

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik di SMA Negeri 1 Karangrejo*” ini ditulis oleh Hesti Meilawati, NIM. 126207203088, pembimbing Dr. H. Imam Junaris, S.Ag., M.H.I.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, Minat Peserta Didik

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh sebuah fenomena meningkatnya minat calon peserta didik baru di SMA Negeri 1 Karangrejo. Bauran pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dari lembaga ini merupakan salah satu faktornya. Dimana SMA Negeri 1 Karangrejo menggunakan strategi bauran pemasaran untuk menarik minat peserta didik baru. Dimana dalam implementasinya pasti tetap memiliki kendala dan tantangan yang harus dihadapi. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis bagaimana strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Negeri 1 Karangrejo.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Bagaimana produk bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Negeri 1 Karangrejo? (2) Bagaimana tempat bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Negeri 1 Karangrejo? (3) Bagaimana harga bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Negeri 1 Karangrejo? (4) Bagaimana promosi bauran pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik di SMA Negeri 1 Karangrejo?.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi, melibatkan teman sejawat dan mengadakan *memberchecking*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Produk dari SMA Negeri 1 Karangrejo yang ditawarkan untuk menarik minat calon peserta didik meliputi ekstrakurikuler yang beragam, sarana dan prasarana, guru yang kompeten, pembiasaan positif dan upaya memahami kemampuan siswa (2) Tempat atau lokasi SMA Negeri 1 Karangrejo yang strategis letaknya ada di pinggir jalan raya dan akses jalan yang dimiliki mudah (3) Dana yang digunakan oleh SMA Negeri 1 Karangrejo semua berasal dari pemerintah bukan tidak ada iuran dari orang tua siswa (4) Dalam menjalankan promosi SMA Negeri 1 Karangrejo membentuk kepanitiaan, memanfaatkan media sosial, mendokumentasi kegiatan sekolah.

## ABSTRACT

This thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Student Interest at SMA Negeri 1 Karangrejo" was written by Hesti Meilawati, NIM. 126207203088, supervisor of Dr. H. Imam Junaris, S.Ag., M.H.I.

**Keywords:** Marketing Mix, Learner Interest

This research is motivated by a phenomenon of increasing interest in prospective new students at SMA Negeri 1 Karangrejo. The marketing mix used to achieve the marketing objectives of this institution is one of the factors. Where SMA Negeri 1 Karangrejo uses a marketing mix strategy to attract new students. Where in its implementation, it must still have obstacles and challenges that must be faced. Therefore, it is necessary to conduct research to analyze how the marketing mix strategy in increasing students' interest in SMA Negeri 1 Karangrejo.

The formulation of the problems in writing this thesis are (1) How is the product marketing mix in increasing students' interest in SMA Negeri 1 Karangrejo? (2) How is the place marketing mix in increasing students' interest in SMA Negeri 1 Karangrejo? (3) How is the price marketing mix in increasing students' interest in SMA Negeri 1 Karangrejo? (4) How is the promotion marketing mix in increasing students' interest in SMA Negeri 1 Karangrejo.

This research uses descriptive qualitative research. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation. The data analysis techniques used are data condensation, data presentation and conclusion drawing. Meanwhile, to check the validity of the data using triangulation techniques, involving peers and conducting memberchecking.

The results of this study indicate that (1) The products of SMA Negeri 1 Karangrejo offered to attract prospective students include diverse extracurricular activities, facilities and infrastructure, competent teachers, positive habituation and efforts to understand students' abilities (2) The place or location of SMA Negeri 1 Karangrejo is strategically located on the edge of the highway and the road access is easy (3) The funds used by SMA Negeri 1 Karangrejo all come from the government, not no contributions from parents of students. (4) In carrying out the promotion, SMA Negeri 1 Karangrejo forms a committee, utilizes social media, documents school activities.

## \*\*الملخص\*\*

كُتبت هذه الرسالة بعنوان "استراتيجية المزيج التسويقي في زيادة اهتمام الطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو" من قبل هيستي ميلاوتي، رقم القيد. ١٢٦٢٠٧٢٠٣٠٨٨، تحت إشراف الدكتور الحاج إمام جونانريس، الماجستير في الدراسات الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: \*\*المزيج التسويقي، اهتمام الطلاب\*\*

تم تأطير هذا البحث بظاهرة زيادة اهتمام المرشحين الجدد للطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو. وكانت استراتيجية المزيج التسويقي المستخدمة لتحقيق أهداف التسويق لهذه المؤسسة هي إحدى العوامل. حيث تستخدم المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو استراتيجية المزيج التسويقي لجذب اهتمام الطلاب الجدد. وفي تنفيذها، لا بد أن تواجه بعض العقبات والتحديات. لذلك، من الضروري إجراء دراسة لتحليل كيفية استراتيجية المزيج التسويقي في زيادة اهتمام الطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو.

صيغت مشكلة البحث في كتابة هذه الرسالة على النحو التالي: (١) كيف يزيد المنتج من المزيج التسويقي اهتمام الطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو؟ (٢) كيف يزيد المكان في المزيج التسويقي اهتمام الطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو؟ (٣) كيف تزيد الأسعار في المزيج التسويقي اهتمام الطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو؟ (٤) كيف تزيد الترويج في المزيج التسويقي اهتمام الطلاب في المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو؟.

استخدمت هذه الدراسة نوعاً من البحث الوصفي النوعي. وتمثلت تقنيات جمع البيانات المستخدمة في الملاحظة والمقابلات والتوثيق. وتمثلت تقنية تحليل البيانات المستخدمة في تكثيف البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. أما بالنسبة للتحقق من صحة البيانات، فقد استخدمت تقنية التثليث، وإشراك الزملاء، وعقد اجتماعات التحقق

وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن (١) المنتجات التي تقدمها المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو لجذب اهتمام المرشحين الجدد للطلاب تشمل الأنشطة اللامنهجية المتنوعة، والمرافق والبنية التحتية، والمعلمين الأكفاء، والتعود الإيجابي، وجهود فهم قدرات الطلاب (٢) الموقع أو موقع المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو استراتيجي يقع على جانب الطريق السريع ويسهل الوصول إليه (٣) جميع الأموال التي تستخدمها المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو مصدرها الحكومة وليس هناك رسوم مدفوعة من آباء الطلاب (٤) في

تنفيذ أنشطتها الترويجية، شكلت المدرسة الثانوية الحكومية ١ كارانجيجو لجنة، واستفادت من وسائل التواصل الاجتماعي، ووثقت أنشطة المدرسة.