

BAB V

PENUTUP

A. Kebaruan Penelitian (Novelty)

Penelitian ini memiliki beberapa kebaruan (novelty) dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kuantitas pendaftar peserta didik baru. Kebaruan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konteks Penelitian yang Spesifik dan Lokal

Penelitian ini dilakukan di SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu, sebuah sekolah swasta Islam yang belum banyak diteliti dalam studi manajemen pendidikan. Fokus pada konteks lokal yang nyata ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan kajian manajemen pendidikan di daerah dan menjadi rujukan praktis bagi sekolah-sekolah swasta di kawasan serupa.

2. Integrasi Variabel Internal dan Eksternal Sekolah

Penelitian ini menggabungkan dua variabel utama, yaitu manajemen sarana prasarana (aspek internal) dan promosi sekolah (aspek eksternal) sebagai prediktor terhadap kuantitas pendaftar. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya meneliti salah satu variabel secara terpisah, penelitian ini menghadirkan pendekatan yang lebih menyeluruh dan strategis terhadap upaya peningkatan jumlah peserta didik baru.

3. Penguatan Kerangka Teoritis melalui Grand Theory

Penelitian ini dibangun di atas Teori Sistem (Systems Theory) sebagai grand theory, di mana sekolah dipandang sebagai sistem terbuka yang terdiri dari subsistem yang saling berkaitan. Pendekatan ini diperkuat dengan teori pemasaran pendidikan dari Kotler & Fox, serta pendekatan Total Quality Management (TQM) untuk mengkaji peran kualitas manajemen sarana dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap sekolah.

4. Pendekatan Metodologis yang Kuat dan Terkini

Penelitian ini tidak hanya menggunakan uji regresi linear berganda, tetapi juga dilengkapi dengan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas) dan metode bootstrapping sebanyak 1000 sampel untuk memperkuat keakuratan hasil. Ini menunjukkan tingkat ketelitian metodologis yang tinggi dan pemanfaatan teknik statistik lanjutan.

5. Kontribusi Praktis bagi Pengambilan Kebijakan Sekolah

Hasil penelitian ini tidak hanya bersifat akademis, tetapi juga memberikan rekomendasi aplikatif yang dapat langsung diimplementasikan oleh pihak sekolah. Di antaranya adalah penguatan sarana prasarana berbasis kebutuhan pendaftar, peningkatan strategi promosi digital yang adaptif, dan kolaborasi sinergis antara pengelolaan fasilitas dan branding sekolah.

B. Kesimpulan

1. Jumlah siswa mengalami tren penurunan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir.
2. Penurunan paling besar terjadi antara 2022/2023 ke 2023/2024 dengan total 39 siswa dalam satu semester.
3. Semester 2 tahun ajaran 2024/2025 menunjukkan stabilisasi di angka 153 siswa.

Penurunan jumlah pendaftar peserta didik baru (PPDB) di SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu dalam tiga tahun terakhir mengindikasikan adanya permasalahan dalam manajemen sarana prasarana dan strategi promosi sekolah.

Manajemen Sarana Prasarana

1. Ketersediaan dan kualitas sarana prasarana sekolah belum optimal dalam mendukung pembelajaran.

2. Kurangnya fasilitas pendukung seperti laboratorium, perpustakaan, dan ruang kegiatan siswa yang dapat meningkatkan daya tarik sekolah.
3. Pemanfaatan dan perawatan sarana prasarana belum berjalan secara maksimal, sehingga menurunkan kepuasan siswa dan orang tua.

Strategi Promosi Sekolah

1. Upaya promosi sekolah masih kurang efektif dalam menarik perhatian calon siswa dan orang tua.
2. Kurangnya pemanfaatan media digital dan strategi pemasaran berbasis komunitas yang dapat meningkatkan visibilitas sekolah.
3. Minimnya kegiatan promosi seperti open house, pameran sekolah, dan testimoni alumni yang bisa meningkatkan daya saing sekolah di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Dampak Terhadap Kuantitas Pendaftar

1. Penurunan jumlah pendaftar akibat kurangnya daya tarik fasilitas sekolah dan strategi promosi yang belum maksimal.
2. Pengaruh manajemen sarana prasarana dan promosi sekolah terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka.
3. Faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan PPDB di SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu.

Pengaruh Manajemen Sarana dan Prasarana terhadap Kuantitas Pendaftar

Berdasarkan hasil analisis regresi linear dengan metode bootstrapping sebanyak 1000 sampel, diperoleh bahwa variabel Manajemen Sarana dan Prasarana (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kuantitas Pendaftar Peserta Didik Baru (Y) di SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,382, nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$), serta interval kepercayaan 95% antara 0,250 hingga 0,526, yang tidak mengandung angka nol. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen sarana dan prasarana secara parsial memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan jumlah pendaftar di sekolah tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa fasilitas sekolah yang dikelola secara optimal, seperti ruang kelas yang nyaman, perpustakaan, laboratorium, tempat ibadah, lapangan olahraga, serta kebersihan lingkungan sekolah, menjadi salah satu pertimbangan penting bagi orang tua dan calon siswa dalam memilih sekolah. Sarana prasarana yang baik mencerminkan kesiapan sekolah dalam menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas, sehingga menciptakan daya tarik yang kuat dalam persaingan penerimaan peserta didik baru (PPDB).

Kesimpulan ini sejalan dengan teori pemasaran pendidikan yang menyatakan bahwa aspek fisik sekolah merupakan elemen “tangible” dalam kualitas layanan pendidikan, yang sangat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih institusi pendidikan. Dalam konteks ini, manajemen sarana prasarana bukan hanya menunjang kegiatan belajar mengajar, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi tidak langsung yang meningkatkan citra positif sekolah. Oleh karena itu, peningkatan dan pemeliharaan sarana secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam mendukung pertumbuhan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun.

Pengaruh Promosi Sekolah terhadap Kuantitas Pendaftar

Hasil analisis regresi linear berganda menggunakan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel Promosi Sekolah (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kuantitas Pendaftar Peserta Didik Baru (Y) di SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu. Nilai koefisien regresi untuk variabel ini sebesar 0,542, dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$), dan interval kepercayaan 95% antara 0,420 hingga 0,655 yang tidak mengandung angka nol. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin efektif strategi promosi yang dilakukan sekolah, maka semakin besar pula jumlah peserta didik baru yang mendaftar.

Promosi sekolah yang dilakukan secara terencana dan tepat sasaran berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap keunggulan sekolah. Berbagai media promosi seperti brosur, media sosial, website resmi sekolah, testimoni alumni, kegiatan pameran pendidikan,

hingga program kunjungan ke sekolah dasar mitra, menjadi sarana strategis untuk menyampaikan informasi dan kelebihan sekolah kepada publik. Kejelasan informasi, konsistensi pesan, serta pendekatan yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik sekolah di mata calon siswa dan orang tua. Kesimpulan ini memperkuat teori bahwa promosi merupakan bagian integral dari strategi pemasaran lembaga pendidikan. Sekolah tidak hanya dituntut untuk memiliki kualitas internal yang baik, tetapi juga harus mampu mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut ke luar melalui strategi promosi yang efektif. Oleh karena itu, promosi sekolah berkontribusi besar terhadap peningkatan kuantitas pendaftar, terutama dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan swasta yang semakin kompetitif. Sekolah yang aktif, adaptif, dan inovatif dalam mempromosikan diri akan lebih mudah menarik minat masyarakat luas.

Pengaruh Manajemen Sarana dan Prasarana serta Promosi Sekolah terhadap Kuantitas Pendaftar.

Secara simultan, hasil analisis regresi linear berganda dengan pendekatan bootstrapping sebanyak 1000 sampel menunjukkan bahwa kedua variabel bebas, yaitu Manajemen Sarana dan Prasarana (X1) dan Promosi Sekolah (X2), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kuantitas Pendaftar Peserta Didik Baru (Y) di SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu. Model regresi yang dihasilkan adalah: $Y = 3,182 + 0,382X_1 + 0,542X_2$

Nilai signifikansi masing-masing variabel sebesar 0,001 (< 0,05) serta interval kepercayaan 95% yang tidak mengandung angka nol, menunjukkan bahwa keduanya memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan jumlah pendaftar. Ini berarti bahwa baik kualitas pengelolaan fasilitas sekolah maupun strategi komunikasi promosi memiliki peran penting dan saling melengkapi dalam menarik calon peserta didik baru.

Menariknya, nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa Promosi Sekolah (X2) memberikan kontribusi lebih besar dibandingkan Manajemen Sarana dan Prasarana (X1). Artinya, dalam konteks persaingan lembaga

pendidikan, kemampuan sekolah untuk menyampaikan pesan, memperkenalkan keunggulan, dan menjangkau masyarakat luas lebih menentukan dalam mempengaruhi keputusan mendaftar, dibandingkan hanya dengan kualitas sarana yang dimiliki. Namun demikian, kualitas sarana tetap menjadi pondasi penting yang harus dikelola dengan baik untuk memastikan bahwa ekspektasi masyarakat dapat dipenuhi setelah promosi berhasil menarik perhatian.

Kesimpulan ini memperkuat bahwa peningkatan jumlah peserta didik baru tidak bisa dicapai melalui satu pendekatan tunggal, melainkan melalui strategi terpadu antara kualitas internal sekolah (sarana dan prasarana) dengan aktivitas eksternal (promosi sekolah). Hanya dengan sinergi yang kuat antara keduanya, lembaga pendidikan dapat membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan menjadikan sekolah sebagai pilihan utama dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB).

C. Pembahasan Kontekstual dan Analisis Lanjutan

1. Perbandingan dengan Sekolah Lain di Indramayu

Meskipun fokus utama penelitian ini adalah kondisi internal SMP IT Mutiara Irsyady Indramayu, penting untuk memberikan konteks komparatif terhadap kondisi sarana prasarana dan strategi promosi sekolah lain di wilayah Indramayu. Berdasarkan observasi informal dan informasi yang tersedia dari Dinas Pendidikan setempat, beberapa sekolah negeri memiliki keunggulan dalam hal sarana fisik seperti laboratorium IPA dan lapangan olahraga, namun belum tentu memiliki strategi promosi yang terstruktur seperti sekolah swasta. Sebaliknya, sekolah swasta seperti Mutiara Irsyady menunjukkan keunggulan dalam fleksibilitas promosi dan pendekatan personal kepada calon peserta didik, meskipun masih menghadapi keterbatasan dari sisi fasilitas. Dengan demikian, SMP IT Mutiara Irsyady berada pada posisi kompetitif dalam promosi, namun masih perlu mengejar ketertinggalan dalam hal fasilitas fisik dibandingkan sekolah-sekolah besar lainnya.

2. **Pengaruh Kebijakan dan Tren Pendidikan**

Faktor eksternal seperti kebijakan zonasi sekolah, pergeseran orientasi orang tua terhadap sekolah Islam Terpadu, serta tren pendidikan berbasis karakter turut memengaruhi jumlah pendaftar. Selain itu, meningkatnya literasi digital masyarakat dan ekspektasi akan transparansi dan layanan cepat juga menuntut sekolah untuk mengadaptasi sistem informasi dan strategi promosi berbasis teknologi. Meskipun penelitian ini tidak memasukkan kebijakan pemerintah sebagai variabel formal, tren tersebut menjadi latar belakang penting yang memperkuat relevansi penelitian.

3. **Tantangan Pengelolaan Sarana Prasarana**

Secara internal, tantangan utama dalam peningkatan kualitas sarana prasarana di SMP IT Mutiara Irsyady meliputi keterbatasan lahan, minimnya ruang kelas dan fasilitas laboratorium, serta terbatasnya alokasi dana perawatan berkala. Selain itu, belum adanya sistem digital inventarisasi sarana menyebabkan beberapa fasilitas tidak terpantau secara optimal. Maka dari itu, pihak manajemen sekolah disarankan untuk menyusun rencana strategis jangka menengah mengenai pengembangan fasilitas secara bertahap, disesuaikan dengan prioritas kebutuhan dan proyeksi pertumbuhan siswa.

4. **Efektivitas Promosi vs Inovasi Digital**

Strategi promosi yang saat ini dijalankan oleh sekolah masih didominasi oleh pendekatan konvensional seperti brosur, kunjungan langsung ke SD mitra, dan penyampaian informasi melalui wali murid. Meskipun pendekatan ini efektif di komunitas lokal, efektivitasnya perlu ditingkatkan melalui penggunaan media promosi yang lebih inovatif seperti konten video digital, promosi interaktif melalui media sosial (Instagram, TikTok, YouTube), dan testimoni alumni dalam bentuk storytelling. Inovasi ini tidak hanya akan memperluas jangkauan audiens tetapi juga meningkatkan citra profesionalisme sekolah di mata publik digital.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut adalah beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis:

1. Bagi Pimpinan Sekolah

Pihak manajemen sekolah, khususnya kepala sekolah, disarankan untuk terus meningkatkan pengelolaan sarana dan prasarana secara strategis dan berkelanjutan. Hal ini meliputi perencanaan kebutuhan fasilitas, pemeliharaan rutin, serta modernisasi infrastruktur pendidikan yang mendukung proses pembelajaran. Sarana yang baik tidak hanya menunjang efektivitas pembelajaran, tetapi juga menjadi nilai tambah dalam menarik calon peserta didik baru. Oleh karena itu, penting untuk menjadikan manajemen sarana sebagai bagian dari strategi pemasaran sekolah.

2. Bagi Tim Promosi dan Humas Sekolah

Tim promosi sekolah perlu mengoptimalkan penggunaan berbagai media komunikasi, terutama digital marketing seperti media sosial, website sekolah, dan video profil. Promosi yang kuat, terarah, dan konsisten terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kuantitas pendaftar. Selain itu, pendekatan personal melalui kegiatan open house, testimoni orang tua dan alumni, serta kolaborasi dengan lembaga pendidikan dasar juga perlu ditingkatkan agar informasi tentang keunggulan sekolah dapat menjangkau masyarakat lebih luas.

3. Bagi Yayasan atau Penyelenggara Pendidikan

Yayasan sebagai badan penyelenggara pendidikan diharapkan dapat memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk kebijakan, pendanaan, maupun fasilitas, untuk penguatan manajemen sarana dan promosi sekolah. Peningkatan kualitas dan kuantitas peserta didik tidak hanya bergantung pada upaya operasional, tetapi juga pada komitmen kelembagaan dalam menyediakan dukungan sistemik

jangka panjang. Selain itu, pengembangan SDM dan pelatihan untuk staf promosi dan tata usaha juga menjadi investasi penting untuk mendukung keberhasilan PPDB.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini difokuskan pada dua variabel bebas dan satu variabel terikat di satu lembaga pendidikan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian ini dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan akademik, peran kepala sekolah, kepuasan orang tua, atau reputasi sekolah. Penelitian dengan pendekatan kualitatif atau campuran juga dapat dilakukan untuk menggali perspektif yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah bagi anak-anak mereka.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dan bahan evaluasi strategis bagi pihak manajemen sekolah dalam menyusun kebijakan peningkatan mutu layanan dan efektivitas promosi, guna mencapai target kuantitas peserta didik baru secara optimal dan berkelanjutan.