

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat.¹ pentingnya pendidikan dapat dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang sudah peka terhadap kebutuhannya, banyak dari mereka berambisi menyekolahkan anaknya pada sekolah yang bergengsi dan bereputasi tinggi sehingga diharapkan mampu mencipta sebuah lulusan yang dapat mempengaruhi masa depan anaknya. Oleh karena hal tersebut banyak sekolah yang berupaya mengupdate semua element sekolahnya sehingga mampu bersaing dengan sekolah lain, diantaranya dengan diadakannya sebuah pemasaran/ promosi pendidikan.

Lembaga pendidikan memerlukan pengelolaan secara profesional untuk menghadapi kompetisi yang sangat sulit pada saat ini, karena sekolah sulit diminati oleh calon siswa apabila sekolah tidak memiliki pengelolaan yang baik. Persaingan didalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat dihindari lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan. kompetisi dalam sebuah sekolah mengharuskan setiap lembaga untuk bisa membuat cara dalam mempromosikan lembaga pendidikan yang efektif dan

¹Deni Gani M. Noor, dkk, "Pengaruh Motivasi kerja guru terhadap kinerja guru dalam mewujudkan capaian hasil belajar siswa (penelitian di Mts. Persis tarogong kecamatan tarogong kidul - garut) KHAZANAH AKADEMIA , vol. 05 ; no 1 2001 ; 07 -14

efisien karena saat ini dapat dilihat banyaknya jumlah sekolah baru yang didirikan dengan berbagai pilihan kebutuhan masyarakat. Dalam mengelola lembaga juga dibutuhkan berbagai manajemen yang baik, diantaranya dalam bidang pemasaran sehingga pelanggan dapat mengetahui kualitas yang ditawarkan dari jasa pendidikan .²

Pemasaran atau promosi menjadi sesuatu yang harus dilakukan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, fungsi pemasaran di lembaga pendidikan ialah berguna membentuk citra baik kepada lembaga serta menarik minat sejumlah calon siswa. Tujuan dari strategi promosi yaitu agar dapat dikenali oleh banyak orang dan calon siswa, maka dari adanya hal tersebut sekolah bisa terlihat, walaupun sekolah tersebut bagus dan berkualitas apabila tidak dipromosikan maka sekolah tidak akan diminati. Promosi yang tepat akan menghasilkan hasil yang baik bagi sekolah dan akan berdampak positif bagi keberlangsungan pengelolaannya.

Manajemen pemasaran bagi lembaga pendidikan diperlukan seiring dengan adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif. Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada stakeholder dan masyarakat. Penekanan kepada

²Shobri, M., & Jaosantia, J. (2021). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Tinggi Islam. Proceedings of Annual Conference on Islamic Educational Management*, 748

pemberian kepuasan kepada stakeholder merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing.³

Pemasaran tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan. Untuk menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan, harus mempraktekkan pemasaran secara terus menerus.

Agar memperoleh murid di tahun pelajaran baru, sekolah harus mengadakan promosi.⁴ Sekolah dapat melakukan promosi dengan cara melalui berbagai media, walaupun promosi sekolah memiliki pengaruh yang kecil terhadap pemilihan calon siswa terhadap sekolah pilihannya. Tetapi promosi sekolah tetap memiliki pengaruh kepada para calon siswa, karena promosi-promosi tersebut dapat menunjukkan mutu dari sekolah tersebut, serta apa saja prestasi yang sudah diraih oleh sekolah tersebut⁵. Adapun yang termasuk

³ Muhaimin. *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 98.

⁴ Zulkipli, DKK "Pelaksanaan promosi melalui kegiatan event lomba nin akademik tingkat smp/mts". *Jurnal pendidikan glasser*, 6, 2, 2022. 183

⁵ Margareta, R. T. E., Ismanto, B., & Sulasmono, B. S. Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*. (2018), 14

indikator promosi diantaranya yaitu: market (pasar), mission (misi), media,message (pesan), money (uang) dan measurement (pengukuran).

Pada pelaksanaan pendidikan sebuah lembaga Pendidikan atau sekolah harus selalu berupaya untuk menghasilkan lulusan atau output yang Berkualitas, memiliki prestasi belajar yang Mampu untuk diandalkan serta berkompeten Pada tiap bidangnya. Suatu sekolah dinyatakan Berhasil dalam menyelenggarakan dan Mencapai tujuan pendidikan salah satunya Dibuktikan dengan adanya prestasi yang telah Berhasil diraih sebagai wujud keberhasilan Peserta didik sebagai sasaran utama dalam Melaksanakan kegiatan pendidikan. Prestasi Merupakan tingkat kemampuan yang dapat Diukur, sehingga dalam hal ini jika sekolah Tersebut dikatakan sekolah yang bermutu salah Satunya dapat diukur dari prestasi yang telah Diraih, khususnya prestasi peserta didik. Salah satu indikator Keberhasilan tersebut adalah apabila sekolah Telah mampu untuk memberikan pelayanan Pendidikan yang berkualitas serta efektif baik Pada tingkat kelas maupun tingkat sekolah.⁶

Prestasi akademik merupakan prestasi yang dihasilkan dari lomba atau kompetisi yang dilakukan oleh siswa ataupun mahasiswa yang berkaitan erat dengan pendidikan formal di sekolah ataupun kuliah. Prestasi non akademik adalah prestasi yang dihasilkan bukan dari hasil kompetisi akademik. Prestasi non-akademik bisa diperoleh melalui berbagai kegiatan ekstrakurikuler kegiatan ekstra kulikuler di sekolah menunjang perkembangan kemampuan

⁶ Kholif Sulistyawati supriyanto, Strategi Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Peserta Didik Di Sma Negeri 1 Bojonegoro, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 11 Nomor 01 Tahun 2023*, 252

siswa dalam bidang yang diminatinya. Dengan adanya kegiatan ekstrakurikuler bakat dan minat siswa dapat disalurkan.⁷

Berdasarkan hasil interview yang dilakukan peneliti terhadap tim promosi/pemasaran pendidikan di SMAN 1 Galis dikatakan bahwa promosi pendidikan telah dilakukan setiap tahun namun untuk tahun ini sekolah ini membuat terobosan baru yaitu mengadakan lomba non akademik di bidang e-sport dan sport yaitu lomba mobile legends dan volly. Lomba tersebut dilaksanakan pada kapasitas tingkat se-kabupaten pamekasan yang mana sasaran utama adalah siswa kecamatan mengingat SMAN 1 Galis merupakan sma yang berada di kecamatan. Hal tersebut dilakukan dikarenakan SMAN 1 galis mengalami penurunan siswa baru, sehingga dilakukan promosi pendidikan melalui lomba tersebut, alasan memilih lomba tersebut yaitu mengikuti trend yang berlaku. Banyak hambatan dalam melakukan lomba tersebut berupa perijinan, sosialisasi yang belum tersalurkan semua, kurangnya tim promosi yang menjadikan kurang tersalurkan nya informasi kepada semua sekolah SMP yang ada dipamekasan, hal tersebut pulalah yang menjadikan pengurangan kapasitas peserta dari lomba E-sport , karena kewalahan terhadap penanganan lomba tersebut. Yang menjadi alasan SMAN 1 Galis tidak memilih lomba akademik , dilihat dari sumber daya siswanya yang tidak bisa diajak kerja sama dibidang akademik, siswa di sekolah ini bersifat sensor motorik yang mana siswa disini lebih condong aktif dibidang non akademik, serta lingkungan yang mendukung untuk aktif dibidang non akademik. Oleh karen itu sebagai upaya

⁷Cut Zainabon, “ Upaya Meningkatkan Prestasi Akademik dan Non Akademik Siswa Melalui Penggunaan Strategi Relasi Pada SD Negeri 1Beureunuen Kecamatan Mutiara Timur kabupaten Pidie”, Jurnal Pendidikan,Sains, dan Humaniora, Vol.11, No.2, 2023. 132

dalam menarik minat peserta didik baru diadakan sebuah ajang perlombaan yang disesuaikan dengan kapasitas sumber daya siswa di SMAN 1 Galis.⁸

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui implementasi promosi pendidikan melalui kegiatan lomba non akademik tingkat SMP / sederajat di SMAN 1 Galis

B. Fokus penelitian

1. Bagaimana implementasi promosi pendidikan melalui kegiatan lomba non akademik tingkat SMP sederajat di SMAN 1 Galis?
2. Bagaimana implikasi promosi pendidikan melalui kegiatan lomba non akademik tingkat SMP sederajat di SMAN 1 Galis?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi promosi pendidikan melalui kegiatan non akademik tingkat SMP sederajat di SMAN 1 Galis
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat promosi pendidikan melalui kegiatan lomba non akademik tingkat SMP Sederajat SMAN 1 Galis

D. Kegunaan penelitian

Dalam Penelitian Ini Memiliki Dua Kegunaan Atau Manfaat Yakni Secara Teoritis Dan Secara Praktis, Antara Lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis Penelitian Diharapkan Berguna Untuk:

⁸ Wawancara dengan bapak Budi Hartomo sapta wardhana , Tim pemasaran SMAN 1 GALIS pada 20 september 2023 , pukul 14.00 wib.

- a. Memberikan Sumbangan Ilmiah Dalam Ilmu Manajemen pemasaran Dalam mempromosikan pendidikan melalui kegiatan lomba non akademik.
- b. Mempertajam Daya Kritis Terhadap Teori Manajemen pemasaran Dalam mempromosikan pendidikan melalui kegiatan lomba non akademik dan berusaha mengembangkan teori tersebut.

2. Manfaat Praktis

Secara Praktis Penelitian Ini Diharapkan Dapat Berguna Sebagai Berikut:

1. Bagi Panitia PPDB

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat berguna dalam lembaga serrta dapat meningkatkan kinerja tenaga pendidik dan tenaga kependidikan serta menambah pengetahuan terhadap teori-teori Manajemen pemasaran Pendidikan khususnya pada tim humas dan yang bersangkutan dengan tim promosi pendidikan dan bisa menjadi bahan pertimbangan serta sumbangan ilmu dan pemikiran dalam promosi pendidikan bagi pihak lembaga SMAN 1 Galis.

2. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi Inspirasi dan dapat dijadikan motivasi bagi mahasiswa dan mahasiswi dalam menempuh keilmuan yang sedang dijalani, dan juga dapat dijadikan rujukan serta refrensi tambahan dalam sebuah penelitian kedepannya dalam konteks permasalahan yang berkaitan dengan Manajemen Pendidikan Islam. Sekaligus dapat dijadikan sebagai sasaran sumber

pembelajaran pada materi tentang manajemen pemasaran dan juga dapat dijadikan kontribusi Literature bagi perpustakaan Iain Madura.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemikiran, pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai sumber rujukan bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian yang sekiranya pembahasan atau kajiannya hampir sama yakni tentang Manajemen pemasaran /promosi pendidikan. .

E. Definisi istilah

A. Promosi

Promosi merupakan upaya menyebarluaskan, menginformasikan, memengaruhi, menawarkan, dan mengajak masyarakat untuk terlibat dalam sebuah informasi tentang sesuatu (barang / jasa) sehingga hal tersebut dapat meningkatkan sebuah ketertarikan terhadap sesuatu tersebut.

B. Pendidikan

Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan, pengajaran, dan atau latihan bagi peranannya di masa yang akan datang. Pendidikan berisi nilai , pengetahuan dan keterampilan.

C. Lomba non-akademik

Lomba adalah suatu kegiatan untuk meningkatkan kemampuan atau prestasinya dalam bentuk perlawanan tidak langsung, tetapi searah, tanpa adegan kontak fisik seperti menjatuhkan atau menyerang lawan.

Non akademik merupakan kegiatan yang dilakukan siswa diluar kemampuan yang tidak ada hubungannya dengan ilmu pengetahuan yang bersifat ilmiah.

Lomba non-akademik merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan prestasi diluar kegiatan akademik.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi acuan bagi peneliti untuk lebih memperluas lagi teori yang digunakan oleh peneliti. Kajian terdahulu ini dapat berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang dibangun dan juga sebagai pembeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah dibawah ini:

Penelitian pertama, oleh Mei dewi astutik, dengan judul “ Implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di Man 1 Pamekasan”,⁹Penelitian ini bertujuan yaitu : pertama bagaimana implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan. Kedua apa kendala pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN I Pamekasan: Keriga bagaimana solusi pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pertama implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan dilakukan dengan cara memperbaiki program-program

⁹ Mei dewi astik, “ *implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan*”, skripsi, IAIN MADURA 2018

unggulan dan mempublikasikan kegiatan promosi penerimaan siswa baru kepada masyarakat luas melalui media publikasi seperti brosur, pamflet, spanduk, kerjasama di radio karimata FM Pamekasan, facebook, instagram, whatsapp, youtube dan website sehingga mengalami peningkatan jumlah siswa. Kedua, kendala pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN 1 Pamekasan, yaitu tidak semua lapisan masyarakat mengetahui informasi yang telah disampaikan dikarenakan tidak mempunyai gadget/media sosial, kouta internet yang mahal, akses jaringan internet yang error, kurang memiliki rasa terhadap madrasah sehingga pada saat proses promosi penerimaan siswa baru masih kurang optimal, keterbatasan anggaran karena tidak ada anggaran khusus untuk media promosi Ketiga, solusi pada implementasi media publikasi dalam promosi penerimaan siswa baru di MAN I Pamekasan yaitu melaksanakan sosialisasi dengan terjun langsung ke SMP/MTs, membangun relasi dan kerjasama dengan stakeholders madrasah dengan mengadakan rapat evaluasi, serta keterbatasan anggaran diatasi dari anggaran koperasi madrasah, stakeholders madrasah memberi pinjaman uangnya dan daftar ulang peserta didik yang telah membeli seragam sehingga dari sisa uang seragam dapat mengatasi kendala anggaran.

Persamaan penelitian oleh Mei Dewi Astutik dengan penelitian peneliti yaitu tentang implementasi promosi, perbedaan penelitian oleh dewi astik dengan penelitian peneliti yaitu fokus penelitian dimana fokus penelitian Mei dewi astik yaitu media publikasi dalam penerimaan siswa baru serta lokasi di Man 1 pamekasan sedangkan penelitian peneliti , fokus pada

kegiatan lomba non akademik tingkat SMP sederajat, dan lokasi penelitian di SMAN 1 Galis.

Penelitian kedua , oleh Zulkipli, Ivan Riyadi, Alif Alliyanto, Rudini, Mahin Ainun Naima, yang berjudul “Penerapan Promosi Melalui Ajang Kompetisi Non-Akademik Bagi SMP/Madrasah Tsanawiyah di SMA Muhammadiyah 6 Palembang”¹⁰. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan promosi melalui kompetisi non akademik pada SMP/Madrasah Tsanawiyah di SMA Muhammadiyah 6 Palembang serta faktor pendukung dan penghambat promosi sekolah melalui event kompetisi non akademik pada SMP/MTs. jenjang SMA Muhammadiyah 6 Palembang . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penyelenggaraan Promosi Sekolah Melalui Ajang Kompetisi Non Akademik di SMA Muhammadiyah 6 Palembang telah terlaksana dengan baik melalui beberapa indikator yaitu pasar, misi, pesan, media, uang dan pengukuran. Faktor pendukung dan penghambat promosi sekolah melalui acara kompetisi non akademik tingkat SMP/MTs SMA Muhammadiyah 6 Palembang adalah 1) Faktor pendukung adalah komunikasi yang baik antara komite siswa, guru, staf dan pemangku kepentingan sekolah, fasilitas yang mendukung kegiatan dan tersedianya dana yang cukup agar acara kompetisi dapat terselenggara dengan baik. 2) Faktor penghambatnya adalah sekolah lain yang mengadakan acara kompetisi non-akademik sejenis dan peralatan kesehatan yang kurang

¹⁰ Zulkipli, Ivan Riyadi, Alif Alliyanto, Rudini, Mahin Ainun Naima, yang berjudul “*Penerapan Promosi Melalui Ajang Kompetisi Non-Akademik Bagi SMP/Madrasah Tsanawiyah di SMA Muhammadiyah 6 Palembang*”, Jurnal Pendidikan Glasserp-ISSN : 2579-5082e-ISSN : 2598-2818DOI : 10.32529/glasser.v6i2.1973Volume : 6Nomor : 2Month : 2022

memadai sehingga siswa yang cedera harus dibawa ke rumah sakit bila ada siswa yang cedera.

Persamaan penelitian oleh Zulkipli, Ivan Riyadi, Alif Alliyanto, Rudini, Mahin Ainun Naima ini dengan penelitian penulis yaitu variabel x tentang promosi pendidikan melalui lomba non akademik. Perbedaan penelitian oleh Zulkipli, Ivan Riyadi, Alif Alliyanto, Rudini, Mahin Ainun Naima ini dengan penelitian penulis yaitu lokasi penelitian di SMP/MTs. jenjang SMA Muhammadiyah 6 Palembang sedangkan penelitian ini di SMAN 1 Galis.

Penelitian ketiga , oleh Nurul Asmaul Chusnah, “ Implementasi Strategi Promosi Pendidikan Di MTS Asy-Syarifiyah Sarirejo Demak”¹¹, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan tentang : (1) Bagaimana implementasi strategi promosi pendidikan di MTS AsySyarifiyah Sarirejo Demak, dan (2) Bagaimana hasil dari strategi Promosi pendidikan di MTs Asy-Syarifiyah Sarirejo Demak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi Pendidikan di MTS Asy-Syarifiyah Sarirejo Demak yaitu strategi Langsung dan tidak langsung, menunjukkan prestasi-prestasi siswa, Memperlihatkan keunggulan yang dimiliki, mengikutsertakan siswa Dalam event-event tertentu. Hasil dari strategi promosi yang Dilaksanakan adalah meningkatnya jumlah siswa, meningkatnya Kepuasan siswa, meningkatnya kepercayaan siswa, dan tingginya Loyalitas masyarakat.

¹¹ Nurul Asmaul Chusnah, “ *Implementasi Strategi Promosi Pendidikan Di Mts Asy-Syarifiyah Sarirejo Demak*”, Skripsi, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2021

Perbedaan penelitian oleh Nurul Asmaul chusnah ini dengan penelitian peneliti yaitu lokasi penelitian di MTS ASY-SYARIFIYAH SARIREJO DEMAK, sedangkan penelitian ini di SMAN 1 Galis. Serta penelitian oleh Nurul Asmaul chusnah berfokus pada promosi pendidikan secara umum sedangkan peneliti fokus pada penggunaan lomba non akademik. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian peneliti yaitu tentang manajemen pemasaran / promosi. Serta metode yang digunakan yaitu kualitatif desain dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Penelitian keempat , oleh Muwafiqus Shobri, Farahiyatin Nisa, Jamaliyah Firdaus, “Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah”¹² penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru dan mengetahui berbagai faktor pendukung dan penghambat dalam mengimplementasikannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: implementasi manajemen pemasaran pendidikan telah dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung: yang secara langsung seperti pemanfaatan teknologi digital pemasaran pendidikan secara online di media sosial, pemasangan spanduk di pinggir jalan, penyebaran brosur, sosialisasi kepada wali murid dan mengikuti berbagai even lomba sedangkan pemasaran yang secara tidak

¹² Muwafiqus Shobri, Farahiyatin Nisa, Jamaliyah Firdaus, “*Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah*” *Al YAZIDIY: Ilmu Sosial, Humaniora, dan Pendidikan* Volume. 4 No. 2. Oktober 2022, Page:12-22e-ISSN: 2961-7278; p-ISSN: 2964-6472

langsung seperti sedekah di hari kartini dan bakti sosial. Adapun Faktor pendukungnya yaitu tenaga pendidik yang profesional sesuai dengan kualifikasi di bidang keahliannya masing-masing, pelayanan pendidikan yang ekstra terhadap peserta didik diberikan oleh madrasah, biaya pendidikan yang relatif murah dan terjangkau, adanya kegiatan agamis yang tidak dimiliki oleh madrasah sekitar seperti menghafal al-qur'an juz 30. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu: sarana prasarana kurang lengkap seperti tidak tersedianya proyektor perkelas, persaingan antar sekolah yang semakin ketat, lokasinya kurang strategis dan tidak adanya tim khusus pemasaran pendidikan yang berdedikasi

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti yaitu lokasi penelitian yaitu penelitian tersebut di madrasah ibtidaiyah sedangkan penelitian peneliti di SMAN 1 Galis serta fokus penelitian , penelitian tersebut berfokus pada peningkatan minat peserta didik baru sedangkan penelitian peneliti berfokus pada kegiatan lomba non akademik tingkat SMP/ Mts sederajat. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian peneliti yaitu tentang implementasi manajemen pemasaran.