

Optimalisasi Penerimaan Peserta Didik Baru Melalui Pendekatan Manajemen Strategi di Sekolah Dasar Negeri 52 Prabumulih

Lini Suryani¹, Muhammad Win Afgani², Afriantoni³

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

linisuryani2@gmail.com¹

Kata Kunci:

Manajemen Strategi,
Penerimaan Peserta
Didik Baru, Optimalisasi

Abstrak

Penerimaan peserta didik baru (PPDB) merupakan salah satu aspek strategis dalam menjamin kelangsungan dan pertumbuhan lembaga pendidikan dasar, khususnya di tengah persaingan ketat antar sekolah. SD Negeri 52 Prabumulih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saingnya untuk menarik peserta didik baru di lingkungan yang dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana implementasi pendekatan manajemen strategi dilakukan dalam upaya optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan hambatan yang dihadapi dalam proses tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan lima informan utama yang dipilih melalui teknik purposive sampling, meliputi kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, guru tim promosi, staf administrasi PPDB, dan perwakilan orang tua calon siswa. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, sedangkan analisis data mengikuti model Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi manajemen strategi di SD Negeri 52 Prabumulih melibatkan analisis SWOT, penyusunan strategi promosi berbasis komunitas, optimalisasi media sosial, pelaksanaan open house, dan evaluasi berkala terhadap capaian PPDB. Faktor pendukung optimalisasi meliputi kepemimpinan visioner, keterlibatan aktif seluruh civitas sekolah, dan kepercayaan masyarakat, sementara hambatan utamanya adalah keterbatasan anggaran promosi, belum optimalnya branding digital, serta persepsi masyarakat terhadap sekolah swasta. Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan manajemen strategi yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis inovasi menjadi kunci penting dalam meningkatkan efektivitas penerimaan peserta didik baru di sekolah dasar negeri.

Abstract

The admission of new students (PPDB) is one of the strategic aspects in ensuring the sustainability and growth of primary education institutions, particularly amid the intense competition among schools. SD Negeri 52 Prabumulih faces challenges in enhancing its competitiveness to attract new students in a dynamic environment. This study aims to analyze how the implementation of a strategic management approach is carried out in the effort to optimize new student admissions at SD Negeri 52 Prabumulih, as well as to identify the supporting factors and obstacles encountered during the process. The research method used is qualitative with a case study approach, involving five key informants selected through purposive sampling techniques, consisting of the principal, vice principal for student affairs, a teacher in charge of the school promotion team, PPDB administrative staff, and a representative of prospective students' parents. Data collection techniques include in-depth interviews, participatory observations, and documentation, while data analysis follows the Miles and Huberman model through the stages of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the implementation of strategic management at SD Negeri 52 Prabumulih involves SWOT analysis, the formulation of community-based promotional strategies, the optimization of social media, the organization of open house events, and regular evaluations of PPDB achievements. Supporting factors for optimization include visionary leadership, active involvement of the entire school community, and public trust, while the main obstacles are limited promotional budgets, suboptimal digital branding, and societal perceptions favoring private schools. This study emphasizes that an adaptive, collaborative, and innovation-based strategic management approach is a crucial key to enhancing the effectiveness of new student admissions at public elementary schools.

Copyright © 2025 Lini Suryani, Muhammad Win Afgani, Afriantoni

This work is licensed under an **Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)**

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan persaingan terbuka saat ini dunia pendidikan dihadapkan pada tantangan yang semakin kompleks. Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal tidak hanya berfungsi sebagai tempat

transfer ilmu, tetapi juga harus mampu beradaptasi dengan dinamika sosial, ekonomi, dan teknologi yang berkembang pesat (Rizmawan et al., 2024). Salah satu tantangan utama yang dihadapi sekolah adalah mempertahankan eksistensi dan meningkatkan kualitas layanannya agar tetap menjadi pilihan utama masyarakat. Dalam konteks ini, proses penerimaan peserta didik baru menjadi salah satu aspek strategis yang menentukan kesinambungan operasional sekolah. Kemampuan suatu sekolah untuk menarik minat calon peserta didik tidak hanya mencerminkan reputasi institusi, tetapi juga menunjukkan efektivitas manajemen strateginya dalam membaca kebutuhan pasar pendidikan yang semakin kompetitif.

Fenomena perubahan demografis juga turut memengaruhi dinamika penerimaan peserta didik baru. Di beberapa wilayah, terjadi penurunan angka kelahiran yang menyebabkan populasi usia sekolah dasar berkurang, sehingga sekolah harus berlomba-lomba untuk menarik minat dari kelompok yang semakin kecil ini (Supriyanto & Lian, 2021). Fenomena ini menuntut sekolah untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan program-program unggulan yang relevan dengan kebutuhan zaman. Tidak cukup hanya mengandalkan program akademik standar, sekolah perlu menawarkan keunikan, nilai tambah, serta diferensiasi yang jelas dibandingkan sekolah lain. Sayangnya, banyak sekolah yang belum menyadari pentingnya pendekatan strategis ini, sehingga terjebak dalam rutinitas tanpa melakukan pembaruan strategi yang adaptif dan berbasis analisis mendalam terhadap lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan laporan dari penelitian yang dilakukan oleh (Badriyah & Supriyanto, 2024) menunjukkan bahwa terjadi ketimpangan jumlah peserta didik baru antar sekolah, bahkan dalam satu kecamatan yang sama. Data Dinas Pendidikan beberapa kota di Indonesia menunjukkan bahwa ada sekolah negeri yang mengalami kekurangan siswa hingga 30–40% dari kuota yang tersedia. Sementara itu, sekolah lain di lokasi yang sama justru mengalami kelebihan pendaftar. Ketimpangan ini menegaskan bahwa keberhasilan penerimaan peserta didik baru tidak semata-mata ditentukan oleh faktor geografis, melainkan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas strategi manajemen yang diterapkan masing-masing sekolah (Haromain, 2021). Hal ini diperparah dengan kurang optimalnya pemanfaatan teknologi informasi dalam promosi sekolah, di mana sebagian besar sekolah negeri masih terbatas pada penggunaan media konvensional seperti spanduk dan brosur cetak.

Manajemen strategi sendiri dapat diartikan sebagai proses penyusunan dan pelaksanaan rencana tindakan strategis yang bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif jangka panjang. Menurut (Fauzi & Abdullah, 2024), manajemen strategi melibatkan analisis lingkungan, formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Dalam konteks pendidikan, manajemen strategi diterapkan untuk menentukan arah perkembangan sekolah, menyusun program-program unggulan, dan mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki demi mencapai tujuan institusional. Penerapan manajemen strategi dalam proses penerimaan peserta didik baru berarti menyusun langkah-langkah yang terencana berdasarkan kondisi pasar, kebutuhan calon peserta didik, kekuatan internal sekolah, serta peluang dan tantangan di lingkungan eksternal.

Optimalisasi penerimaan peserta didik baru berarti mengupayakan agar jumlah dan kualitas peserta didik yang diterima sesuai dengan kapasitas dan target sekolah. Ini mencakup kegiatan promosi, peningkatan layanan akademik dan non-akademik, pencitraan sekolah, serta peningkatan hubungan dengan masyarakat. Menurut (Artikasari et al., 2024), strategi organisasi yang efektif adalah strategi yang mampu mengintegrasikan seluruh fungsi dan sumber daya untuk meraih keunggulan kompetitif. Dalam konteks sekolah, optimalisasi penerimaan peserta didik tidak hanya sekadar mengisi bangku kosong, melainkan membangun reputasi jangka panjang yang menjadikan sekolah sebagai pilihan utama masyarakat. Dengan manajemen strategi yang baik, sekolah dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitifnya dan mengomunikasikannya secara efektif kepada publik.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung pentingnya pendekatan manajemen strategi dalam konteks pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Farozi et al., 2023) menyatakan bahwa keberhasilan manajemen pendidikan di era persaingan global sangat bergantung pada kemampuan kepala sekolah dalam menerapkan prinsip-prinsip manajemen strategi. Sementara itu, penelitian dari (Kholisoh et al., 2023) menemukan bahwa implementasi analisis SWOT dalam perencanaan penerimaan peserta didik baru berkontribusi positif terhadap peningkatan jumlah pendaftar di sekolah swasta. Studi oleh (Zikry et al., 2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi promosi sekolah mampu meningkatkan citra institusi dan menarik lebih banyak peserta didik baru, terutama di kalangan masyarakat urban. Temuan-temuan ini memperkuat argumentasi bahwa optimalisasi penerimaan peserta didik baru tidak dapat dilepaskan dari penerapan manajemen strategi yang efektif dan adaptif terhadap perubahan lingkungan.

Berdasarkan observasi awal peneliti pada Sekolah Dasar Negeri 52 Prabumulih, persoalan penerimaan peserta didik baru menjadi isu penting yang perlu segera diatasi. Berdasarkan hasil observasi awal, jumlah peserta didik baru dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan kecenderungan fluktuatif yang mengkhawatirkan. Sekolah ini menghadapi tantangan dalam menarik minat calon peserta didik di tengah meningkatnya persaingan dengan sekolah-sekolah lain, baik negeri maupun swasta, yang menawarkan

berbagai program inovatif dan fasilitas lebih modern. Kondisi ini diperburuk oleh kurangnya strategi promosi yang sistematis serta lemahnya penguatan citra sekolah di mata masyarakat sekitar. Jika situasi ini dibiarkan berlarut-larut, maka keberlangsungan operasional sekolah dapat terganggu dalam jangka panjang.

Analisis terhadap kegiatan promosi sekolah menunjukkan bahwa sebagian besar upaya yang dilakukan masih bersifat konvensional dan sporadis, tanpa adanya perencanaan strategis yang berkelanjutan. Misalnya, promosi hanya dilakukan menjelang masa penerimaan siswa tanpa ada kegiatan pemasaran yang konsisten sepanjang tahun. Tidak ada pemetaan yang jelas mengenai target pasar, karakteristik masyarakat sekitar, maupun kekuatan dan keunggulan yang dimiliki sekolah. Dengan lemahnya penerapan prinsip-prinsip manajemen strategi, SDN 52 Prabumulih belum mampu mengoptimalkan semua potensi yang dimiliki untuk menarik peserta didik baru secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendekatan baru yang lebih terencana, terstruktur, dan berbasis pada analisis strategis agar penerimaan peserta didik baru dapat dioptimalkan sesuai dengan tujuan pengembangan sekolah.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi penerimaan peserta didik baru di tingkat sekolah dasar, khususnya di SDN 52 Prabumulih. Melalui analisis yang mendalam dan penerapan pendekatan manajemen strategi yang komprehensif, penelitian ini berupaya memberikan solusi aplikatif yang dapat diadopsi oleh sekolah untuk memperbaiki proses penerimaan peserta didik baru. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi sekolah-sekolah lain yang mengalami permasalahan serupa, serta menjadi bahan pertimbangan bagi para pemangku kebijakan pendidikan dalam merumuskan program-program pembinaan dan pendampingan terhadap manajemen sekolah di masa depan.

METODE

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam proses optimalisasi penerimaan peserta didik baru melalui penerapan manajemen strategi di Sekolah Dasar Negeri 52 Prabumulih (Sugiyono, 2019b). Pemilihan studi kasus memungkinkan peneliti untuk menganalisis konteks, aktor, interaksi, serta strategi yang dijalankan secara intensif dan kontekstual. Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2025 di SD Negeri 52 Prabumulih dengan melibatkan lima orang informan, yaitu (1) kepala sekolah, (2) wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, (3) guru tim promosi, (4) staf administrasi PPDB, dan (5) perwakilan orang tua calon peserta didik, yang dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dalam proses penerimaan siswa baru. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam menggunakan pedoman semi terstruktur, observasi partisipatif dengan lembar observasi sistematis, serta dokumentasi yang mencakup brosur promosi, laporan PPDB, dan data pendaftar. Instrumen penelitian disusun untuk mengeksplorasi lima aspek utama: analisis lingkungan internal dan eksternal sekolah, formulasi strategi penerimaan peserta didik baru, implementasi strategi, evaluasi strategi, serta faktor pendukung dan penghambat optimalisasi (Sugiyono, 2021). Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber, teknik, dan waktu, didukung dengan teknik member checking, prolonged engagement, persistent observation, dan audit trail guna memastikan kredibilitas, dependabilitas, transferabilitas, dan konfirmabilitas data.

Teknik analisis data yang digunakan mengikuti model Miles dan Huberman, dimulai dengan proses reduksi data untuk menyaring informasi relevan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, diikuti dengan penyajian data dalam bentuk narasi tematik dan matriks kategorisasi, serta penarikan kesimpulan melalui proses verifikasi berkelanjutan. Reduksi data berfokus pada pengelompokan informasi terkait analisis SWOT, penyusunan program promosi, pelaksanaan mekanisme pendaftaran, hingga evaluasi strategi yang dijalankan sekolah (Sugiyono, 2019a). Penyajian data disusun secara sistematis untuk memperjelas hubungan antar tema dan mendukung interpretasi temuan, sementara verifikasi dilakukan dengan triangulasi dan konfirmasi kepada informan utama. Dengan kombinasi teknik pengumpulan data yang komprehensif dan analisis data yang berkesinambungan, penelitian ini berupaya membangun pemahaman yang utuh mengenai bagaimana manajemen strategi dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas penerimaan peserta didik baru di sekolah dasar, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memperkuat atau menghambat keberhasilan strategi tersebut dalam menghadapi dinamika persaingan pendidikan saat ini (Creswell & Creswell, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekolah Dasar Negeri 52 Prabumulih terletak di Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, Provinsi Sumatera Selatan. Secara geografis, sekolah ini berada di lingkungan yang cukup strategis, dikelilingi oleh perumahan penduduk, fasilitas umum seperti tempat ibadah, dan akses jalan utama yang mendukung mobilitas masyarakat. SD Negeri 52 Prabumulih memiliki status sekolah negeri dengan akreditasi B, dengan jumlah rombongan belajar yang stabil setiap tahunnya meskipun di tengah meningkatnya persaingan antar

lembaga pendidikan dasar di wilayah tersebut. Kondisi fasilitas fisik sekolah cukup memadai, dengan ruang kelas permanen, laboratorium sederhana, ruang perpustakaan, serta area bermain terbuka. Dari segi tenaga pendidik, sekolah ini memiliki guru-guru yang berstatus PNS dan honorer dengan latar belakang pendidikan S1 dan sebagian sudah menempuh pendidikan profesi guru. Secara organisasi, struktur manajemen sekolah dipimpin oleh seorang kepala sekolah yang visioner, didukung oleh wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, guru-guru senior, staf administrasi, serta komite sekolah yang aktif terlibat dalam kegiatan pengembangan sekolah. Dalam konteks penerimaan peserta didik baru, SD Negeri 52 Prabumulih menghadapi tantangan kompetitif karena di sekitarnya terdapat beberapa sekolah swasta dan negeri lain yang menawarkan program-program unggulan. Hal inilah yang mendorong pentingnya penerapan pendekatan manajemen strategi untuk mengoptimalkan penerimaan peserta didik baru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih diawali dengan analisis lingkungan internal dan eksternal sekolah. Kepala sekolah bersama tim manajemen melakukan identifikasi kekuatan sekolah, seperti kualitas guru, kedisiplinan operasional, kedekatan lokasi dengan masyarakat, dan ketersediaan fasilitas pendukung. Sementara itu, kelemahan yang diidentifikasi antara lain keterbatasan program unggulan yang membedakan sekolah dari pesaing, serta belum maksimalnya penggunaan teknologi informasi dalam promosi. Peluang yang ditangkap sekolah mencakup pertumbuhan jumlah penduduk usia sekolah di kawasan sekitar dan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah negeri. Ancaman yang diantisipasi adalah persaingan dengan sekolah swasta berbasis agama yang menawarkan program tambahan yang menarik. Dalam wawancara, Kepala Sekolah menyatakan, “Kami berusaha memetakan dengan jelas kelebihan dan kekurangan kami, karena kalau tidak, sulit untuk menentukan strategi apa yang paling tepat untuk menarik peserta didik baru.” Proses analisis SWOT ini menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi berikutnya.

Pada tahap formulasi strategi, SD Negeri 52 Prabumulih menyusun beberapa rencana untuk memperkuat daya tarik sekolah. Salah satu strategi yang dirumuskan adalah penguatan program literasi berbasis karakter, promosi sekolah melalui media sosial, penyelenggaraan open house untuk masyarakat sekitar, dan pembuatan brosur promosi yang menonjolkan prestasi sekolah dan profil guru-guru yang berpengalaman. Strategi ini disusun dengan melibatkan guru-guru senior dan staf administrasi. Wakil Kepala Sekolah bidang kesiswaan menjelaskan dalam wawancara, “Kami membuat tim kecil yang khusus mengurus promosi. Kami bahas apa saja yang perlu kami tampilkan ke masyarakat, agar mereka tahu kelebihan sekolah kami dibandingkan sekolah lain.” Selain itu, sekolah juga menjalin kerja sama dengan RT/RW setempat untuk memudahkan penyebaran informasi mengenai penerimaan peserta didik baru. Penyusunan strategi dilakukan tidak hanya berbasis teori, melainkan juga mempertimbangkan feedback dari komunitas masyarakat sekitar melalui diskusi informal yang dilakukan oleh guru dan staf saat berinteraksi di lingkungan sosial.

Implementasi strategi penerimaan peserta didik baru dilakukan secara bertahap dan terkoordinasi. Sekolah aktif memanfaatkan media sosial, terutama Facebook dan WhatsApp Group Komite Sekolah, untuk menyebarluaskan informasi pendaftaran. Kegiatan open house yang diadakan pada bulan April 2025 mendapat respons positif dari masyarakat, di mana sekolah memperkenalkan program-program baru dan menampilkan hasil karya siswa dalam pameran mini. Guru tim promosi sekolah mengatakan dalam wawancara, “Waktu open house, kami tampilkan semua hasil karya siswa, prestasi lomba, juga ada sambutan dari kepala sekolah yang menjelaskan program baru kami. Banyak orang tua yang jadi lebih tertarik.” Selain promosi berbasis event, sekolah juga mengoptimalkan pelayanan informasi dengan menyediakan meja layanan PPDB setiap hari kerja selama masa pendaftaran, lengkap dengan petugas yang ramah dan siap membantu orang tua dalam proses administrasi. Keterlibatan seluruh guru dalam menyambut calon peserta didik dan orang tua saat kunjungan ke sekolah juga menjadi strategi kunci dalam membangun kesan pertama yang positif.

Sekolah melaksanakan rapat evaluasi internal setiap akhir pekan selama masa PPDB untuk memonitor perkembangan jumlah pendaftar, mengevaluasi kendala teknis yang muncul, serta menyesuaikan langkah-langkah promosi jika diperlukan. Dari hasil dokumentasi, tercatat bahwa pada pertengahan masa pendaftaran, sekolah melakukan perubahan strategi dengan memperluas sebaran informasi ke beberapa komunitas sosial di luar zona terdekat, setelah mendapati bahwa jumlah pendaftar pada minggu pertama belum memenuhi target. Staf administrasi PPDB mengungkapkan, “Awalnya kami hanya fokus di sekitar sekolah, tapi setelah melihat pendaftar masih kurang, kami langsung perluas penyebaran informasi ke daerah tetangga dengan bantuan orang tua siswa yang sudah ada.” Evaluasi ini bersifat fleksibel dan cepat dalam merespons dinamika yang terjadi di lapangan, menunjukkan penerapan prinsip adaptif dalam manajemen strategi sekolah.

Adapun faktor pendukung dalam optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih meliputi kekompakan tim internal sekolah, dukungan kuat dari kepala sekolah yang visioner, partisipasi aktif komite sekolah, serta hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Kepala sekolah dalam wawancara menegaskan, “Kami selalu menekankan kepada semua guru bahwa promosi sekolah bukan hanya

tugas kepala sekolah atau panitia, tapi tugas kita semua. Semua harus terlibat.” Faktor pendukung lainnya adalah komitmen sekolah untuk terus meningkatkan kualitas layanan pendidikan, baik dalam bidang akademik maupun pengembangan karakter siswa, yang menjadi nilai tambah di mata masyarakat. Sebaliknya, hambatan yang dihadapi adalah keterbatasan anggaran promosi, ketidakmerataan akses informasi di kalangan masyarakat menengah bawah, serta munculnya persepsi bahwa sekolah swasta lebih unggul dalam fasilitas tertentu. Namun, hambatan-hambatan ini diatasi dengan inovasi dalam promosi berbasis komunitas dan pendekatan personal kepada calon orang tua siswa.

Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih melalui pendekatan manajemen strategi telah berjalan cukup efektif meskipun masih menghadapi beberapa tantangan. Penerapan analisis SWOT, formulasi strategi berbasis kebutuhan pasar, implementasi program promosi yang adaptif, serta evaluasi strategi secara berkala menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik sekolah. Proses ini menunjukkan bahwa manajemen strategi dalam konteks pendidikan dasar bukan hanya tentang penyusunan program, tetapi juga tentang kemampuan untuk membaca perubahan lingkungan, mengelola sumber daya secara optimal, serta membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Dengan pendekatan ini, SD Negeri 52 Prabumulih mampu memperbaiki citra sekolah, meningkatkan jumlah pendaftar, dan memperkuat posisinya di tengah persaingan pendidikan dasar di Kota Prabumulih.

Analisis Implementasi Manajemen Strategi dalam Optimalisasi Penerimaan Peserta Didik Baru

Implementasi manajemen strategi dalam optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih menunjukkan bagaimana konsep perencanaan strategis dapat diterapkan dalam konteks sekolah dasar negeri yang menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan. Proses implementasi yang dilakukan tidak sekadar menjalankan prosedur administratif rutin PPDB, melainkan telah mengarah pada upaya sistematis untuk memahami lingkungan persaingan, membangun keunggulan kompetitif, dan merespon kebutuhan masyarakat. Hal ini terlihat dari inisiatif sekolah dalam melakukan analisis SWOT secara internal dan eksternal sebelum memasuki masa pendaftaran siswa baru. Kepala sekolah bersama tim promosi tidak hanya mengidentifikasi kekuatan berupa kedekatan lokasi dan kualitas guru, tetapi juga secara sadar melihat keterbatasan sekolah dalam inovasi program unggulan. Ini menunjukkan bahwa pada tahap implementasi awal, SD Negeri 52 Prabumulih telah menerapkan prinsip dasar manajemen strategi, yaitu memahami posisi kompetitif lembaga sebelum menentukan langkah taktis yang diambil, sebagaimana ditekankan oleh (Yanti & Saputra, 2025) dalam kerangka strategic management.

Formulasi strategi di SD Negeri 52 Prabumulih menunjukkan praktik perencanaan yang berbasis kebutuhan riil lapangan. Sekolah merancang program promosi sederhana namun efektif, seperti open house dan pemanfaatan media sosial berbasis komunitas, karena memahami keterbatasan anggaran promosi formal. Ini membedakan mereka dari pendekatan promosi tradisional yang umumnya hanya mengandalkan pemasangan spanduk atau brosur. Implementasi penggunaan media sosial berbasis komunitas, seperti WhatsApp Group komite sekolah dan Facebook, merupakan bentuk inovasi adaptif yang disesuaikan dengan karakteristik masyarakat sekitar, di mana akses terhadap media digital sederhana lebih dominan. Guru-guru yang tergabung dalam tim promosi juga diberikan peran aktif dalam mendekati masyarakat secara personal. Pendekatan ini mencerminkan penerapan prinsip *relationship marketing* dalam pendidikan, yakni membangun relasi sosial yang kuat untuk memperkuat citra institusi. Hal ini sejalan dengan temuan (Caswanda et al., 2023) bahwa hubungan emosional antara institusi dan stakeholder memiliki dampak signifikan terhadap keputusan memilih sekolah.

Keterlibatan seluruh aktor internal sekolah di SD Negeri 52 Prabumulih menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan. Kepala sekolah mendorong seluruh guru untuk berperan dalam menyambut calon siswa dan orang tua selama masa PPDB, tidak membatasi peran hanya kepada panitia kecil. Ini menunjukkan bahwa implementasi strategi dilakukan melalui pembentukan budaya organisasi kolaboratif, di mana setiap individu merasa memiliki tanggung jawab atas keberhasilan penerimaan peserta didik baru. Dengan demikian, SD Negeri 52 Prabumulih tidak hanya menjalankan strategi formal di atas kertas, tetapi membangun *shared commitment* di tingkat operasional. Pendekatan ini relevan dengan model perubahan organisasi (Rozi, 2025), di mana keberhasilan implementasi strategi sangat bergantung pada unfreezing pola pikir lama dan menciptakan sense of ownership terhadap perubahan di antara semua anggota organisasi.

Meskipun implementasi berjalan cukup efektif hasil analisis juga menunjukkan adanya tantangan internal yang belum sepenuhnya teratasi. Salah satunya adalah keterbatasan inovasi dalam program unggulan sekolah yang dapat menjadi pembeda kuat dibandingkan sekolah pesaing. Strategi promosi berbasis karakter dan literasi yang diusung memang relevan dengan kebutuhan masyarakat, tetapi untuk jangka panjang SD Negeri 52 Prabumulih perlu mengembangkan program-program yang lebih inovatif dan distingtif, misalnya

program bilingual, program berbasis teknologi informasi, atau program penguatan life skills siswa. Tanpa inovasi program yang kuat, sekolah berisiko mengalami stagnasi dalam persaingan PPDB di masa depan. Di sinilah tampak bahwa implementasi manajemen strategi tidak berhenti pada promosi efektif saja, tetapi harus dilanjutkan dengan inovasi nilai (*value innovation*) yang berkelanjutan, sebagaimana dikemukakan dalam teori *blue ocean strategy* oleh Kim dan Mauborgne (2005) dalam (Hanum & Rahim, 2022).

Dalam pelaksanaan PPDB tahun 2025, SD Negeri 52 Prabumulih menunjukkan kemampuan adaptif yang baik, terbukti dari perubahan strategi promosi di tengah jalan ketika pendaftar minggu pertama belum memenuhi target. Keputusan cepat untuk memperluas jangkauan informasi promosi ke wilayah tetangga, serta penggunaan relasi orang tua siswa untuk memperluas jaringan, menunjukkan praktik manajemen strategi yang fleksibel dan responsif. Ini sejalan dengan konsep *dynamic capabilities* dalam manajemen strategi yang dikembangkan oleh Teece (2007) dalam (Khofifah, 2024), yaitu kemampuan organisasi untuk membangun, mengintegrasikan, dan mengkonfigurasi sumber daya internal dan eksternal untuk merespons perubahan lingkungan. SD Negeri 52 Prabumulih secara empiris memperlihatkan bahwa sekolah dasar negeri pun dapat menerapkan prinsip adaptabilitas strategis jika kepemimpinan dan keterlibatan komunitas dikelola dengan baik.

Dari sudut pandang evaluasi implementasi pendekatan yang dilakukan SD Negeri 52 Prabumulih sudah cukup memenuhi prinsip *continuous improvement*. Rapat evaluasi mingguan selama masa PPDB memperlihatkan bahwa sekolah tidak hanya menjalankan strategi secara statis, tetapi terus memonitor, menganalisis, dan memperbaiki langkah taktis berdasarkan data real-time. Hal ini memperkuat teori Miles dan Huberman (1994) dalam (Winiyaah & Patria, 2024) bahwa refleksi berkelanjutan selama implementasi merupakan kunci untuk meningkatkan efektivitas program dan menghasilkan inovasi dari bawah (*bottom-up innovation*). Evaluasi ini juga menunjukkan bahwa SD Negeri 52 Prabumulih menerapkan siklus PDCA (Plan-Do-Check-Act) dalam praktik manajemen strategisnya secara natural, meskipun belum terformalisasi secara konseptual.

Secara keseluruhan pembahasan ini menunjukkan bahwa implementasi manajemen strategi dalam optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih tidak hanya memenuhi tahapan formal strategi, tetapi sudah menunjukkan kedewasaan organisasi dalam mengelola perubahan, membangun budaya kolaboratif, dan beradaptasi terhadap dinamika eksternal. Penerapan strategi di sekolah ini tidak hanya berbicara tentang pelaksanaan rencana di permukaan, melainkan tentang bagaimana strategi itu dihidupkan melalui tindakan kolektif, inovasi adaptif, dan evaluasi reflektif. Dengan demikian, studi kasus SD Negeri 52 Prabumulih memberikan kontribusi nyata dalam memperkaya pemahaman tentang bagaimana manajemen strategi dapat diimplementasikan secara kontekstual di lingkungan pendidikan dasar di Indonesia.

Faktor Pendukung dan Hambatan dalam Optimalisasi Penerimaan Peserta Didik Baru

Optimalisasi penerimaan peserta didik baru tidak akan pernah terlepas dari berbagai faktor yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi keberhasilannya. Dalam konteks SD Negeri 52 Prabumulih, keberhasilan pelaksanaan strategi penerimaan peserta didik baru secara optimal ditopang oleh sejumlah faktor pendukung internal dan eksternal yang saling melengkapi. Pada saat yang sama, terdapat pula sejumlah hambatan yang bersifat struktural, teknis, maupun kultural yang menjadi tantangan dalam implementasi strategi. Oleh karena itu, analisis terhadap faktor pendukung dan hambatan ini menjadi penting untuk memahami bagaimana sekolah dapat memaksimalkan potensi dan merespon tantangan dalam upaya meningkatkan daya tariknya di tengah kompetisi pendidikan dasar yang semakin dinamis. Dalam perspektif manajemen strategi, faktor-faktor pendukung dan penghambat merupakan elemen kunci dalam evaluasi lingkungan strategis organisasi, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Strategic Fit* oleh Chandler (1962) dalam (Sya'adah, 2024), yang menekankan pentingnya keselarasan antara strategi yang dirumuskan dan kondisi nyata organisasi.

Faktor pendukung paling utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah keberadaan kepala sekolah yang memiliki karakter kepemimpinan visioner dan partisipatif. Kepala sekolah di SD Negeri 52 Prabumulih secara aktif memimpin proses perencanaan dan pelaksanaan strategi penerimaan peserta didik baru, tidak hanya dalam tataran formal, tetapi juga secara operasional. Kepemimpinan semacam ini sesuai dengan konsep *transformational leadership* yang dikemukakan oleh Bass dan Avolio (1994) dalam (Lestari, 2025), di mana pemimpin tidak hanya menjalankan fungsi administratif, tetapi mampu menginspirasi, memotivasi, dan menggerakkan seluruh potensi sumber daya manusia di sekitarnya untuk mencapai tujuan bersama. Kepala sekolah tidak hanya menyusun rencana, tetapi juga terlibat dalam kegiatan promosi, berinteraksi langsung dengan masyarakat, dan memberi ruang bagi partisipasi guru dan staf. Hal ini menciptakan iklim kerja yang kolaboratif dan produktif dalam tim kerja PPDB, memperkuat koordinasi lintas bagian, serta meningkatkan loyalitas personel terhadap keberhasilan proses PPDB.

Faktor pendukung lain yang sangat berpengaruh adalah partisipasi aktif guru dan staf dalam menjalankan peran strategis sebagai agen promosi sekolah. Para guru tidak hanya melaksanakan tugas mengajar, tetapi juga mengambil peran dalam mendampingi kegiatan open house, membantu pelayanan informasi kepada orang tua, hingga menyebarkan informasi melalui kanal sosial media mereka masing-masing. Partisipasi ini memperlihatkan bahwa SD Negeri 52 Prabumulih telah membangun budaya organisasi berbasis kolaborasi. Menurut Robbins dan Judge (2017) dalam (Sari et al., 2025), organisasi yang memiliki budaya kolaboratif akan lebih adaptif dalam menghadapi tantangan eksternal dan lebih solid dalam implementasi kebijakan strategis. Komitmen guru dalam promosi sekolah juga memperkuat relasi interpersonal dengan masyarakat, karena sebagian besar guru tinggal di sekitar lingkungan sekolah dan memiliki koneksi sosial yang kuat dengan masyarakat setempat. Hal ini menjadi *aset sosial* (social capital) yang bernilai tinggi dalam memperluas jaringan informasi dan membentuk persepsi positif masyarakat terhadap sekolah.

Faktor pendukung lainnya adalah kepercayaan masyarakat terhadap eksistensi dan kualitas layanan pendidikan di SD Negeri 52 Prabumulih. Kepercayaan ini dibangun tidak hanya dari keberhasilan akademik, tetapi juga dari reputasi sekolah dalam mendidik karakter, kedisiplinan, dan pembiasaan religius. Sekolah menerapkan pola pendidikan yang bersahabat dengan orang tua, melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan melalui forum komite, serta memberikan ruang konsultasi yang terbuka selama masa pendaftaran. Pendekatan humanis ini menciptakan pengalaman positif yang membuat orang tua merasa dilibatkan dan dihargai sebagai mitra pendidikan. Hal ini sejalan dengan pendekatan *stakeholder engagement* dalam manajemen pendidikan, yang menyebutkan bahwa hubungan positif dengan stakeholder merupakan salah satu pilar keberhasilan strategi institusi, terutama di sektor publik yang mengandalkan legitimasi sosial sebagai modal utama.

Namun di balik kekuatan tersebut, terdapat pula hambatan-hambatan yang secara nyata membatasi efektivitas implementasi strategi optimalisasi PPDB. Salah satu hambatan struktural yang cukup dominan adalah keterbatasan anggaran promosi. SD Negeri 52 Prabumulih sebagai sekolah negeri harus bergantung pada alokasi dana BOS dan dukungan dari komite untuk membiayai kegiatan promosi. Hal ini menyebabkan ruang gerak sekolah untuk melakukan promosi secara masif, seperti iklan media atau roadshow ke komunitas lebih luas, menjadi sangat terbatas. Akibatnya, strategi promosi yang dijalankan lebih mengandalkan pendekatan komunitas, seperti WhatsApp group dan sebaran brosur lokal. Walaupun efektif dalam konteks komunitas sekitar, keterbatasan ini tetap membatasi kemampuan sekolah untuk menjangkau calon peserta didik dari luar zona. Ini menunjukkan bahwa strategi manajemen yang baik tetap memerlukan dukungan sumber daya yang memadai untuk bisa diimplementasikan secara maksimal, sebagaimana dijelaskan dalam *resource-based view* oleh Barney (1991) dalam (Rahmawaty, 2023).

Hambatan lain yang bersifat teknis adalah kurang optimalnya pemanfaatan teknologi informasi secara profesional. Meski sekolah telah mulai menggunakan media sosial untuk promosi, namun belum memiliki website resmi yang dikelola dengan baik dan belum memanfaatkan konten visual yang menarik untuk meningkatkan daya tarik promosi. Dalam era digital saat ini, citra institusi pendidikan tidak hanya dibangun dari layanan tatap muka, tetapi juga dari *branding digital* yang konsisten dan kredibel. Sekolah yang memiliki media digital yang aktif, informatif, dan menarik cenderung lebih dipilih oleh generasi muda orang tua yang terbiasa mencari informasi melalui internet. Oleh karena itu, keterbatasan di bidang digital marketing menjadi hambatan yang perlu segera diatasi untuk meningkatkan daya saing sekolah ke depan.

Hambatan lain yang muncul adalah persepsi sebagian masyarakat tentang sekolah swasta sebagai institusi yang lebih unggul dalam program unggulan, fasilitas, dan pendekatan pendidikan. Meski tidak selalu didasarkan pada fakta objektif, persepsi ini cukup berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Dalam hal ini, SD Negeri 52 Prabumulih menghadapi tantangan kultural yang berkaitan dengan konstruksi sosial masyarakat mengenai "status sekolah". Hambatan ini hanya bisa diatasi dengan strategi komunikasi yang sistematis, konsisten, dan berbasis bukti (evidence-based promotion). Sekolah perlu terus menonjolkan prestasi siswa, program inovatif yang sedang berjalan, dan testimoni orang tua melalui berbagai media untuk mengubah persepsi tersebut. Hal ini menegaskan bahwa dalam konteks manajemen strategi pendidikan, membangun persepsi publik adalah bagian integral dari implementasi strategi yang tidak bisa diabaikan.

Dari pembahasan ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih sangat dipengaruhi oleh sinergi antara kepemimpinan strategis, partisipasi kolektif seluruh elemen sekolah, dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Di sisi lain, hambatan-hambatan seperti keterbatasan anggaran promosi, belum optimalnya digitalisasi informasi, serta tantangan persepsi publik terhadap sekolah negeri menjadi catatan penting yang harus direspons secara taktis dan strategis. Oleh karena itu, keberlanjutan strategi optimalisasi PPDB di SD Negeri 52 Prabumulih sangat bergantung pada kemampuan sekolah untuk mempertahankan faktor-faktor pendukung yang telah ada, sambil

secara progresif mengeliminasi hambatan-hambatan yang bersifat struktural maupun kultural melalui pendekatan inovatif, kolaboratif, dan adaptif.

KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa implementasi manajemen strategi dalam optimalisasi penerimaan peserta didik baru di SD Negeri 52 Prabumulih telah berjalan secara sistematis dan adaptif, dimulai dari analisis lingkungan internal dan eksternal melalui pendekatan SWOT, perumusan strategi berbasis kebutuhan dan karakteristik masyarakat sekitar, implementasi program promosi berbasis komunitas dan media sosial, hingga evaluasi berkala untuk perbaikan berkelanjutan. Faktor-faktor pendukung keberhasilan strategi meliputi kepemimpinan kepala sekolah yang visioner, partisipasi aktif guru dan staf, serta kepercayaan masyarakat terhadap kinerja sekolah, sementara hambatan yang dihadapi mencakup keterbatasan anggaran promosi, kurang optimalnya pengelolaan media digital, dan persepsi masyarakat terhadap keunggulan sekolah swasta. Secara umum, pendekatan manajemen strategi yang diterapkan mampu meningkatkan efektivitas PPDB di tengah kompetisi pendidikan dasar, meskipun masih diperlukan inovasi program dan penguatan branding digital untuk menghadapi tantangan jangka panjang dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar SD Negeri 52 Prabumulih terus memperkuat implementasi manajemen strategi dalam PPDB dengan mengembangkan program-program unggulan yang inovatif dan membedakan diri dari sekolah lain, meningkatkan profesionalisme dalam pengelolaan promosi digital melalui website sekolah dan media sosial, serta memperluas jaringan kerja sama dengan komunitas dan stakeholder pendidikan untuk memperluas cakupan informasi dan membangun persepsi publik yang lebih positif; selain itu, sekolah perlu mengupayakan diversifikasi sumber pendanaan untuk mendukung kegiatan promosi dan inovasi program, serta mengadopsi mekanisme monitoring dan evaluasi strategi berbasis data untuk memastikan keberlanjutan peningkatan kinerja dalam penerimaan peserta didik baru secara lebih efektif dan adaptif di masa yang akan datang.

DAFTAR REFERENSI

- Artikasari, R. M., Rodiyah, A. S., Nabila, F. P., Safitri, A. A., Siswoyo, A. A., Madura, U. T., & Inda, P. T. (2024). Strategi Penerimaan Peserta Didik Baru dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendaftar di SDN Tanjung Jati 2. *Jurnal Media Akademik*, 2(12).
- Badriyah, S., & Supriyanto, S. (2024). Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru: Studi Kasus MIN 7 Boyolali. *Islamika*, 6(1), 107–118. <https://doi.org/10.36088/islamika.v6i1.4150>
- Caswanda, C., Kamaludin, K., & ... (2023). Analisis Problematika di Sekolah (Studi Kasus Penerimaan Siswa Baru di SDN Panongan II Kecamatan Jatitujuh Kabupaten Majalengka. *Jurnal Madinasika Manajemen Pendidikan Dan Keguruan*, 4(2), 53–60. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/madinasika/article/view/8430>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed M ethods Approaches*.
- Farozi, F., Abdullah, G., & Soedjono, S. (2023). Manajemen Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smk Negeri 1 Kandeman Batang. *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)*, 12(3), 390–403. <https://doi.org/10.26877/jmp.v12i3.15307>
- Fauzi, R., & Abdullah, F. (2024). Rancang Bangunan Website Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus: SDN Manggunharja 01). *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 8(6), 11437–11444.
- Hanum, F., & Rahim, A. (2022). Manajemen Peserta Didik Berbasis IMTAQ pada Sekolah Dasar. *JAMP: Jurnal Adminitrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 5, 8–16.
- Haromain. (2021). Model Manajemen Peserta Didik Madrasah (Studi Kasus Madrasah Tsanawiyah Model Praya). *STRATEGY: Jurnal Inovasi Strategi Dan Model Pembelajaran*, 1(1), 114–118. <https://doi.org/10.51878/strategi.v1i1.563>
- Khofifah, T. S. (2024). Strateegi Pemasaran Online terhadap Kuantitas Peneerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di YPHB Bogor. *Jurnal Sosial Humaniora*, 2(5), 522–532.
- Kholisoh, L., Wasiyem, W., Apriyanto, H., Marotun, S., Nurjanah, S., & Nur SaidahTurrofiyah, S. (2023). Pembinaan Kepribadian Islami: Kunci Sukses Penerimaan Siswa Baru di SMP Islam Terpadu. *Journal of Education and Teaching (JET)*, 4(3), 383–395. <https://doi.org/10.51454/jet.v4i3.259>
- Lestari, L. (2025). Systematic Literature Review: Penerapan Digital Markting Sebagai Promosi dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 3(2), 454–466.
- Rahmawaty. (2023). Manajemen Seleksi Penerimaan Peserta Didik Baru dalam Meningkatkan Mutu Lulusan di Madrasah Aliyah Darussalam Kabupaten Maros. *Kajian Manajemen Dan Pendidikan*, 1(2), 1–8.

- Rizmawan, C., Lehan, A. A. D., Pd, S., Pd, M., Dethan, J., & Pd, M. (2024). Manajemen Peserta Didik Sekolah Dasar : Konsep , Implementasi , dan Strategi Optimalisasi. *Jurnal Lazuardi*, 7(4), 17–22.
- Rozi, M. A. F. (2025). Pendekatan Strategis dalam Pengorganisasian Peserta Didik Inklusif di Sekolah Dasar. *Management of Education: Manajemen Pendidikan Islam*, 11(1), 64–79.
- Sari, R. R., Ashriana, A. N., & Abdillah, A. (2025). Kontribusi Strategi Pemasaran Instagram Ads, Celebrity Endorsement, dan Direct Marketing dalam Meningkatkan Minat Pendaftaran Siswa Baru di Al Khodijah Elementary School Kota Mojokerto. *Jurnal Samudera Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 84–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v16i1.10802>.Article
- Sugiyono. (2019a). *Statistika untuk Penelitian*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019b). Buku sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Supriyanto, A., & Lian, B. (2021). Manajemen kepala sekolah dalam meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah dasar. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(2), 123–135.
- Sya'adah, S. F. (2024). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah. *Dinamika Pembelajaran : Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 1(4).
- Winiyaah, A., & Patria, M. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Paud Tunas Mawar Menggunakan Metode Waterfall. *Jurnal Informatika Teknologi dan Sains (JINTEKS)*, 6(3), 411–420.
- Yanti, D. R., & Saputra, A. A. (2025). Manajemen Kesiswaan pada Sekolah Dasar Negeri 02 Banyuasin II. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 2(2), 24–36.
- Zikry, A. C., Brotosaputro, G., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Manajemen, I., & Informasi, F. T. (2024). Penerapan E-CRM pada SMK 1 Barunawati Jakarta untuk Meningkatkan Fasilitas Penerimaan Siswa. *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 3(2), 1188–1197.