

**STRATEGI PEMASARAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK
BARU (PPDB) ONLINE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
SISWA BARU DI SMP PLUS AL-AITAAM**

TUGAS AKHIR

*Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana terapan pada
program studi Bisnis Digital Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan oleh:

Muhamad Syahrifa Fikri Hidatullah

2161316009

**PROGRAM STUDI D-IV BISNIS DIGITAL
FAKULAS VOKASI
UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM BANDUNG**

2025

LEMBARAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK
BARU (PPDB) ONLINE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
SISWA BARU DI SMP PLUS AL-AITAAM**

Diajukan oleh

Muhamad Sahrija Fikri Hidayatullah

NIM. 2161316009

Telah disetujui oleh:

Pembimbing,

Silvy kartikasari, S.E., M.M.

NIDN. 0410098505

LEMBARAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK
BARU (PPDB) ONLINE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH
SISWA BARU DI SMP PLUS AL-AITAAM**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhamad Sahrija Fikri Hidayatullah

NIM : 2161316009

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 7 Agustus 2025

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Ketua prodi : Kartijo, S.E., M.M.

Penguji : Dedi Karmana, S.E., M.M., PIA.

Bandung 7 Agustus 2025

Direktur Vokasi

Universitas Sali Al-Aitaam

Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si, Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA

NIDN : 406087101

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi D-IV Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan Tugas Akhir ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 7 Agustus 2025

Penulis,

Pembimbing,

Muhamad Sahrija Fikri Hidayatullah

NIM. 2161316009

Silvy Kartikasari, S.E., M.M

NIDN. 0410098505

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) online dalam meningkatkan jumlah siswa di SMP Plus Al-Aitaam. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pendaftar mengalami peningkatan signifikan dari 56 siswa pada tahun ajaran 2020/2021 menjadi 82 siswa pada tahun ajaran 2025/2026. Peningkatan ini didukung oleh strategi promosi yang memadukan metode personal (kunjungan ke sekolah-sekolah, promosi mulut ke mulut dari alumni dan orang tua) dan non-personal (penyebaran brosur, pemasangan spanduk di titik strategis, serta promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp). Selain itu, faktor pendukung lain adalah kualitas guru dan staf, program unggulan seperti tahfidz Al-Qur'an, pembiasaan ibadah, serta kegiatan ekstrakurikuler yang beragam.

Penerapan bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) menjadi kerangka utama strategi PPDB. Produk pendidikan yang ditawarkan menonjolkan perpaduan kurikulum nasional dan nilai-nilai Islami, harga yang kompetitif, lokasi yang strategis, proses pendaftaran online yang mudah, pelayanan ramah dari staf, serta bukti fisik fasilitas yang memadai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan peningkatan jumlah pendaftar di

SMP Plus Al-Aitaam sangat dipengaruhi oleh sinergi strategi personal dan non-personal yang konsisten dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kata Kunci: Pemasaran Sekolah, PPDB Online, Strategi Promosi, Bauran Pemasaran.



ABSTRACT

This study aims to analyze the online New Student Admission (PPDB) marketing strategy in increasing student enrollment at SMP Plus Al-Aitaam. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through observation, interviews, and document analysis.

The results show a significant increase in the number of applicants, from 56 students in the 2020/2021 academic year to 82 students in 2025/2026. This growth was driven by a combination of personal promotion methods (school visits, word-of-mouth from alumni and parents) and non-personal methods (distribution of brochures, installation of banners in strategic locations, and promotion via social media such as Instagram, Facebook, and WhatsApp). Additional supporting factors include the quality of teachers and staff, flagship programs such as Qur'an memorization (tahfidz), regular worship activities, and diverse extracurricular programs.

The implementation of the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence) served as the main framework for the PPDB strategy. The educational product emphasized a combination of the national curriculum and Islamic values, competitive pricing, a strategic location, an easy online registration process, friendly service from staff, and adequate physical facilities. The study concludes that the success in increasing student enrollment at SMP Plus Al-

Aitaam is strongly influenced by the synergy of personal and non-personal strategies that are consistent and adaptive to technological developments.

Keywords: *School Marketing, Online PPDB, Promotion Strategy, Marketing Mix.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpah rahmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ **STRATEGI PEMASARAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) ONLINE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU DI SMP PLUS AL-AITAAM** ”. Tugas Akhir ini merupakan tuntutan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi D-IV Bisnis Digital.

Dalam Penulisan Tugas Akhir, Penulis banyak menerima bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Terimakasih Kepada Allah SWT yang telah memberikan tuntunan, rahmat, dan kelancaran dalam segala hal, khususnya dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Sali Iskandar, M.M. selaku ketua Pembina, Perintis Universitas Sali Al-Aitaam Bandung.
3. Ibu Fatimah Nurjanati Iskandar, S.E., M. Ak. Selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam Bandung.
4. Bapak Dr. Dasep Heriansayah, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA sebagai Direktur Vokasi Universitas Sali Al-Aitaam Bandung.

5. Bapak Kartijo, S.E., M. M. Selaku ketua program studi D-IV Bisnis Digital Universitas Sali Al-Aitaam Bandung.
6. Ibu Silvy Kartikasari, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, penulis sangat berterimakasih atas kesabaran dan keikhlasan dalam memberikan banyak bantuan, masukan, dan dukungan terkait penyusunan Tugas Akhir.
7. Dedi Karmana, SE., M.M., PIA. Selaku dosen penguji 1 terimakasih karna sudah meluangkan waktu untuk menguji Tugas Akhir, dan terimakasih juga atas masukan-masukan yang diberikan.
8. Kepada seluruh dosen, staff dan civitas akademika Universitas Sali Al-Aitaam Bandung yang telah membantu dan menuntut ilmu pengetahuan selama masa Pendidikan kurang lebih 4 tahun.
9. Terimakasih kepada Ibunda tercinta ibu Eti Rasmawati dan Ayahanda tercinta Eep Saepudin, yang sudah merawat dan membesarkan penulis dengan cinta dan kasih sayang yang melimpah. Do'a yang tak pernah putus selalu mengalir untuk penulis setiap harinya. Serta dukungan dan motivasi yang selalu diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
10. Terimakasih kepada kakak-kakak ku tersayang Ai Melda, Ade Rina, Hasbi Yahya dan seluruh keluarga yang telah memberikan motivasi serta dukungan dan do'a yang tak henti-hentinya kepada penulis selama mengikuti Pendidikan di Universitas Sali Al-Aitaam Bandung.

11. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Darul Hana selaku rakan seperjuangan sekaligus saudara penulis, yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, semangat dan membantu dalam penyusunan karya ini
12. Terimakasih kepada seluruh sahabat penulis serta saudara yang sudah mendukung dan senantiasa ada dalam kesempatan penulis selama perkuliahan.
13. Terimakasih kepada Guru dan staff SMP Plus Al-Aitaam atas dukungan support dan kerja sama dalam segala hal selama penyusunan Tugas Akhir.
14. Kepada teman-teman seperjuangan D-IV Bisnis Digital Angkatan 1 Universitas Sali Al-Aitaam Bandung terimakasih sudah banyak memberi semangat, motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam Tugas Akhir.
16. terakhir penulis ucapkan terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras berjuang sampai sejauh ini tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Ini.

Semoga bimbingan, arahan, do'a yang diberikan mendapat balasan sesuai dengan amal pengabdianya dari Allah SWT dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan serta kekurangan baik dalam segi isi,

susunan kalimat, maupun penyajian materi. Meskipun demikian mudah-mudahan dalam penyusunan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis, umumnya bagi seluruh pembaca. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk kesempurnaanya.

Akhir kata, semoga Allah SWT. Selalu melindungi dan membalas perbuatan baik dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Bandung, 30 Juli 2025

Penulis,

Muhamad Sahrija Fikri Hidayatullah

NIM. 2161316009

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBARAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1) Bagi Sekolah (SMP Plus Al-Aitaam) akan.....	10
2) Bagi Pengelola PPDB untuk.....	11
3) Bagi Peneliti Selanjutnya akan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep yang Diteliti.....	11
2.1.1 Definisi Marketing dan Perannya	11
2.1.2 Konsep Strategi pemasaran.....	13
2.2 Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu	20
2.2.2 Kerangka Konseptual.....	20
2.2.1 Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27

3.2 Informan.....	27
3.3 Tektik Pengumpulan Data	29
3.4 Validasi dan Relibilitas Data.....	30
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil	40
4.1.1 Sejarah Singkat Smp Plus Al-Aitaam	40
4.1.2 Visi Dan Misi SMP Plus Al-Aitaam	42
4.1.3 Letak Geografis	43
4.1.4 Sarana Dan Prasarana	43
4.1.5 Data Peserta Didik SMP Plus Al-Aitaam	45
4.1.6 Keadaan Guru dan Staf SMP Plus Al-Aitaam.....	46
4.1.7 Keadaan Siswa Sekolah SMP Plus Al-Aitaam	49
4.1.8 Kegiatan Pembiasaan Siswa	54
4.1.9 Prestasi Peserta Didik SMP Plus Al-Aitaam	54
4.1.10 Kegiatan Ekstakulikuler Siswa.....	55
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.2.1 Hasil Penelitian	57
4.2.3 Strategi Promosi SMP Plus Al-Aitaam.....	62
4.2.4 Bauran Promosi SMP Plus Al-Aitaam.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN LAMPIRAN.....	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 kerangka konseptual.....	20
Gambar 4. 2 wawancara dengan seluruh staff dan guru smp al-aitaam.....	51
Gambar 4. 3 wawancara dengan guru smp al-aitaam	57
Gambar 4. 4 wawancara dengan bapak waka kesiswaan.....	65
Gambar 4. 5 wawancara dengan bapak wakasek sekaligus ketua PSB	81
Gambar 4. 6 wawancara dengan kepala sekolah SMP	88
Gambar 4. 7 wawancara orang tua murid dan masyarakat setempat.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Siswa/i SMP Plus Al-Aitaam	45
Tabel 4.2 Daftar Nama Guru dan Staaf SMP Plus Al-Aitaam	46
Tabel 4.3 Data Siswa/I Lima Tahun Terakhir.....	51
Tabel 4.4 Jumlah Perkembangan Siswa/I Lima Tahun Terakhir.....	52
Tabel 4.5 Program Kegiatan Peserta Didik SMP Plus Al-Aitaam Bandung	54
Tabel 4.6 Prestasi Peserta Didik SMP Plus Al-Aitaam	55
Tabel 4.7 Peningkatan Jumlah Siswa/I Pendaftar	58
Tabel 4.8 Penerapan Marketing 7P	60
Tabel 4.9 Rincian Biaya Tahun Ajaran 2025/2026 SMP Plus Al-Aitaam	77

