

STRATEGI KEPALA SEKOLAH DALAM MENARIK MINAT CALON PESERTA DIDIK DI SD INPRES PALUPI KECAMATAN TATANGA KOTA PALU

¹Adry Mubaraq A. Nongtji, ²Andi Muhammad Ikhlasul Irsyad, ³Moh Rafli, ⁴Gita
Jaya Lestari, ⁵Siskawati M. Taul, ⁶Muhammad Ilham

^{1,2,4,5,6}Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, ³Universitas Islam Negeri
Alauddin Makassar

[¹adrynongtji4@gmail.com](mailto:adrynongtji4@gmail.com), [²ikhlasirsyad09@gmail.com](mailto:ikhlasirsyad09@gmail.com),
[³rafielfarighie@gmail.com](mailto:rafielfarighie@gmail.com), [⁴gitajayalestari@gmail.com](mailto:gitajayalestari@gmail.com), [⁵siskaica314@gmail.com](mailto:siskaica314@gmail.com),
[⁶muhammadiyah2004@gmail.com](mailto:muhammadiyah2004@gmail.com)

ABSTRACT

This study aims to analyze the principal's strategy in attracting the interest of prospective new students at SD Inpres Palupi, Tatanga District, Palu City, and its supporting and inhibiting factors. This descriptive qualitative study collected data through triangulation of interviews, observations, and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model. The results show that the principal's strategy is effective through POAC functions: SWOT-based planning, organizing an integrated admission team, actuating through a mix of print, social media (Instagram/TikTok), and word-of-mouth marketing, and controlling via class capacity monitoring. The main supporting factors are the strategic location in the BTN Palupi Permai residential center, teacher cohesiveness, and documented achievements. The inhibiting factors are infrastructure limitations (laboratories, libraries, prayer rooms) and zoning administrative barriers. This study implies the importance of accelerating teachers' digital literacy and the urgency of proposing facility expansion to the Department of Education.

Keywords: *Principal's Strategy, Student Interest, Educational Marketing, POAC.*

ABSTRAK

Abstrak Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi kepala sekolah dalam menarik minat calon peserta didik baru di SD Inpres Palupi Kecamatan Tatanga, Kota Palu, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui triangulasi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menerapkan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi kepala sekolah berjalan efektif melalui fungsi POAC: perencanaan berbasis analisis SWOT, pengorganisasian dengan membentuk tim PPDB terpadu, pelaksanaan melalui integrasi promosi cetak, media sosial (Instagram/TikTok), serta pemasaran *word of mouth*, dan pengendalian berupa

monitoring kapasitas kelas. Faktor pendukung utama meliputi letak geografis yang strategis di pusat pemukiman BTN Palupi Permai, kekompakan pendidik, dan dokumentasi prestasi siswa. Faktor penghambatnya adalah keterbatasan fasilitas fisik (laboratorium, perpustakaan, tempat ibadah) dan kendala administratif zonasi. Penelitian ini berimplikasi pada pentingnya akselerasi literasi digital guru dan urgensi usulan perluasan fasilitas fisik ke Dinas Pendidikan.

Kata Kunci: Strategi Kepala Sekolah, Minat Peserta Didik, Pemasaran Pendidikan, POAC.

A. Pendahuluan

Pergeseran lanskap sosial kemasyarakatan di era modern menuntut restrukturisasi cara pandang terhadap pengelolaan institusi pendidikan dasar. Sektor pendidikan tidak lagi semata-mata dipandang sebagai instrumen pengajaran konvensional, melainkan telah bertransformasi menjadi koridor investasi strategis yang menentukan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pada masa mendatang (Indah, 2025). Konsekuensi logis dari fenomena ini adalah timbulnya persaingan yang amat ketat antarlembaga pendidikan, baik yang dikelola oleh instansi pemerintah maupun swasta. Dalam dinamika persaingan tersebut, setiap institusi diwajibkan menyusun formula yang adaptif guna mempertahankan eksistensinya. Salah satu instrumen fundamental yang kini menempati

posisi sentral dalam manajemen kelembagaan adalah pengadopsian konsep bauran pemasaran jasa pendidikan secara komprehensif (Hasanah, 2025). Strategi pemasaran yang dieksekusi melalui perencanaan matang bukan hanya berfungsi sebagai alat penjangkaran siswa baru, melainkan menjadi basis penguatan citra positif (*brand image*) serta pembentukan kepercayaan publik secara makro dan berkelanjutan.

Pada Secara kontekstual, keharusan melakukan tata kelola pemasaran yang berdaya saing tercermin secara nyata pada iklim pendidikan di Kota Palu, khususnya di wilayah Kelurahan Palupi, Kecamatan Tatanga. Kawasan ini mengalami dinamika demografis yang masif, ditandai dengan beralihnya fungsi lahan agraris menjadi pusat pemukiman padat penduduk, seperti Kompleks BTN

Palupi Permai. Perkembangan urbanisasi ini secara otomatis meningkatkan volume kebutuhan masyarakat terhadap akses pendidikan dasar bermutu yang dekat dari lingkungan tempat tinggal mereka. SD Inpres Palupi yang berada tepat di jantung pemukiman tersebut, dihadapkan pada realitas empiris yang menarik. Berdasarkan data internal kelembagaan, tercatat adanya lonjakan animo pendaftar baru yang sangat signifikan, yakni dari 53 calon peserta didik pada tahun 2023 meningkat secara fluktuatif hingga menyentuh angka 66 pendaftar pada periode tahun 2024. Kontradiksi positif ini menunjukkan adanya daya tarik khusus yang berhasil dibangun oleh pihak sekolah di tengah menjamurnya opsi lembaga pendidikan kompetitor di wilayah administratif Kecamatan Tatanga.

Keberhasilan penyerapan animo masyarakat tersebut tidak dapat dilepaskan dari kapabilitas kepemimpinan manajerial tertinggi di sekolah, yakni Kepala Sekolah. Sebagai motor penggerak organisasi, kepala sekolah dituntut mengejawantahkan seluruh peran mutlakanya baik selaku edukator,

manajer, administrator, supervisor, *leader*, inovator, maupun motivator secara terpadu dan simultan (Sudirjo et al., n.d.). Dalam perspektif teoretis manajemen, akselerasi dari kepemimpinan ini harus ditopang oleh pengaplikasian fungsi manajemen strategis yang sistematis, mencakup tahapan *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan), hingga *Controlling* (Pengendalian) atau yang dikenal dengan formula POAC (Sari, 2024). Apabila fungsi-fungsi POAC ini diinternalisasikan dengan baik ke dalam bauran promosi sekolah, maka institusi akan mampu merangsang munculnya minat calon peserta didik baru, baik secara transaksional, referensial, preferensial, maupun eksploratif.

Meskipun menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, implementasi manajemen strategi pemasaran di lapangan tidak luput dari akumulasi hambatan interaktif. Keterbatasan kapasitas fisik fasilitas pembelajaran, dinamika regulasi administratif berbasis sistem zonasi, hingga kesenjangan pemanfaatan literasi teknologi di kalangan tenaga

pendidik sering kali menjadi faktor perintang yang dapat mendistorsi ketercapaian target jangka panjang sekolah (Hayudiyani et al., 2020)

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam mengenai strategi kepala sekolah dalam menarik minat calon peserta didik baru di SD Inpres Palupi Kecamatan Tatanga, Kota Palu. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena orientasi utama riset ini berfokus pada penataan potret komprehensif mengenai realitas manajemen lapangan secara alamiah tanpa memanipulasi variabel ataupun melakukan pengujian eksperimental.

Menurut Safarudin metode penelitian merupakan suatu tata cara ilmiah guna memperoleh kumpulan data lapangan dengan maksud dan kegunaan tertentu. Penelitian kualitatif bersandar pada pandangan filsafat postpositivisme atau fenomenologis, yang dimanfaatkan untuk meneliti kondisi objek yang alami secara utuh, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci

(*human instrument*), sedangkan teknik penjaringan informasi dilakukan secara triangulasi dan analisis data yang dihasilkan bersifat induktif demi memunculkan makna substantif.

Dalam konteks kajian ini, metode deskriptif kualitatif dioperasionalkan untuk membedah sejauh mana tata kelola strategi pemasaran sekolah yang digulirkan oleh kepala sekolah—melalui pengintegrasian fungsi *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (POAC)—mampu menstimulasi minat transaksional hingga referensial para orang tua murid di kawasan urban. Oleh karena itu, data lapangan dikumpulkan secara sirkular untuk menghasilkan deskripsi naratif yang objektif, mendalam, serta transparan mengenai manajemen penyerapan animo siswa baru.

Penentuan area studi memiliki kedudukan fundamental karena menjadi basis sumber utama perolehan data untuk menjawab seluruh rumusan masalah kelembagaan. Berdasarkan rumusan judul naskah “Strategi Kepala Sekolah dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di SD Inpres Palupi

Kecamatan Tatanga”, maka tempat pelaksanaan operasional riset ini adalah sebagai berikut:
Nama Sekolah : SD Inpres Palupi
Alamat : Jalan Kompleks BTN Palupi Permai Blok C, Kelurahan Palupi, Kecamatan Tatanga, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, Kode Pos 94222.

Pertimbangan mendasar pemilihan lokasi di SD Inpres Palupi didasarkan atas realitas bahwa sekolah dasar ini berada tepat di pusat pemukiman padat penduduk urban (BTN Palupi Permai) serta mencatat kontradiksi positif berupa lonjakan tren pendaftar baru yang signifikan di tengah ketatnya iklim persaingan antar-lembaga dasar di wilayah Kecamatan Tatanga. Sekolah ini dinilai representatif untuk meneliti efektivitas pemanfaatan bauran promosi, pemanfaatan media digital, serta manajemen pemasaran berbasis komunitas (*word of mouth marketing*).

Durasi pelaksanaan riset mengindikasikan rentang periode operasional pengerjaan seluruh rangkaian kegiatan ilmiah, terhitung mulai dari penjaringan data primer di lapangan hingga tahapan finalisasi

analisis data. Penelitian ini dilaksanakan secara intensif pada tanggal 26 September hingga 10 Oktober 2026.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian lapangan ini dilaksanakan secara intensif di SD Inpres Palupi, yang terletak di kawasan urban Kecamatan Tatanga, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Berdasarkan data tata usaha, lembaga pendidikan dasar berstatus negeri ini didirikan pada tahun 1997 di atas lahan yang kini menjadi jantung pusat pemukiman padat penduduk, yakni Kompleks BTN Palupi Permai Blok C. Eksistensi institusi di kawasan padat ini menuntut penataan manajemen yang adaptif guna merespons dinamika kebutuhan pendidikan masyarakat urban (Nazmi et al., 2023). Sekolah yang dipimpin oleh Ibu Ona Siwu, S.Pd., SD ini memiliki akreditasi B dan mengoperasikan kegiatan belajar-mengajar dengan total pelibatan 413 peserta didik serta didukung oleh 28 personel staf yang terdiri dari 24 pendidik dan 4 tenaga kependidikan.

Ditinjau dari kesiapan kurikulum, lembaga ini menerapkan transisi

pengajaran yang dinamis, mulai dari KTSP 2006, Kurikulum 2013, hingga pengadopsian Kurikulum Merdeka. Fleksibilitas kurikulum ini disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan bakat dan minat unik dari setiap peserta didik (Aola & Nurfuadi, 2024).

Meskipun didukung sumber daya manusia yang memadai, sekolah ini secara empiris tercatat memiliki keterbatasan sarana penunjang, seperti belum tersedianya ruang perpustakaan, laboratorium, maupun ruang ibadah khusus. Keterbatasan fasilitas fisik ini menjadi tantangan tersendiri bagi kepala sekolah dalam menjaga daya tarik institusi di mata publik (Junaris & Haryanti, 2022), Rincian sarana fisik tersebut dipaparkan secara horizontal pada Tabel berikut:

**Tabel 1. Data Sarana dan Prasarana
SD Inpres Palupi**

No	Jenis Saprass	Jumlah
1	Ruang Kelas	9
2	Ruang Perpustakaan	-
3	Ruang Laboratorium	-
4	Ruang Pimpinan	1
5	Ruang Guru	1
6	Ruang Ibadah	-
7	Ruang TU	1
8	Ruang Toilet	5
9	Ruang Konseling	1
10	Ruang OSIS	-
Jumlah		18

1. Pembahasan Kritis Implementasi Fungsi Manajemen Strategi (POAC)

Eksplorasi strategi penjangkaran peserta didik baru di SD Inpres Palupi dianalisis secara kritis melalui lensa empat fungsi manajemen dasar, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*):

a. Perencanaan (*Planning*)

Formulasi strategi pemasaran di SD Inpres Palupi diawali dengan langkah identifikasi berbasis situasi riil lingkungan melalui analisis SWOT. Kepala sekolah melaksanakan analisis situasi kontekstual terhadap posisi geodemografis pemukiman BTN Palupi Permai. Langkah taktis yang dirumuskan meliputi pemetaan kuota pagu pendaftar, penguatan kompetensi guru, serta penyusunan jadwal promosi yang matang. Pentingnya analisis SWOT dalam tahapan perencanaan ini selaras dengan teori bauran pemasaran strategis yang menyatakan bahwa pemetaan kekuatan internal dan peluang eksternal sangat krusial untuk memenangkan persaingan

antarlembaga (Junaris & Haryanti, 2022).

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pasca-perencanaan, kepala sekolah merealisasikan pembagian kerja terstruktur dengan membentuk tim kerja terpadu khusus Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Tim ini diberikan spesifikasi delegasi tugas yang jelas, meliputi bagian promosi, humas kemitraan, dan administrasi pendaftaran, serta melibatkan peran aktif guru melalui grup paguyuban kelas untuk menyebarkan informasi prestasi siswa. Penataan struktur dan pembagian kerja formal ini sejalan dengan prinsip pengorganisasian yang menuntut penempatan personalia sesuai kompetensinya demi efektivitas pencapaian target organisasi (Sari, 2024)

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Tahap pelaksanaan di lapangan digerakkan melalui koordinasi tim PPDB menggunakan bauran media cetak dan digital, seperti pemasangan spanduk luar ruang, penyebaran brosur, serta pemanfaatan media sosial Instagram dan TikTok. Strategi komunikasi ini

ditunjang secara masif oleh promosi organik lisan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) oleh wali murid yang merasa puas terhadap mutu kompetensi guru dan lingkungan belajar sekolah. Penggabungan promosi digital dan kekuatan rekomendasi komunitas ini terbukti menjadi instrumen paling persuasif dalam memengaruhi keputusan orang tua untuk memilih lembaga pendidikan (Sudirjo et al., n.d.).

d. Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi pengendalian diterapkan secara konsisten oleh kepala sekolah melalui monitoring berkala dan pelaksanaan rapat evaluasi koordinasi secara harian maupun mingguan guna memonitor perolehan data pendaftar baru. Proses evaluasi dilakukan dengan membandingkan jumlah pendaftar riil terhadap kapasitas ideal 9 ruang kelas yang tersedia di sekolah. Tindakan pengendalian dan komparasi hasil terhadap standar performa ini mutlak diperlukan dalam manajemen agar penyimpangan daya tampung dapat diantisipasi sejak dini (Hayudiyani et al., 2020).

2. Pembahasan Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan reduksi data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan, dinamika implementasi strategi kepala sekolah dalam menarik minat siswa dipengaruhi oleh aspek-aspek interaktif sebagai berikut:

a. Faktor Pendukung

Akselerasi keberhasilan strategi pemasaran kelembagaan ditopang oleh beberapa instrumen kekuatan utama. Faktor pendukung tersebut meliputi kompetensi pedagogik guru-guru yang teruji di bidangnya, letak geografis sekolah yang sangat strategis di jantung urban pemukiman Tatanga, jalinan kerja sama warga sekolah yang kompak, serta kekuatan dokumentasi prestasi akademik maupun nonakademik siswa. Keberadaan kombinasi antara SDM yang profesional dan lokasi yang mudah diakses merupakan keunggulan kompetitif utama institusi dalam membangun citra positif (*brand image*) di mata publik (Sudirjo et al., n.d.).

b. Faktor Penghambat

Di sisi lain, terdapat beberapa perintang yang menjadi tantangan bagi manajemen sekolah. Faktor penghambat utama mencakup kendala keterbatasan infrastruktur sarana prasarana sekolah yang belum sepenuhnya memadai, di mana sekolah belum memiliki ruang perpustakaan dan laboratorium. Selain itu, terdapat kendala penguasaan adaptasi perangkat teknologi digital pada sebagian guru senior, serta adanya pembatasan kuota administrasi yang ketat akibat regulasi sistem zonasi daerah. Defisit fasilitas fisik serta hambatan regulasi zonasi ini jika tidak dikelola dengan mitigasi strategi yang tepat dapat mendistorsi ketercapaian target jangka panjang kelembagaan (Rizky et al., 2022).

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data deskriptif kualitatif melalui teknik triangulasi, dapat disimpulkan bahwa strategi kepala sekolah dalam menarik minat calon peserta didik baru di SD Inpres Palupi Kecamatan Tatanga, Kota Palu, telah terlaksana secara terstruktur, sistematis, dan

efektif melalui pengintegrasian empat fungsi manajemen dasar (POAC). Tahapan perencanaan bertumpu pada analisis situasi kontekstual geodemografis pemukiman BTN Palupi Permai lewat pemetaan SWOT dan formulasi keunggulan kurikulum.

Selanjutnya, pengorganisasian diwujudkan melalui pembentukan Tim PPDB terpadu dengan spesifikasi delegasi kerja yang jelas, yang kemudian digerakkan secara kolektif pada tahap pelaksanaan menggunakan bauran media cetak, pemanfaatan media digital seperti Instagram, Facebook, Youtube dan TikTok, serta optimalisasi pemasaran organik dari mulut ke mulut (*word of mouth*) oleh wali murid. Seluruh rangkaian aktivitas tersebut dikendalikan secara konsisten pada tahap pengawasan melalui monitoring rapat koordinasi berkala untuk menyesuaikan jumlah pendaftar dengan kapasitas ideal ruang kelas yang tersedia.

Strategi manajerial yang diterapkan oleh kepala sekolah ini terbukti berhasil meningkatkan tren jumlah pendaftar baru secara signifikan dari 53 siswa menjadi 66

siswa. Akselerasi penjangkaran minat ini didukung kuat oleh beberapa faktor keunggulan, meliputi letak geografis sekolah yang strategis di jantung pemukiman urban, kompetensi pedagogik guru yang teruji, soliditas kerja sama warga sekolah, serta dokumentasi rekam jejak prestasi siswa yang dipublikasikan secara konsisten. Meskipun demikian, implementasi pemasaran jasa pendidikan ini secara empiris masih terhambat oleh adanya defisit infrastruktur fisik berupa belum tersedianya ruang perpustakaan, ruang laboratorium, dan ruang ibadah khusus, ditambah dengan adanya kesenjangan literasi perangkat digital pada sebagian guru senior, serta restriksi kuota administratif akibat pemberlakuan regulasi sistem zonasi daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aola, I., & Nurfuadi. (2024). Implementasi Kebijakan Kurikulum Merdeka Pada Pengembangan Bakat Dan Minat Siswa SD Negeri Kemakmuran 1 Songgom Brebes. *Jurnal Dirosah Islamiyah*, 6(3), 573–579. <https://doi.org/10.47467/Jdi.V6i3.2375>
- Hasanah, U. (2025). *Implementasi*

- Program Unggulan Cambridge Curriculum Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendidikan Di Sma Khadijah Surabaya Skripsi.*
- Hayudiyani, M., Mustiningsih, M., & Benty, D. D. N. B. (2020). Strategi Kepala Sekolah Meningkatkan Mutu Pendidikan Melalui Program Unggulan Sekolah. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 8(1), 89–98.
<https://doi.org/10.21831/jamp.v8i1.28059>
- Indah, R. (2025). Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Kuantitas Input Peserta Didik (Analisis Manajemen Pemasaran Tahun Pelajaran 2019-2024 Di MI Muhammadiyah Nunu Palu
- Junaris, I., & Haryanti, N. (2022). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Eureka Media Aksara.
- Nazmi, R., Ardiyanto, J., Anshori, M. I., Siswanto, D. E., & Wirawan, R. (2023). Adaptive Learning In The Future Of Educational Management Adapts To Student Needs. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 272–283.
<https://doi.org/10.31958/jaf.v11i2.10552>
- Rizky, D., Syahrani, & Rahman, A. (2022). Management Of Educational Facilities And Infrastructure In Islamic Junior High School. *Journal Of Education Research And Evaluation*, 6(1).
<https://doi.org/10.23887/jere.v6i1.37070>
- Sari, N. (2024). *Strategi Kepala Madrasah Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Sidenreng Rappang.*
- Sudirjo, F., Jauhar, N., Nurchayati, Ashari, A., Sari, H., Siagawati, M., Anshari Mas'ud, A., Herdiansyah, D., Supyansuri, C., & Idrus, I. (N.D.). *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan : Konsep , Model , dan Implementasi.*