

## MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN: MENINJAU PROSES PROMOSI LEMBAGA SMP IT DARUL MUTA'ALLIMIN MEULABOH

Ade Kurniawan<sup>1</sup>, Nurul Eka Safira<sup>2</sup>, Bakhtiar<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh

Email kontributor: adekur3@gmail.com

### Abstrak

---

SMP IT Darul Muta'allimin sebagai lembaga yang masih baru, mampu menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anaknya ke sekolah ini. Semenjak tahun 2017 tahun pertama pendirian hingga tahun 2023 SMP IT Darul Muta'alimin memiliki kuantitas siswa yang semakin meningkat. Artikel bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana proses promosi lembaga yang dilakukan oleh SMPT IT Darul Muta'alimin. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini yaitu kepala, waka bagian kehumasan, waka bagian kesiswaan, 2 orang guru dan 5 orang siswa. Teknik analisis menggunakan teknik analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi diawali dengan tahapan perencanaan promosi lembaga yang dilakukan melalui rapat kerja panitia yang membahas jenis promosi, besaran biaya dan juga daerah sasaran promosi pendidikannya. Kegiatan promosi pendidikan dilakukan dalam beberapa bentuk 1) kunjungan ke SD/MIN 2) Penyebaran brosur dan pemasangan spanduk, 3) promosi secara digital melalui media sosial 4) Mengadakan *event* sekolah, 5) kegiatan *public relation*, dan 6) promosi melalui mulut ke mulut. Selanjutnya, kegiatan promosi di evaluasi melalui rapat evaluasi. Dalam proses evaluasi, tim melihat tingkat keberhasilan yang sudah dicapai dan kekurangan dari kegiatan promosi pendidikan. Kekurangan promosi pendidikan di tahun ini menjadi masukan untuk kegiatan promosi periode selanjutnya.

**Kata kunci:** Manajemen Pemasaran, Promosi, Kuantitas Peserta Didik.

---

### Abstract

---

SMP IT Darul Muta'allimin, as a new institution, can attract public interest by enrolling their children in this school. Since 2017, the first year of the establishment until 2023, SMP IT Darul Muta'alimin has had an increasing number of students.

The article aims to describe how SMPT IT Darul Muta'alimin carries out the institutional promotion process. This study used qualitative methods, including interviews, observation, and documentation data collection techniques. The subjects in this study were the head, Vice Principal of public relations, Vice Principal of student affairs, two teachers and five students. Analytical techniques use qualitative analysis techniques. The results showed that promotional activities began with the planning stages of institutional promotion carried out through committee work meetings that discussed the type of promotion, the amount of costs and the target area of education promotion. Education promotion activities are carried out in several forms: 1) visits to elementary schools / MIN, 2) distribution of brochures and installation of banners, 3) digital promotion through social media, 4) holding school events, 5) *public relations activities*, and 6) word of mouth promotion. Furthermore, promotional activities are evaluated through evaluation meetings. In the evaluation process, the team looked at the level of success achieved and the shortcomings of educational promotion activities. The lack of education promotion this year is an input for the next period of promotional activities.

**Keywords:** Marketing Management, Promotion, Quantity of Learners.

---

## PENDAHULUAN

Pendidikan sekarang ini tidak terpisahkan sebagai sebuah alat strategi meningkatkan taraf hidup manusia. Pendidikan dianggap mampu untuk menjadi bekal menata masa depan. Setiap orang menginginkan untuk mendapatkan pendidikan yang terbaik dan menjadikannya sebagai modal memperoleh pekerjaan. Banyak orang pun secara maksimal berusaha mencari lembaga-lembaga pendidikan berkualitas baik yang dapat menyediakan pelayanan pendidikan sesuai kebutuhannya. Melihat perkembangan tersebut, lembaga pendidikan saat ini beralih sebagai sebuah lembaga *cooperate*, yaitu lembaga pendidikan yang menjadi organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen (Na'im et al., 2021).

Banyaknya lembaga pendidikan yang kompetitif saat ini, sehingga perlu adanya upaya yang dilakukan. Persaingan kian terjadi tidak hanya sekolah negeri milik pemerintah saja namun ada sekolah swasta yang jumlahnya juga semakin banyak. Sistem yang digunakan sekolah negeri saat ini yaitu sistem zonasi untuk kegiatan penerimaan siswa baru, namun untuk sekolah swasta harus berusaha menarik sendiri minat masyarakat agar mau bersekolah di sekolah ini. Harus diakui, bahwa persaingan antar sekolah semakin atraktif. Sekolah perlu belajar dan melakukan inovasi-inovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (siswa), karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan (Kurniawan, 2021).

Manajemen pemasaran bagi lembaga pendidikan diperlukan seiring dengan adanya persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin atraktif. Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila organisasi atau lembaga pendidikan memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh Lembaga pendidikan atau organisasi untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga, agar mampu bersaing (Na'im et al., 2021).

Untuk itu setiap lembaga pendidikan harus melakukan manajemen pemasaran jasa pendidikan. Manajemen pemasaran harus direncanakan dan diorganisasi secara optimal sehingga tujuan yang diharapkan dapat terpenuhi. Manajemen pemasaran dapat dilakukan melalui promosi-promosi mengenai keunggulan serta bukti-bukti nyata agar masyarakat percaya terhadap sekolah (Fira et al., 2020). Sehingga dengan bukti dari pelayanan jasa pendidikan tersebut akan memberikan informasi kepada orang tua siswa mengenai keberadaan sekolah. Dan akhirnya akan memutuskan pilihan lembaga pendidikan bagi anak-anaknya.

Salah satu tujuan dilaksanakan pemasaran jasa pendidikan adalah untuk mencari calon peserta didik. Pemasaran pendidikan juga sangat penting dilakukan mengingat pertama, sekolah sebagai lembaga nirlaba yang melakukan layanan pendidikan untuk semua kalangan masyarakat dan pengguna jasa layanan pendidikan yang meliputi siswa, orang tua dan pihak terkait lainnya. Semua pengguna jasa layanan pendidikan selalu melakukan memverifikasi perkembangan informasi dari sekolah secara kontinyu dan berkesinambungan. Kedua, perlu meyakinkan masyarakat dan “klien” bahwa layanan pendidikan yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, sekolah perlu melaksanakan kegiatan pemasaran untuk memastikan bahwa macam dan jenis layanan pendidikan yang dilakukan dapat dipahami. Keempat, untuk memastikan bahwa keberadaan lembaga pendidikan yang dikelola tidak tertinggal oleh masyarakat luas dan “pelanggan” potensial (Turmuzi, 2017).

Kepercayaan masyarakat menjadi salah satu kunci kemajuan lembaga pendidikan. Ketika masyarakat memiliki kepercayaan terhadap lembaga pendidikan, mereka akan mendukung penuh bukan saja dengan memasukkan putra-putrinya ke dalam lembaga pendidikan tersebut, tetapi bahkan mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Sehingga kondisi demikian akan berdampak pada penambahan kuantitas peserta didik di sekolah tersebut.

SMP IT Darul Muta'allimin merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang baru. Dalam menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anaknya ke sekolah ini, tentunya banyak upaya yang dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan jasa pendidikan yang dimilikinya. Dari wawancara awal dengan Waka Kesiswaan, semenjak tahun 2017 pada tahun pertama pendirian SMP IT Darul Muta'allimin baru memiliki siswa sebanyak 30 orang. Semenjak tahun 2018 siswa SMP IT berjumlah 59 orang, tahun 2019 berjumlah 58 orang, tahun 2020 berjumlah 65 orang, tahun 2021 berjumlah 67 orang, tahun 2022 berjumlah 74 orang dan tahun 2023 berjumlah 57 orang (hasil wawancara: Waka. Kesiswaan SMP IT Darul Muta'alimin). Penambahan peserta didik di SMP IT Darul Muta'allimin menunjukkan bahwa adanya suatu proses pemasaran yang dilakukan oleh sekolah untuk menarik minat orang tua menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut.

Dari permasalahan di atas penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai pemasaran khususnya dalam bidang promosi yang dilakukan oleh SMP IT dalam rangka menambah jumlah siswa di sekolah ini. Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengalaman dan pemahaman bagi *stakeholders* di bidang pendidikan dalam mengembangkan lembaga pendidikannya sehingga diminati oleh masyarakat dan tetap berada dalam peta persaingan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini berorientasi pada penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Rahmadi, 2011). Jadi penelitian kualitatif dilakukan untuk memberikan fenomena-fenomena sosial yang terjadi dalam bentuk kata-kata narasi yang berkaitan dengan penerapan manajemen pemasaran khususnya bidang promosi dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di SMP IT Darul Muta'allimin.

Subjek penelitian yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini merupakan teknik penentuan subjek dengan pertimbangan tertentu/tujuan (Sugiyono, 2018). Karena subjek diambil berdasarkan tujuan, maka subjek dalam penelitian ini yaitu orang yang mengerti mengenai penerapan manajemen pemasaran di SMP IT Darul Muta'allimin yaitu kepala sekolah, Waka bagian Kehumasan, Waka bagian kesiswaan, 2 orang guru dan 5 orang siswa SMP IT Darul Muta'allimin Meulaboh.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi dokumen. Dalam melakukan analisis data, penulis melakukan penataan secara sistematis terhadap data atau informasi yang terkumpul berdasarkan catatan hasil observasi, wawancara, dan dokumen dengan cara melakukan klasifikasi data, dan melakukan mencari hubungan antar data yang sudah terkumpul. Dalam menganalisis data peneliti menggunakan tahapan yang dipaparkan oleh Miles & Huberman yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sanafiah, 2005).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perencanaan Promosi Pendidikan dalam Meningkatkan Peserta didik di SMP IT Darul Muta'allimin**

Dalam kiprahnya di dunia pendidikan, mulai dari sejak berdirinya sampai dengan saat ini SMP IT Darul Muta'allimin telah berhasil mengukir banyak prestasi terutama pada lingkup Kecamatan dan Kabupaten, baik prestasi akademik maupun non akademik. Dengan semakin majunya sekolah pada khususnya dan majunya dunia pendidikan pada umumnya, sekolah menyusun perencanaan atau program sekolah untuk jangka waktu yang akan datang merupakan suatu keharusan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi, untuk hal tersebut sekolah mencoba menyusun Rencana Kerja Menengah Sekolah (RKMS) untuk jangka menengah, dengan harapan kegiatan-kegiatan rutin sekolah dan kegiatan-kegiatan pengembangan sekolah dapat lebih terprogram dan jelas arah tujuannya.

Perencanaan merupakan langkah awal dari suatu program yang hendak dijalankan. Pencapaian tujuan yang maksimal tentunya harus dilakukan terlebih dahulu perencanaan yang maksimal. SMP IT Darul Muta'allimin merupakan sekolah yang baru berkembang dan sedang melakukan progres terhadap pembenahan di sekolah. SMP IT Darul Muta'allimin terus melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan peserta didik setiap tahunnya. Kegiatan promosi terus dilakukan sehingga dengan promosi tersebut masyarakat mengetahui mengenai keberadaan dan keunikan dari sekolah tersebut.

Promosi yang dilakukan oleh sekolah tentunya tidak terlepas dari langkah awal perencanaan promosi. Perencanaan promosi dilakukan dengan mempersiapkan pembentukan panitia promosi. Pembentukan panitia promosi dilakukan melalui rapat kerja sekolah. Sebagaimana dijelaskan oleh ibu Surya Hafnidar bahwa "perencanaan promosi dilakukan dengan pembentukan panitia sosialisasi, pembentukan panitia PPBD, pembuatan brosur, pembuatan spanduk, rapat kepanitiaan, penentuan tujuan sosialisasi".

Rapat perencanaan dilakukan untuk melakukan rencana promosi dalam menetapkan anggaran promosi, kebutuhan media promosi dan daerah jangkauan promosi pendidikan. Sebagaimana penjelasan kepala sekolah bahwa "Kegiatan perencanaan dilakukan melalui rapat perencanaan yang dilakukan sebelum penerimaan siswa baru. Dalam rapat akan dibentuk panitia yang melakukan promosi pendidikan. Rapat perencanaan untuk membahas anggaran untuk promosi, persiapan media dan jenis promosi serta daerah sasaran promosi pendidikan tersebut".

Hal tersebut juga dijelaskan oleh Waka Humas sekolah bahwa

Perencanaan promosi dilakukan melalui rapat kerja. Dalam rapat kerja perencanaan tersebut menentukan penanggung jawab kegiatan promosi beserta anggotanya. Setelah pembentukan panitianya, maka pembahasan selanjutnya pembahasan persiapan-persiapan kebutuhan promosi, seperti penyiapan brosur dan isi brosur yang harus dituangkan di dalamnya. Penyiapan spanduk dan semua hal penunjang kegiatan promosi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan promosi pendidikan dilakukan melalui rapat kerja. Melalui rapat pembentukan panitia promosi serta membahas semua kebutuhan kegiatan promosi seperti persiapan jenis promosi berbentuk spanduk dan brosur, biaya yang dibutuhkan dan juga daerah sasaran promosinya.

Kegiatan promosi dilakukan dalam tahapan awal perencanaan promosi pendidikan. Perencanaan promosi pendidikan dilakukan melalui rapat kerja. Rapat kerja terlebih dahulu dilakukan pembentukan panitia promosi pendidikan. Setelah pembentukan panitia selanjutnya membahas semua kebutuhan kegiatan promosi seperti persiapan jenis promosi, biaya yang dibutuhkan untuk kegiatan promosi dan juga daerah sasaran promosi pendidikannya.

Kegiatan perencanaan promosi yang dilakukan di SMP IT merupakan langkah awal seorang pemimpin untuk menjalankan program. Langkah awal tersebut dengan membentuk panitia, penentuan anggaran, jenis promosi dan daerah sasaran promosi, sehingga tujuan dan target dari perencanaan yang dilakukan dapat tercapai. Hal tersebut sebagaimana Imam Faizin menjelaskan bahwa perencanaan merupakan langkah pertama yang harus dilakukan seorang manajer. Fungsi perencanaan mencakup mendefinisikan tujuan organisasi, mengembangkan

strategi menyeluruh untuk mencapai tujuan dan mengembangkan dan mengordinasikan kegiatan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Perencanaan dalam pemasaran pendidikan bertujuan untuk mengurangi atau mengimbangi ketidakpastian dan perubahan yang akan datang, memusatkan perhatian kepada sasaran, menjamin atau mendapatkan proses pencapaian tujuan terlaksana secara efisien dan efektif, serta memudahkan pengendalian (Faizin, 2017).

Mengingat promosi sangat penting bagi lembaga pendidikan maka kegiatan promosi harus direncanakan dengan baik. Promosi yang dijalankan bertujuan untuk menarik peserta didik baru dengan mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan tentang produk suatu lembaga. Melalui promosi Lembaga Pendidikan dapat memperkenalkan tentang lembaga yang dikelola kepada masyarakat untuk lebih mengetahui program dan kurikulum lembaga sehingga masyarakat berminat menyekolahkan anaknya pada Lembaga Pendidikan tersebut (Kukuh Wicaksono, 2021).

### **Pelaksanaan Promosi Pendidikan dalam Meningkatkan Peserta didik di SMP IT Darul Muta'allimin**

Strategi promosi merupakan suatu rancangan untuk mengoptimalkan bagian-bagian dari promosi. Pelaksanaan promosi dilakukan setelah pemantapan perencanaan kegiatan promosi. Pelaksanaan promosi dilakukan dengan melibatkan semua pihak baik dari dalam sekolah yang meliputi pimpinan dan pembina yayasan beserta guru-guru dan dari pihak luar sekolah seperti wali siswa dan masyarakat lainnya. Sebagaimana penjelasan kepala sekolah bahwa “Dalam kegiatan promosi semua dilibatkan baik dalam ruang lingkup sekolah maupun dari pihak luar sekolah. Dari luar sekolah sendiri melibatkan wali siswa dan anggota masyarakat lainnya. Kemudian dalam ruang lingkup sekolah meliputi pimpinan dan pembina yayasan, guru-guru dan staf pendidikan lainnya”.

Adapun beberapa kegiatan promosi yang dilakukan oleh sekolah SMP IT Darul Muta'allimin dalam rangka memperkenalkan program-program sekolah di antaranya sebagai berikut:

#### **1. Kunjungan ke Sekolah-sekolah Tingkat Dasar**

Sekolah SMP IT Darul Muta'allimin melakukan promosi dengan melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah dasar di Kabupaten Aceh Barat dan Kabupaten di luar Aceh Barat. Kunjungan ke sekolah-sekolah SD dan MIN bertujuan untuk mensosialisasikan program-program pendidikan unggulan yang dimiliki oleh SMP IT Darul Muta'allimin. Sebagaimana diinformasikan oleh kepala sekolah bahwa “kami melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah SD dan MIN untuk mensosialisasikan program unggulan yang ada di sekolah. Sekolah-sekolah yang kami kunjungi baik dalam kawasan lingkup Aceh Barat dan juga di luar Kabupaten Aceh Barat”.

Sosialisasi dilakukan ke seluruh Kecamatan yang ada di Aceh Barat dan bahkan mencapai ke tiga Kabupaten yaitu Kabupaten Aceh Barat, Kabupaten Nagan Raya dan Kabupaten Aceh Jaya. Sebagaimana Waka Humas SMP IT Darul Muta'allimin menjelaskan bahwa:

Yang dilakukan dalam pelaksanaan promosi melakukan sosialisasi. Sosialisasi tersebut dilakukan ke seluruh SD dan MIN yang ada di Aceh Barat. Dalam hal ini panitia

sosialisasi membagi kelompok kerja per Kecamatan dan juga Kabupaten. Sosialisasi dilakukan kunjungan SD atau MIN yang terdiri dari kelompok untuk Kecamatan Johan Pahlawan, Kecamatan Meureubo, Kecamatan Sungai Mas, Kecamatan Pante Cermin, Kecamatan Bubon, Kecamatan Samatiga, Kecamatan Woyla dan semua Kecamatan di Kabupaten Aceh Barat ada kelompoknya. Bahkan juga ada 3 Kabupaten yaitu Kabupaten Aceh Barat, Kabupaten Nagan Raya dan Kabupaten Aceh Jaya.

Kondisi kunjungan ke sekolah-sekolah yang dilakukan oleh pihak SMP IT Darul Muta'allimin juga dikuatkan informasinya oleh pernyataan siswi-siswi di sekolah ini. Salah satu siswa SMP IT Darul Muta'allimin menjelaskan bahwa: "Saya mengetahui tentang keberadaan SMP IT Darul Muta'allimin dari kegiatan sosialisasi ustad dan ustadzah yang datang ke sekolah SD saya. Ustad dan ustadzah memberitahukan tentang sekolah ini dengan berbagai kegiatan-kegiatan yang ada di dalam sekolah".

Dari uraian informasi di atas menunjukkan bahwa SMP IT Darul Muta'allimin telah melakukan salah satu bentuk promosi yaitu dengan mengunjungi sekolah-sekolah tingkat SD dan MIN baik di Kabupaten Aceh Barat, Kabupaten Nagan Raya dan Kabupaten Aceh Jaya. Kunjungan tersebut bertujuan mensosialisasikan tentang program-program yang ada di dalam sekolah SMP IT Darul Muta'allimin. Melalui unjungan sekolah, lembaga dapat melakukan interaksi tatap muka dengan calon konsumen melalui presentasi, menjawab pertanyaan, dan mendapatkan pesanan. Komunikasi yang dilakukan dapat lebih fleksibel dibandingkan alat-alat promosi lainnya. Pihak lembaga yang melakukan kunjungan dapat mengetahui keinginan, motif, dan perilaku dari konsumen sekaligus dapat melihat reaksi konsumen mengenai produk yang ditawarkan (Latif, 2020).

## **2. Penyebaran Brosur dan Pemasangan Spanduk**

Penyebaran brosur ke setiap sekolah SD dan MIN juga merupakan kegiatan promosi dari SMP IT Darul Muta'allimin. Pembagian brosur dilakukan oleh sekolah ketika mengunjungi sekolah-sekolah SD dan MIN, selain itu juga diberikan kepada orang tua wali siswa yang berkunjung ke sekolah SMP IT. Selain kegiatan pembagian brosur SMP IT Darul Muta'allimin juga memasang spanduk di dekat badan jalan raya. Informasi tersebut sebagaimana diungkapkan oleh ibu Trya Andayani Mirda bahwa:

Kegiatan promosi yang dilakukan dengan membagikan brosur kepada orang tua yang berkunjung ke sekolah menjenguk siswa, sehingga orang tua siswa tersebut dapat memberikan informasi kepada orang tua lain yang sedang mencari sekolah untuk anaknya. Selain itu juga menyebarkan spanduk di area-area jalan dan dekat dengan kompleks sekolah-sekolah SD dan MIN yang ada di kawasan Aceh Barat dan luar Aceh Barat.

Pernyataan di atas juga dikuatkan oleh Syifa'ul Azkia bahwa "saya pernah melihat promosinya dengan menyebarkan brosur kepada anak sekolah SD saya, yang mau tamat yang sedang mencari sekolah baru. Selain itu juga pernah saya lihat spanduk di pinggir sekolah saya dan di jalan raya". Aja Nazira, seorang siswa yang lain juga mengungkapkan hal yang sama bahwa "Pernah saya lihat promosi sekolah ini melalui brosur yang dibagikan ketika saya masih

kelas enam MIN dulu. Dari brosur itu saya mengetahui mengenai program-program yang ada di sekolah ini dan tertarik untuk bersekolah disini. Dan saya juga pernah melihat spanduk yang ada di padang di pinggiran jalan raya waktu itu”.

Dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa sekolah SMP IT Darul Muta'allimin melakukan promosi pendidikan dengan menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah dan pemasangan spanduk di Kabupaten Aceh Barat, Kabupaten Aceh Jaya dan Kabupaten Nagan Raya. Brosur dan Spanduk digunakan sebagai media promosi untuk mencantumkan keunggulan dan produk Lembaga Pendidikan secara singkat dan jelas agar mudah dipahami sehingga calon peserta didik baru dapat mengenal, menyukai dan akhirnya berminat untuk melanjutkan jenjang pendidikan menengah pertama SMP IT Darul Muta'alimin.

### **3. Promosi secara Digital**

Perkembangan teknologi yang dirasakan saat ini telah membawa dampak positif bagi dunia pendidikan. Lembaga pendidikan saat ini sangat banyak memanfaatkan aplikasi-aplikasi digital yang ada di Handphone. Sehingga kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi lembaga pendidikan untuk memasarkan program-program unggulan yang ada di sekolah. Pemanfaatan teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin pesat, salah satunya dalam hal pendistribusian informasi yang dapat diakses secara cepat dan mudah oleh setiap kalangan melalui internet. Adanya informasi tersebut diharapkan juga sebagai bagian dari promosi atas prestasi yang diraih sebagai bagian dari wujud eksistensi instansi atau lembaga (Hariono et al., 2022).

SMP IT Darul Muta'allimin juga melakukan pemanfaatan media sosial untuk melakukan promosi secara digital. Promosi melalui media sosial menggunakan media sosial Instagram, Facebook, Youtube, dan melalui *website*. Sebagaimana informasi Kepala sekolah bahwa “Promosi secara digital dilakukan melalui media sosial yang ada seperti Instagram, Facebook, Youtube dan juga *website*”. Begitu juga penjelasan Waka Humas menguatkan pendapat ibu kepala sekolah bahwa “Kegiatan promosi secara digital dilakukan dengan menyebarkan informasi program sekolah melalui Instagram, Facebook, Youtube dan juga Website. Jadi informasi-informasi melalui media sosial tersebut dapat ditonton dan dibaca oleh orang tua siswa meskipun mereka tidak pernah berkunjung ke sekolah ini”.

Promosi digital juga dilakukan oleh SMP IT Darul Muta'allimin. Promosi digital dilakukan dengan mengaktifkan website sekolah, mengaktifkan Instagram, facebook, dan youtube. Peran media sosial dalam publikasi lembaga di era ini sangat bermanfaat. Dalam dunia Pendidikan, media sosial digunakan dalam rangka promosi dan publikasi berita. Bukan hanya media promosi, media sosial tersebut menjadi media pembelajaran menarik peserta didik dan calon peserta didik. Penggunaan sosial media harus disajikan dengan inovasi baru agar dapat dinikmati oleh semua kalangan sesuai dengan jenis media sosial yang tersedia (Amilia et al., 2022).

### **4. Melalui Event yang dilaksanakan Sekolah**

Kegiatan event-event yang diadakan di SMP IT Darul Muta'allimin juga merupakan salah satu kegiatan promosi sekolah. Kegiatan perlombaan LKS, MTQ, lomba kreativitas santri, lomba tahfidz dan pidato yang diadakan untuk tingkat sekolah dasar di SMP IT Darul

Muta'allimin. Perlombaan tersebut dengan mengundang perwakilan dari setiap sekolah tingkatan SD dan MIN yang ada di Aceh Barat. Dengan kegiatan perlombaan tersebut dapat menginformasikan kepada siswa dan wali siswa mengenai keberadaan SMP IT Darul Muta'allimin ini. Sebagaimana penjelasan oleh guru yang terlibat dalam kegiatan promosi bahwa "Sebelum tahun ajaran baru dari sekolah ada mengadakan perlombaan MTQ, Lomba Kreativitas Santri (LKS), dan ada juga lomba hafidz, pidato untuk tingkat SD dan MIN. Dengan kegiatan event tersebut dapat menginformasikan kepada siswa tentang sekolah SMP IT Darul Muta'allimin".

Selain kegiatan perlombaan siswa SMP IT yang diadakan di sekolah, siswa juga diikuti sertakan dalam event-event yang diadakan antar sekolah dalam Kabupaten dan perlombaan tingkat provinsi bahkan tingkat nasional. Hal tersebut juga dijelaskan oleh kepala sekolah bahwa

Dengan event-event yang diadakan di sekolah sendiri telah memberikan informasi tentang sekolah. Sekolah juga mengutuskan siswa-siswa yang berbakat untuk mengikuti perlombaan yang diadakan di tingkat kabupaten, provinsi dan nasional. Dan ternyata ada perwakilan dari sekolah SMP IT Darul Muta'allimin yang mendapatkan juara. Dengan pencapaian juara tersebut dapat menginformasikan kualitas pendidikan di SMP IT Darul Muta'allimin.

Penyelenggaraan event-event di SMP IT Darul Muta'allimin merupakan salah satu kegiatan promosi sekolah ini. Selain mengadakan event, sekolah juga mengutuskan perwakilan siswa untuk mengikuti event yang diadakan antar sekolah di tingkat Kabupaten dan tingkat Provinsi maupun tingkat internasional.

##### **5. Melalui *Public Relations***

*Public relation* juga terus dilakukan oleh SMP IT Darul Muta'allimin. *Public relation* dilakukan oleh sekolah dengan menjalin hubungan dengan sekolah-sekolah pada tingkatan SD. Waka Humas menjelaskan bahwa "Kegiatan *public relation* dengan menjalin hubungan kerjasama dengan sekolah-sekolah SD dan MIN serta dengan TPQ". *Public relation* juga dilakukan oleh sekolah dengan melakukan Mou dengan Dinas Pendidikan, Mou dengan kampus STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh dan UIN serta Mou dengan dayah yang lain. Bentuk *public relation* yang dilakukan di sekolah melakukan Mou dengan lembaga pendidikan STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh jurusan MPI, BK, B. Arab dan juga dengan kampus UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Mou juga dilakukan dengan direktur Pancasila, Mou dengan Dinas Pendidikan, Mou dengan Darul Ihsan Aceh Barat. Selain Mou sekolah juga melakukan kerja sama sponship dengan Dogen Florist, Bro Flant dan 78 Auto care. Dan juga melakukan MGMP IPA di Aceh Barat.

Dari kutipan di atas menunjukkan bahwa *public relation* dilakukan dengan mengadakan hubungan dengan sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Aceh Barat. Selain itu sekolah juga melakukan Mou dengan sekolah tinggi STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh dan UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Selain itu juga melakukan Mou dengan dayah lain dan lembaga lainnya.

Peran Humas (*Public Relations*) telah diperankan dengan baik oleh SMPT IT Darul Muta'alimin. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Moneta Dkk, (2022) bahwa Peran

*Public Relation*) dilakukan dalam dua bentuk yaitu 1) pembinaan hubungan internal warga sekolah dilakukan dengan menjaga silaturahmi dan kerjasama antar sesama masyarakat sekolah, dan 2) Pembinaan hubungan eksternal madrasah dilakukan dengan menjaga silaturahmi dengan masyarakat luar seperti melakukan kerjasama dalam bidang pendidikan, kesehatan, keamanan, keuangan serta melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah.

Hubungan yang baik antara internal dan eksternal madrasah ini menciptakan suasana kerja yang harmonis. Dengan kondisi hubungan kerja yang baik akan memberikan opini publik yang positif terhadap madrasah, sehingga dapat melejitkan tingkat daya saing madrasah dengan sekolah-sekolah lain.

## **6. Promosi dari Mulut ke Mulut**

Promosi melalui mulut ke mulut merupakan hal yang sering dilakukan oleh alumni, siswa dan juga wali siswa sendiri. Kegiatan promosi melalui mulut ke mulut merupakan suatu kegiatan penyampaian informasi yang dilakukan secara lisan. Kegiatan ini merupakan salah satu strategi promosi yang efektif, karena yang akan menginformasikannya merupakan alumni siswa dan wali santri sendiri yang secara suka rela tanpa disadari untuk menyampaikan informasi tentang sekolah. Hal tersebut karena kepuasan akan kualitas yang ada di sekolah SMP IT Darul Muta'allimin. Bantuan informasi dari alumni siswa yang terlebih dahulu menjalankan pendidikan di sekolah ini. Sebagaimana informasi yang dijelaskan oleh ibu Trya Andayani Mirda bahwa "Saya juga ikut serta memberikan informasi secara lisan kepada orang tua siswa yang sedang mencari lembaga pendidikan untuk anak-anaknya. Informasi dari mulut ke mulut tersebut juga dibantu oleh wali siswa dan alumni sekolah ini yang sudah selesai melakukan pendidikan di sini".

Hal tersebut juga dipertegas oleh guru sekolah ini bahwa "Selain melakukan promosi melalui media sosial dan penyebaran spanduk dan brosur. Sekolah juga melakukan promosi secara lisan dari guru di sekolah ini. Selain itu juga ada penyampaian dari alumni dan juga dari orang tua siswa".

Pelaksanaan promosi pendidikan dalam meningkatkan peserta didik di SMP IT Darul Muta'allimin dilaksanakan setelah perencanaan dilakukan. Kegiatan promosi pendidikan dilakukan dalam bentuk kunjungan ke sekolah-sekolah dasar di Kabupaten Aceh Barat dan luar Kabupaten Aceh Barat. Selanjutnya kegiatan promosi juga dilakukan dengan penyebaran brosur dan pemasangan spanduk SMP IT Darul Muta'allimin. Kegiatan promosi pendidikan juga dilakukan secara digital melalui media sosial Instagram, Facebook, Youtube, dan melalui website. Kegiatan *public relation* juga dilakukan oleh sekolah dengan menjalin hubungan dengan sekolah-sekolah pada tingkatan SD dan melakukan Mou dengan Dinas Pendidikan, Mou dengan kampus STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh dan UIN serta Mou dengan dayah yang lain. Terakhir promosi juga dilakukan melalui mulut ke mulut merupakan hal yang sering dilakukan oleh alumni, siswa dan juga wali siswa sendiri.

Kegiatan-kegiatan promosi pendidikan di SMP IT Darul Muta'allimin mencakup kegiatan periklanan, promosi penjualan produk, melaksanakan event, *public relation*, promosi secara online, dan *personal selling* secara lisan. Dengan demikian SMP IT Darul Muta'allimin

sudah melakukan bauran promosi (*promotion mix*). Sebagaimana dijelaskan oleh Eka Hendrayani, dkk., (2021) bahwa kegiatan promosi jasa pendidikan dapat dilakukan dalam bentuk bauran promosi (*promotion mix*) yaitu sebagai berikut:

- a. *Advertising* (periklanan), yaitu bentuk promosi ide, barang atau jasa non personal oleh pihak tertentu yang memerlukan pembayaran.
- b. *Sales promotion* (promosi penjualan), yaitu bentuk promosi jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
- c. *Event and experiences*, yaitu aktivitas perusahaan yang dirancang untuk mengkomunikasikan merek tertentu.
- d. *Public relations and publicity*, yaitu komunikasi menyeluruh dari perusahaan kepada masyarakat untuk memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, menangani atau meluruskan rumor, berita, maupun kejadian yang tidak menguntungkan.
- e. *Online and social media marketing*, yaitu aktivitas daring yang dirancang dengan melibatkan pelanggan atau pelanggan prospek secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka meningkatkan kesadaran, meningkatkan citra, atau menimbulkan penjualan produk dan jasa.
- f. *Mobile marketing*, suatu bentuk khusus dari pemasaran daring yang menempatkan promosi melalui perangkat bergerak milik konsumen seperti handphone, smartpone, maupun tablet konsumen.
- g. *Personal selling* merupakan bentuk promosi melalui interaksi langsung dengan calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan.

Dari kutipan di atas menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi jasa pendidikan dilakukan melalui bauran promosi (*marketing mix*). *Marketing mix* memiliki tujuh langkah yaitu *advertising*, *sales promotion*, *event dan experiences*, *public relations and publicity*, *online and social media marketin*, *mobile marketing* dan *personal selling*. *Marketing Mix* tersebut juga dilakukan oleh SMP IT Darul Muta'allimin Meulaboh untuk memperkenalkan program-program yang diselenggarakan oleh sekolah ini.

### **Evaluasi Promosi Pendidikan dalam Meningkatkan Peserta didik di SMP IT Darul Muta'allimin**

Evaluasi merupakan tahapan akhir dari sebuah manajemen. Evaluasi dilakukan untuk melihat tingkat keberhasilan program yang dijalankan. Begitu juga halnya SMP IT Darul Muta'allimin juga melakukan evaluasi untuk melihat pencapaian dari promosi pendidikan yang sudah dijalankan. Evaluasi promosi pendidikan di SMP IT dilakukan dengan melakukan rapat evaluasi yang melihat aspek apa saja yang sudah dicapai dan kekurangan dari promosi yang dijalankan. Sehingga dengan kekurangan dan kendala yang dihadapi dapat menjadi dasar untuk pelaksanaan pada promosi tahun berikutnya. Sebagaimana dijelaskan oleh kepala sekolah bahwa:

Evaluasi terhadap kegiatan promosi pendidikan yang sudah dijalankan dengan melakukan rapat evaluasi yang membahas mengenai pencapaian dari kegiatan promosi yang telah dijalankan oleh tim promosi sekolah. Melihat kendala yang dihadapi selama

promosi berlangsung dan menentukan solusi untuk kendala tersebut. Selanjutnya kendala dan solusi tersebut menjadi masukan bagi pelaksanaan kegiatan promosi tahun depannya.

Proses evaluasi dilakukan ketika proses promosi sedang berlangsung dan setelah kegiatan promosi pendidikan dilakukan dan penerimaan siswa baru pun sudah selesai. Banyaknya kuantitas siswa yang masuk ke sekolah menjadi patokan keberhasilan promosi pendidikan yang sudah dijalankan. Sebagaimana penjelasan Waka Humas SMP IT Darul Muta'allimin bahwa:

Evaluasi dilakukan ketika proses promosi sedang berlangsung dan setelah kegiatan promosi dan penerimaan siswa baru selesai. Evaluasi tersebut bertujuan untuk mengetahui siswa yang masuk ke sekolah dominan daerah mana, Jadi daerah yang kurang masuk menjadi prioritas promosi untuk tahun depan. Evaluasi tersebut juga bertujuan melihat kuantitas siswa yang masuk ke sekolah ini dari tahun ke tahun.

Penambahan kuantitas siswa setiap tahun menjadi indikasi pelaksanaan promosi yang dilakukan sudah maksimal. Dari hasil evaluasi menunjukkan sekolah SMP IT Darul Muta'allimin mengalami peningkatan kuantitas semenjak 5 tahun terakhir. Sebagaimana penjelasan Waka Kesiswaan bahwa "Kegiatan promosi yang sudah dilakukan sangat berdampak pada penambahan jumlah siswa yang masuk selama 5 tahun terakhir ini. Semenjak tahun 2018 siswa SMP IT berjumlah 59 orang, tahun 2019 berjumlah 58 orang, tahun 2020 berjumlah 65 orang, tahun 2021 berjumlah 67 orang, tahun 2022 berjumlah 74 orang dan tahun 2023 berjumlah 57 orang".

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan evaluasi terhadap promosi pendidikan dilakukan dengan melakukan rapat evaluasi. Rapat evaluasi tersebut dilakukan setelah proses promosi pendidikan dan penerimaan siswa selesai. Dalam rapat evaluasi tim promosi melihat sejauh mana keberhasilan dari promosi yang dilakukan dan melihat kekurangan dari kegiatan promosi yang sudah dilakukan tahun ini. Solusi yang ditawarkan terhadap kekurangan yang ada menjadi masukan bagi kegiatan promosi untuk tahun berikutnya.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan oleh SMP IT Darul Muta'allimin merupakan tahapan akhir dari sebuah manajemen. Dengan evaluasi menjadi feedback bagi sekolah untuk melaksanakan promosi tahun berikutnya. Sebagaimana penjelasan Riinawati bahwa tahap terakhir adalah memberikan penilaian atau evaluasi terhadap hasil kerja yang telah dilaksanakan. Hasil penilaian dijadikan sebagai acuan dalam melakukan perbaikan dan penyempurnaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendidikan merupakan proses kegiatan yang berjalan secara berurutan dan terencana. Salah satu unsur pokok yang diperlukan bagi kelangsungan proses pendidikan di madrasah adalah adanya situasi dan kondisi yang aman dan tenteram di lingkungan sekolah. Madrasah merupakan lembaga pendidikan formal sebagai tempat membina dan mengembangkan pandangan dan cita-cita bangsa. Dengan demikian, madrasah hendaknya dikelola dengan manajemen yang baik sesuai dengan prinsip-prinsip pengembangan pendidikan modern agar madrasah tidak ketinggalan dari masyarakatnya sendiri (Riinawati, 2021).

Dari serangkaian kegiatan promosi yang dilakukan di SMP IT Darul Muta'allimin merupakan bagian dari kegiatan manajemen. Kegiatan manajemen tersebut meliputi perencanaan promosi, pelaksanaan promosi dan evaluasi dari kegiatan promosi. Dengan pelaksanaan manajemen promosi yang maksimal maka akan berdampak pada peningkatan kuantitas peserta didik setiap tahunnya di lembaga pendidikan ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa kegiatan promosi telah dilakukan dengan baik di SMP IT Darul Muta'alimin. Pengelolaan kegiatan promosi telah sesuai dengan fungsi-fungsi dari manajemen pemasaran jasa pendidikan. Perencanaan promosi pendidikan dilakukan melalui rapat kerja. Untuk membahas semua kebutuhan kegiatan promosi seperti persiapan jenis promosi, biaya yang dibutuhkan untuk kegiatan promosi dan juga daerah sasaran promosi pendidikannya. Selanjutnya, Kegiatan promosi pendidikan dilaksanakan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun dalam bentuk 1) kunjungan ke sekolah-sekolah dasar, 2) penyebaran brosur dan pemasangan spanduk, 3) promosi secara digital melalui media sosial, 4) mengadakan Event-event sekolah, 5) *public relation* dan 6) promosi melalui mulut ke mulut.

Kegiatan promosi yang dilaksanakan juga di evaluasi secara berkelanjutan. Evaluasi dilakukan melalui rapat evaluasi. Rapat evaluasi tersebut dilakukan setelah proses promosi pendidikan dan penerimaan siswa selesai. Dalam rapat evaluasi tim promosi melihat sejauh mana keberhasilan dari promosi yang dilakukan dan melihat kekurangan dari kegiatan promosi yang sudah dilakukan tahun ini. Solusi yang ditawarkan terhadap kekurangan yang ada menjadi masukan bagi kegiatan promosi untuk tahun berikutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, F., Rowindi, G., & Mubaroq, S. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1141-1147. <https://doi.org/10.31849/DINAMISIA.V6I5.9355>
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Madaniyah*, 7(2), 261-283. <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/15>
- Fira, F. L. A., Ulfatin, N., & Benty, D. D. Noor. (2020). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 3(3), 249-261.
- Hariono, T., Fadhli, K., Farid Nasrulloh, M., Syifaunnajah, A., Qomarudin Ahsan, A., Kholil Asy, M., & Andriyanto Cahyo Nugroho, A. (2022). Peningkatan Promosi Lembaga Pendidikan Melalui Pendampingan Pembuatan Website Sekolah. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 128-136. [https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas\\_if/article/view/3096](https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_if/article/view/3096)

- Kukuh Wicaksono, A. (2021). Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta. *Attractive : Innovative Education Journal*, 3(2), 152-163. <https://doi.org/10.51278/AJ.V3I2.189>
- Kurniawan, A. (2021). Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Strategi Dayah Bulisc dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah. *Tazkir : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 7(1), 75-90. <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/TZ/article/view/4217>
- Latif, A. (2020). Pengaruh Bauran Promosi (Promotion Mix) Terhadap Keputusan Pemilihan Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris International Language Foundation (ILF) di Lamongan. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(2), 90-105. <https://doi.org/10.37504/JMB.V3I2.238>
- Moneta, A., & Kurniawan, A. (2022). Peran HUMAS dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah Aliyah Negeri 1 Aceh Barat. *SKILLS : Jurnal Riset Dan Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 15-25. <https://doi.org/10.47498/SKILLS.V1I1.1207>
- Na'im, Z., Yulistiyono, A., Arifudin, O., Irwanto, I., Latifah, E., Indra, I., Lestari, A. S., Arifin, F., Nirmalasari, D., Ahmad, S., Bahri, A. S., Nur'aini, N., Hamzah, H., Septiyani, T., Ummah, A. H., Haryanti, N., & Gafur, A. (2021). *Manajemen Pendidikan Islam*. CV WIDINA MEDIA UTAMA. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/347243/>
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Riinawati, R. (2021). *Marketing Pendidikan Islam Mengupas Strategi Marketing Berbasis Islam*. Madani Berkah Abadi.
- Sanafiah, F. (2005). *Format-Format Penelitian Sosial: Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada,.
- Satriadi, S., Wanawir, W., Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Turmudzi, I. (2017). Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 2(2), 188-196.