

ABSTRAK

Tujuan penelitian kualitatif deskriptif ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa faktor internal dan eksternal yang menyebabkan penurunan jumlah siswa di SMP Maria Mediatrix Semarang dalam kurun waktu 5 tahun, serta strategi atau upaya yang dilakukan SMP Maria Mediatrix Semarang untuk meningkatkan jumlah siswa baru. Jenis dan sumber data yang digunakan berasal dari hasil observasi, dokumentasi, dan hasil wawancara dari guru SMP Maria Mediatrix Semarang. Analisa dilakukan dengan menggunakan metode triangulasi. Dalam penelitian ditemukan faktor – faktor yang menyebabkan penurunan jumlah siswa di SMP Maria Mediatrix Semarang dalam 5 tahun terakhir yaitu: a). Faktor internal meliputi belum maksimalnya promosi sekolah terutama ke sekolah di luar kota Semarang, perlu peningkatan pelayanan yang lebih baik, mengikuti kegiatan perlombaan, pertandingan baik tingkat kota/ kabupaten, propinsi atau nasional, dan Sistem PPDB khususnya menyangkut keuangan. b). Faktor eksternal meliputi adanya kebijakan pemerintah sekolah gratis bagi SMP negeri dan beberapa SMP swasta di kota Semarang, persaingan dengan SMP swasta lain di kota Semarang, promosi sekolah lain yang lebih berani, penambahan kelas baru di SMP negeri dan berdirinya SMP negeri maupun swasta baru di kota Semarang, serta berhasilnya program Keluarga Berencana. Sedangkan upaya yang dilakukan oleh SMP Maria Mediatrix Semarang untuk meningkatkan jumlah siswa dengan cara: penyebaran alat atau media promosi baik melalui brosur, pamflet, media online seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *website* sekolah dan *Instagram*, mengadakan kerjasama dengan SD di bawah Yayasan Marsudirini dan dengan sekolah di luar Marsudirini, mengikuti berbagai lomba untuk meningkatkan prestasi siswa yang akan membawa nama baik sekolah, meningkatkan kerjasama dengan orang tua, alumni dan komite sekolah, meningkatkan kualitas SDM guru pengajar, dan melakukan pembenahan sarana dan prasarana sekolah.

Kata kunci: Faktor, Strategi, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

This descriptive qualitative research aims to find out and analyze the internal and external factors that caused the decline in the number of students at Maria Mediatrix Middle School Semarang over five years, as well as strategies or efforts made by Maria Mediatrix Middle School Semarang to increase the number of new students. The data sources used are observations, documentation, and interviews with Maria Mediatrix Semarang Middle School teachers. Analysis was carried out using the triangulation method. In the research, the factors that caused the decline in the number of students at Maria Mediatrix Middle School Semarang in the last five years were found, namely: a) There has not been maximum promotion in schools, especially to schools outside the city of Semarang, there is a need to improve better services, take part in competitions, competitions at city/district, provincial or national levels, and the PPDB system, especially regarding finances. b). External factors include there is a government policy of free schools for state junior high schools and several private junior high schools in the city of Semarang, competition with other private junior high schools in the city of Semarang, promotion of other, bolder schools, the addition of new classes in state junior high schools and the establishment of new public and private junior high schools in the city of Semarang, as well as the success of the Family Planning program. Meanwhile, efforts are being made by Maria Mediatrix Middle School Semarang to increase the number of students by distributing promotional tools or media either through brochures, pamphlets, online media such as *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp*, school *websites*, and *Instagram*, holding collaboration with elementary schools under the Marsudirini Foundation and with schools in outside Marsudirini, taking part in various competitions to improve student achievement which will bring a good name to the school, increasing cooperation with parents, alums and school committees, improving the quality of teaching staff, and improving school facilities and infrastructure.

Keywords: Factors, Strategy, Marketing Strategy