siswa. Berbagai bentuk maupun cara mereka gunakan dalam kegiatan promosi. Perkembangan teknologi sekarang ini sangat membantu dalam kegiatan promosi, salah satunya adalah menggunakan web sekolah dan sosial media seperti facebook dan lain-lain, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi yang ingin dicari.

Lembaga pendidikan berupaya menawarkan layanan jasa pendidikan yang terbaik dan fasilitas yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan calon siswanya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keseriusan bagi pengelola lembaga pendidikan swasta untuk menarik simpati calon siswa karena siswa merupakan salah satu sumber dana lembaga pendidikan swasta. Namun dalam kenyataannya sekarang ini banyak pula lembaga pendidikan yang tidak beroperasi lagi atau tidak lagi menawarkan jasa pendidikannya, salah satunya dikarenakan oleh kurangnya minat calon siswanya yang mendaftar ke lembaga pendidikan bersangkutan.

Salah satu penyebabnya adalah komunikasi pemasaran yang kurang baik sehingga minat calon siswanya menjadi kurang. Komunikasi pemasaran yang masih tradisional, kurang inovasi, dan ketertarikan isi pesan terhadap informasi yang diberikan dapat menjadi penyebab kurangnya ketertarikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan yang bersangkutan. Maka dari itu komunikasi pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam kegiatan pemasaran untuk dapat menunjang suatu keberhasilan lembaga/instansi agar dapat menembus target atau sasarannya dalam menghadapi persaingan.

SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar merupakan salah satu lembaga dibawah yayasan yang menggunakan strategi komunikasi pemasaran untuk menarik minat calon siswa sehingga bersedia mendaftarkan diri ke SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar. Selain itu dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran dapat diketahui bahwa jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berikut perkembangan jumlah siswa SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar dari tahun 2013-2017:



Bagan. Perekembangan Jumlah Siswa SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar Tahun 2013-2017

SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar adalah bagian dari mitra pemerintah untuk memajukan pendidikan di Indonesia. Secara ringkas Mambaul Hisan adalah pondok pesantren dengan pendidikan *Tafaqquh Fiddin* yang berada dalam naungan yayasan Shodiq Damanhuri (YASODAM). Sejarah berdirinya pondok pesantren Mambaul Hisan berawal dari telah didirikannya pondok APIS (Asrama Perguruan Islam Salafiyah) pada tahun 1933 M yang didirikan oleh maha guru Muhammad Djamhuri, kemudian setelah beliau menunaikan ibadah haji berganti K.H. Shodiq Damanhuri yang terkenal dengan Kyai Sanan. Pondok Pesantren Mambaul Hisan memiliki beberapa cabang pondok dan di wilayah Gondang terdiri dari empat cabang diantaranya, (1) Pondok TK Al-Qur'an Mambaul Hisan; (2) Pondok SD Mambaul Hisan; (3) Pondok SMP Mambaul Hisan; (4) Pondok SMK Mambaul Hisan.

Namun dibalik itu semua, Mambaul Hisan juga dituntut untuk bisa berkembang secara maksimal dan menghasilkan lulusan yang berkualitas, baik secara intelektualias, moralitas maupun kemandirian hidup. Terlebih dengan semakin menjamurnya lembaga pendidikan yang serupa dengan Mambaul Hisan jika tidak diimbangi dengan strategi pemaasaran yang baik maka akan tertinggal dengan lembaga pendidikan lainnya. Dan peminat SMK Mambaul Hisan dari tahun ke tahun kian meningkat. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk melihat dan mempelajari lebih dalam terkait dengan strategi SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar ini dalam mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di SMK Mambaul Hisan Kabupaten Blitar ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif ialah rangkaian kegiatan atau proses menjanging informasi dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu objek, dihubungkan dengan suatu masalah, baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis (Shaleh, 2008:80). Penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasan sendiri dan berhubungan dengan orang tersebut dalam bahasa dan peristilahannya. Penelitian deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka (Moelong, 2004:85). Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia (Moelong, 2004:91).

Dalam penelitian ini data diperoleh melalui tiga cara yaitu wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari reduksi data, penyajian data dan verifikasi. Kemudian pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi, perpanjangan keikutsertaan dan pemeriksaan teman sejawat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar baik dari implementasinya hasilnya serta berbagai kendala yang harus dihadapi serta faktor-faktor pendukung telah membuktikan bahwa strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar telah membuahkan hasil terbukti dengan meningkatnya jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar setiap tahunnya.

Peningkatan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar setiap tahunnya memang belum menunjukkan angka yang signifikan namun telah membuktikan bahwa adanya perkembangan yang lebih baik mengenai jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar ini. Dengan semakin bertambahnya jumlah siswa juga sekaligus membuktikan bahwa adanya perkembangan yang lebih baik dari segi akademik, fasilitas dan sarana prasarana di SMK Mambaul Hisan Blitar yang menyebabkan masyarakat mulai memperhitungkan SMK Mambaul Hisan Blitar untuk menjadi target lembaga pendidikan yang akan dituju.

Dalam meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar terdapat badan pembina untuk peningkatan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar. Hal ini diperuntukkan agar dalam program peningkatan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar setiap tahunnya dapat terprogram dengan baik, dapat terlaksana dengan baik, dan dapat terealisasi dengan baik dengan hasil yang memuaskan. Peran serta dan tugas pokok badan pembina untuk peningkatan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar yaitu antara lain :

- a. Pengawas berperan sebagai motivator kepala sekolah, serta GTK untuk melakukan strategi yg tepat dan kreatif dalam menarik simpati masyarakat melalui peningkatan prestasi, baik akademik maupun non akademik.
- b. Membina kepala sekolah dan guru sebagai tugas pokok pengawas, untuk senantiasa meningkatkan mutu pembelajaran, melalui bimbingan yg efektif dan terprogram.
- c. Melakukan monev terprogram terhadap upaya peningkatan mutu sekolah, melalui pemenuhan 8 standar nasional.
- d. Bekerja sama dengan DUDI dalam rangka penyerapan lulusan.

Badan pembina peningkatan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar juga bertugas untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada seluruh staf di SMK Mambaul Hisan Blitar sehingga SMK Mambaul Hisan Blitar dapat terus maju dan berkembang. Bimbingan dan arahan diberikan oleh badan pembina peningkatan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar kepada seluruh staf dikarenakan ada beberapa sebab, antara lain yaitu :

- a. Budaya pondok masih melekat berpengaruh terhadap kinerja GTK dan Kepala Sekolah.
- b. Pengalaman tertib beradministrasi lemah.
- c. Sistem kelembagaan dan organisasi belum tertata baik.

Dukungan dan motivasi yg diberikan pengawas pembina untuk mengatasi kendala di SMK Mambaul Hisan Blitar. Karena dengan adanya dukungan serta motivasi maka kinerja seluruh staf di SMK Mambaul Hisan Blitar akan terus terjaga, terkontrol serta bertambah etos kerjanya. Adapun kendala yang dimaksud disini antara lain yaitu :

- a. SDM relatif rendah dan belum standar nasional.
- b. Sarana dan prasarana di SMK Mambaul Hisan Blitar belum standar nasional.
- c. Komitmen yayasan dalam mutu masih rendah.
- d. Potensi managerial Kepala Sekolah masih rendah.
- e. Sumber pembiayaan rendah.

Namun adanya berbagai kendala tersebut tidak menjadikan SMK Mambaul Hisan Blitar menjadi pesimis dan terpuruk, tetapi justru kendala yang ada tersebut menjadi motivasi bagi SMK Mambaul Hisan Blitar untuk terus bangkit dan terus memperbaiki diri sehingga SMK Mambaul Hisan Blitar menjadi terus maju dan berkembang seiring dengan berjalannya waktu hingga sampai kini.

Melihat situasi dan kondisi yang terjadi serta dari pengalaman yang ada maka dalam penganalisisan SWOT di SMK Mambaul Hisan Blitar harus lebih dipertajam guna untuk mengantisipasi adanya hal-hal yang tidak diinginkan serta mendukung berkembangnya SMK Mambaul Hisan Blitar tersebut. Analisis SWOT meliputi penganalisisan dalam bidang kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Kekuatan di SMK Mambaul Hisan Blitar dapat dijadikan sumber maju dan berkembangnya SMK Mambaul Hisan Blitar bersama dengan peluang yang ada agar tidak disia-siakan dan dapat menjadi batu loncatan bagi SMK Mambaul Hisan Blitar untuk terus berbenah diri. Sementara kelemahan yang ada harus segera diatasi dan diantisipasi agar tidak menjadi ancaman bagi SMK Mambaul Hisan Blitar di masa yang akan datang.

Salah satu yang menjadi kekuatan dari SMK Mambaul Hisan Blitar yaitu SMK Mambaul Hisan Blitar memiliki lahan yang luas sehingga dapat dimanfaatkan untuk menunjang kemajuan dan perkembangan SMK Mambaul Hisan Blitar. selain itu pengelolaan keuangan BOS menjadi otoritas Kepala Sekolah, sehingga Kepala Sekolah memiliki hak penuh untuk mengelola dana BOS yang ada untuk kemajuan dan perkembangan SMK Mambaul Hisan Blitar sesuai dengan kebijakan Kepala Sekolah. Dengan adanya kekuatan tersebut maka dapat diolah menjadi sebuah peluang yang sangat menjanjikan yaitu dengan adanya lahan yang luas maka SMK Mambaul Hisan Blitar dapat berpotensi untuk mengembangkan sekolah secara modern serta dapat berkembang dengan seluas-luasnya.

Namun hal tersebut tidak lantas menjadikan SMK Mambaul Hisan Blitar menjadi kuat, karena ada beberapa kelemahan yang menyebabkan terhambatnya perkembangan kemajuan SMK Mambaul Hisan Blitar tersebut. Salah satu diantaranya yaitu SMK Mambaul Hisan Blitar memiliki sumber pembiayaan yang rendah. Dana dan pembiayaan memang hal yang sangat sakral dalam sebuah lembaga apalagi lembaga tersebut ingin terus berkembang dan maju, maka sangat membutuhkan dana yang sangat besar. Jika sumber pendanaan dan pembiayaan lemah, tentu saja hal ini akan menjadi ancaman yang sangat besar bagi lembaga pendidikan tersebut. Ditambah lagi di SMK Mambaul Hisan Blitar ada beberapa manajemen pondok yang dapat menghambat perkembangan sekolah.

Dengan menganalisis SWOT yang ada di SMK Mambaul Hisan Blitar tersebut, maka pengelolaan sekolah dan pengambilan kebijakan harus lebih hati-hati lagi dan harus pandai-pandai dalam membaca situasi dan kondisi untuk mencari peluang yang baik. Dan ini menjadi salah satu prioritas utama SMK Mambaul Hisan Blitar yaitu untuk terus berbenah diri dan berkembang demi memberikan pelayanan pendidikan yang terbaik.

Selain itu Dinas Pendidikan Propinsi telah mengatur nomenklatur, susunan organisasi serta fungsi dan tata kerja cabang dinas pendidikan propinsi Jawa Timur. Dinas Pendidikan memiliki tiga sub bagian antara lain yaitu Kepala Cabang Dinas, Sub bagian Tata Usaha Cabang Dinas dan Seksi Pendidikan Menengah Atas, Menengah Kejuruan, Pendidikan Khusus dan Pendidikan Layanan Khusus. Cabang Dinas Pendidikan merupakan unsur pelaksana Dinas Pendidikan Provinsi yang dipimpin oleh seorang Kepala Cabang Dinas salah satunya yaitu cabang dinas pendidikan Blitar.

Sedangkan sub bagian tata usaha cabang dinas mempunyai tugas yaitu :

- a. Melaksanakan pemutakhiran dan validasi data pendidikan/kependidikan menengah dan Pk-LK secara terstruktur.
- b. Melaksanakan penerimaan, pendistribusian, penggandaan, pengiriman surat-surat dan pengarsipan naskah-naskah di cabang dinas.
- c. Melaksanakan urusan rumah tangga cabang dinas.
- d. Melaksanakan urusan keuangan, kepegawaian dan perlengkapan cabang dinas.
- e. Melaksanakan tugas dibidang hubungan masyarakat dan lintas sektoral.
- f. Melaksanakan reinvebtarisasi pengadaan, penyaluran buku pelajaran serta sarana dan prasarana pendidikan.
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala cabang dinas.

Seksi Pendidikan Menengah Atas, Menengah Kejuruan, Pendidikan Khusus dan Pendidikan Layanan Khusus mempunyai tugas :

- a. Melaksanakan peningkatan mutu, relevansi, efisiensi dan efektivitas pengelolaan pendidikan menengah atas, menengah kejuruan, pendidikan khusus dan layanan khusus.
- b. Melaksanakan pemantauan, evaluasi dan bimbingan teknis dalam pengelolaan pendidikan menengah atas, menengah kejuruan, pendidikan khusus dan layanan khusus berdasarkan delapan standar nasional pendidikan nasional.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, kepala cabang dinas, kepala sub bagian tata usaha dan kepala seksi wajib menerepakan prinsip koordinasi, inetgrasi dan sinkronisasi baik dalam lingkungan masing-masing maupun natar satuan organisasi di lingkungan pemerintah propinsi serta instansi lain di luar pemerintah propinsi sesuai dengan tugas pokoknya masing-masing.

Setiap pimpinan satuan organisasi wajib mengawasi bawahannya masing-masing dan bila terjadi penyimpangan akan mengambil langkah-langkah yang diperlukan. Setiap pimpinan satuan organisasi bertanggungjawab memimpin dan mengkoordinasikan bawahan masing-masing serta memberikan bimbingan, petunjuk, bagi pelaksanaan tugas bawahannya. Setiap laporan yang diterima oleh pimpinan satuan organisasi dan bawahannya wajib diolah dan dipergunakan sebagai bahan untuk penyusunan laporan lebih lanjut dan untuk memberikan lebih lanjut dan untuk memberikan petunjuk kepada bawahannya.

Adanya peraturan gubernur Jawa Timur tentang nomenklatur, ssunan organisasi dan uraian tugas dan fungsi serta tata kerja cabang dnas pendidikan propinsi Jawa Timur menjelaskan adanya kerja sama yang baik antara lembaga pendidikan an juga pihak pemerintah setempat guna untuk memajukan suatu lembaga pendidikan. Hal inipun juga yang diberlakukan di SMK Mambaul Hisan Blitar. SMK Mambaul Hisan Blitar juga menjalin hubungan komunkiasi yang baik dengan pemerintah setempat serta menjalin hubungan kerjasama yang baik.

Dengan demikian perkembangan dan kemajuan di SMK Mambaul Hisan Blitar dapat dibuktikan dan dipertanggungjawabkan kepada dinas setempat. Inilah yang menjadi bukti kepada masyarakat sekitar tentang keunggulan dan kerjasama yang dibangun oleh SMK Mambaul Hisan Blitar dengan baik dan akan menghasilkan yang terbaik pula.

Selain menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah setenpat, maka SMK Mambaul Hisan Blitar juga menjalin hubungan kerjasa yang baik pula dengan masyarakat sekitar. Hal ini guna untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat dan menarik simpati masyarakat tentang SMK Mambaul Hisan Blitar. Slah satu yang dilakukan SMK Mambaul Hisan Blitar yaitu dengan melibatkan masyarakat di beebepara kegiatan SMK Mambaul Hisan Blitar sehingga masyarakat menjadi lebih dekat dan mengenal SMK Mambaul Hisan Blitar lebih dekat lagi.

Hubungan yang baik dan harnonis dengan siswa SMK Mambaul Hisan Blitar juga akan menghantarkan siswa SMK Mambaul Hisan Blitarmenuju gerbang kesuksesan. Output yang baik dari SMK Mambaul Hisan Blitar akan menjad bukti keseriusan dan keunggulan SMK Mambaul Hisan Blitar dalam bidang pendidikan yang mampu menjawab tantangan dunia kerja. Dan memang inilah yang dijanjikan oleh SMK Mambaul Hisan Blitar.

SMK Mambaul Hisan Blitar masih dalam tahap proses untuk berkembang dan masih berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk siswa SMK Mambaul Hisan Blitar. Termasuk selalu berinovasi dalam bidang akademik, meningkatkan fasilitas, sarana dan prasaranan serta mengadakan berbagai kerjsama yang dapat menguntungkan untuk siswa SMK Mambaul Hisan Blitar.

Dengan demikian memang patutlah SMK Mambaul Hisan Blitar menjadi salah satu tujuan masyarakat untuk menyekolahkan putra putri mereka. Meskipun ada beberapa kendala yang menghambat jalannya implementasi strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar tetapi tetap dapat diatasi dan tidak menimbulkan akibat yang fatal dan merugikan. Serta dengan di dukung beberapa faktor pendukung jalannya implementasi strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar menjadikan SMK Mambaul Hisan Blitar terus berkembang dan berbenah menjadi lebih baik lagi serta mampu bersaing dengan lembaga pendidikan formal favorit lainnya.

SIMPULAN

Implementasi strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar dilakukan baik secara internal yaitu dengan strategi bauran pemasaran 4P dan juga teori IMC maupun secara eksternal yaitu dengan pendekatan kepada pemerintah, masyarakat dan juga siswa.

Hasil dari strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar sangat memuaskan karena telah terbukti jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar meningkat setiap tahunnya.

Kendala yang dihadapi SMK Mambaul Hisan Blitar untuk mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah siswa di SMK Mambaul Hisan Blitar yaitu kurangnya minat masyarakat untuk menyekolahkan putra putri mereka di pondok pesantren dan juga lembaga pendidikan berbentuk SMK. Sedangkan faktor pendukung nya yaitu banyak masyarakat yang menginginkan putra putrinya untuk mondok di pondok pesantren namun tetap dapat mengenyam pendidikan di bangku sekolah formal, selain itu SMK Mambaul Hisan Blitar juga selalu berinovasi untuk memberikan pendidikan yang terbaik untuk siswanya baik secara akademik maupun fasilitas serta sarana dan prasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- A Shimp, Terence. 2004. *Periklanan dan Promosi Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Duncan. 2005. *Principles of Advertising*. Bandung: PT. Bumi Aksara.
- Febriana, Widia. 2015. Jurnal ilmiah: Memahami Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Brizzi PT Bank BRI, Tbk. Kanwil Semarang. (The Messenger Public, Vol. VII No. 2)
- Goh, Sunprony T.H dan Khoo KhengHor, 2003. *Marketing Wise, Jakarta, Bhuna Ilmu Populer. Hadi, Sutrisno. 2004. Metode Research*. Yogyakarta: Andi
- Gulo, W. 2002. *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Grasindo
- Kotler, Philip. 2008. *Principles of Marketing. terj. Bob Sabran. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Margono, S. 2000. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Milles, Mathew B. A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode Baru (terj.) Tjetjep Rohendi Rohidi*. Jakarta: UI Press
- Moelong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana, Evi Nursanti dan Neneng Komariah, 2017. Jurnal Ilmiah: Strategi Pemasaran Informasi Toko Buku (Studi Kasus Di Toko Buku Jatinangor, Sumedang), (Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 13 No. 2)
- Soemegara, Rd., 2006. *Strategi Marketing Communication*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono, 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Sulaksana, Uyung,. 2007. *Integrated Marketing Communication, Teks dan Kasus*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Surachmad, Winarno. 1998. *Metode Penelitian Ilmiah*. Bandung: Trasi
- Suryabrata, Sumadi. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada