

**MANAJEMEN PROMOSI DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK
BARU DI SD MUHAMMADIYAH CIPETE CILONGOK BANYUMAS**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.Pd)

Oleh:

MASRUROTUL MAGHFIROH

NIM.1817401024

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI

PURWOKERTO

2025

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Masrurotul Maghfiroh
NIM : 1817401024
Jenjang : S-1
Jurusan : Pendidikan Islam
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan Bahwa Naskah Skripsi berjudul “Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto,

Saya yang menyatakan,



Masrurotul Maghfiroh

NIM.1817401024

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

MANAJEMEN PROMOSI DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU
DI SD MUHAMMADIYAH CIPETE CILONGOK BANYUMAS

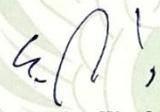
Yang disusun oleh: Masrurotul Maghfiroh, NIM: 1817401024, Jurusan :Pendidikan Islam, Program Studi: Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto , telah diujikan pada hari: Jum'at, tanggal 16 Mei 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada sidang Dewan Penguji skripsi.

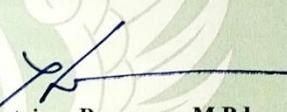
Purwokerto, 17 Juni 2025

Disetujui Oleh:

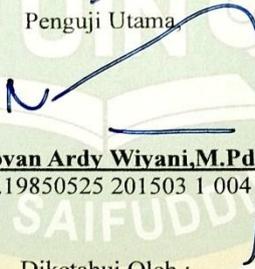
Penguji I/Ketua sidang/Pembimbing,

Penguji II/Sekretaris Sidang,


Dr. Layla Mardiyah, M.Pd.
NIP.19761203 202321 2 004

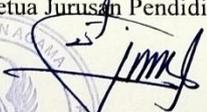

Sutrimo Purnomo, M.Pd.
NIP.19920108 201903 1 015

Penguji Utama,


Dr. Novan Ardy Wiyani, M.Pd.I.
NIP.19850525 201503 1 004

Diketahui Oleh :

Plh. Ketua Jurusan Pendidikan Islam,


Novi Mulyani, M.Pd.I

NIP.19901125 201903 2 020



NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munasqsyah Skripsi Sdr. Masrurotul Maghfiroh
Lampiran : -

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Pendidikan Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

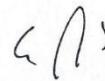
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa:

Nama : Masrurotul Maghfiroh
NIM : 1817401024
Jurusan : Pendidikan Islam
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul : Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta didik di SD Muhammadiyah Cipete

Sudah dapat diajukan kepada Ketua Jurusan Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqsyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd). Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Purwokerto, 06 Mei 2025
Dosen Pembimbing,



Dr. Lavla Mardiyah, M.Pd.
NIP. 197612032023212004

MANAJEMEN PROMOSI DALAM REKRUTMEN PESERTA DIDIK BARU DI SD MUHAMMADIYAH CIPETE CILONGOK BANYUMAS

MASRUROTUL MAGHFIROH

1817401024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Sedangkan dalam pengumpulan data penelitian, teknik yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data pada penelitian ini menggunakan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Waka Kurikulum dan Ketua panitia penerimaan siswa baru. Data penelitian diperoleh dengan mengumpulkan data melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan metode reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, kemudian untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi teknik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, perencanaan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete dilakukan pada bulan Agustus tahun 2024. Perencanaan manajemen promosi dilakukan melalui rapat kepala sekolah beserta seluruh guru karyawan untuk membentuk kepanitiaan dan program promosi yang akan dilaksanakan seperti promosi digitalisasi melalui youtube, instagram, grup whatsapp dan promosi tradisional seperti penyebaran brosur, kunjungan ke sekolah, kegiatan sosial kemasyarakatan, promosi mulut ke mulut. Kedua, pada proses pengorganisasian manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru terdapat pembagian tugas dalam program-program yang direncanakan dengan mengalokasikan sumber daya sesuai dengan bidangnya. Ketiga, pada proses pelaksanaan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete melalui promosi digitalisasi dengan mengunggah konten-konten segala kegiatan siswa seperti lomba, kegiatan belajar-mengajar maupun ekstrakurikuler. Keempat, dalam evaluasi manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete dilakukan secara berkala untuk memantau progres pendaftar. Implikasi manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete menghasilkan sejumlah 66 pendaftar di awal gelombang 2.

Kata kunci :Manajemen Promosi, Rekrutmen, Peserta didik baru

**PROMOTION MANAGEMENT IN NEW STUDENT RECRUITMENT AT
SD MUHAMMADIYAH CIPETE CILONGOK BANYUMAS**

MASRUROTUL MAGHFIROH

1817401024

ABSTRACT

This study aims to analyze promotion management in recruiting new students at SD Muhammadiyah Cipete. The type of research used is qualitative research. While in collecting research data, the techniques used are observation, interviews, and documentation. The data analysis process in this study uses the process of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Research results The research method uses a descriptive qualitative research type. The subjects of this study were the Principal, Deputy Curriculum and Chair of the new student admissions committee. Research data were obtained by collecting data through interview, observation and documentation techniques. To analyze the data, the researcher used the method of data reduction, data presentation, and drawing conclusions, then to test the validity of the data using triangulation techniques. The results of this study indicate that first, promotional management planning in the recruitment of new students at SD Muhammadiyah Cipete was carried out in August 2024. Promotion management planning was carried out through a meeting of the principal and all teacher employees to form a committee and promotional programs that would be implemented such as digitalization promotion through YouTube, Instagram, WhatsApp groups and traditional promotions such as distributing brochures, school visits, social activities, word of mouth promotion. Second, in the process of organizing promotional management in the recruitment of new students, there is a division of tasks in the planned programs by allocating resources according to their fields. Third, in the process of implementing promotional management in the recruitment of new students at SD Muhammadiyah Cipete through digitalization promotion by uploading content on all student activities such as competitions, teaching and learning activities and extracurricular activities. Fourth, in the evaluation of promotional management in the recruitment of new students at SD Muhammadiyah Cipete, it is carried out periodically to monitor the progress of applicants. The implications of promotional management in the recruitment of new students at SD Muhammadiyah Cipete resulted in 66 applicants at the beginning of wave 2.

Keywords: Promotion Management, Recruitment, New Students

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

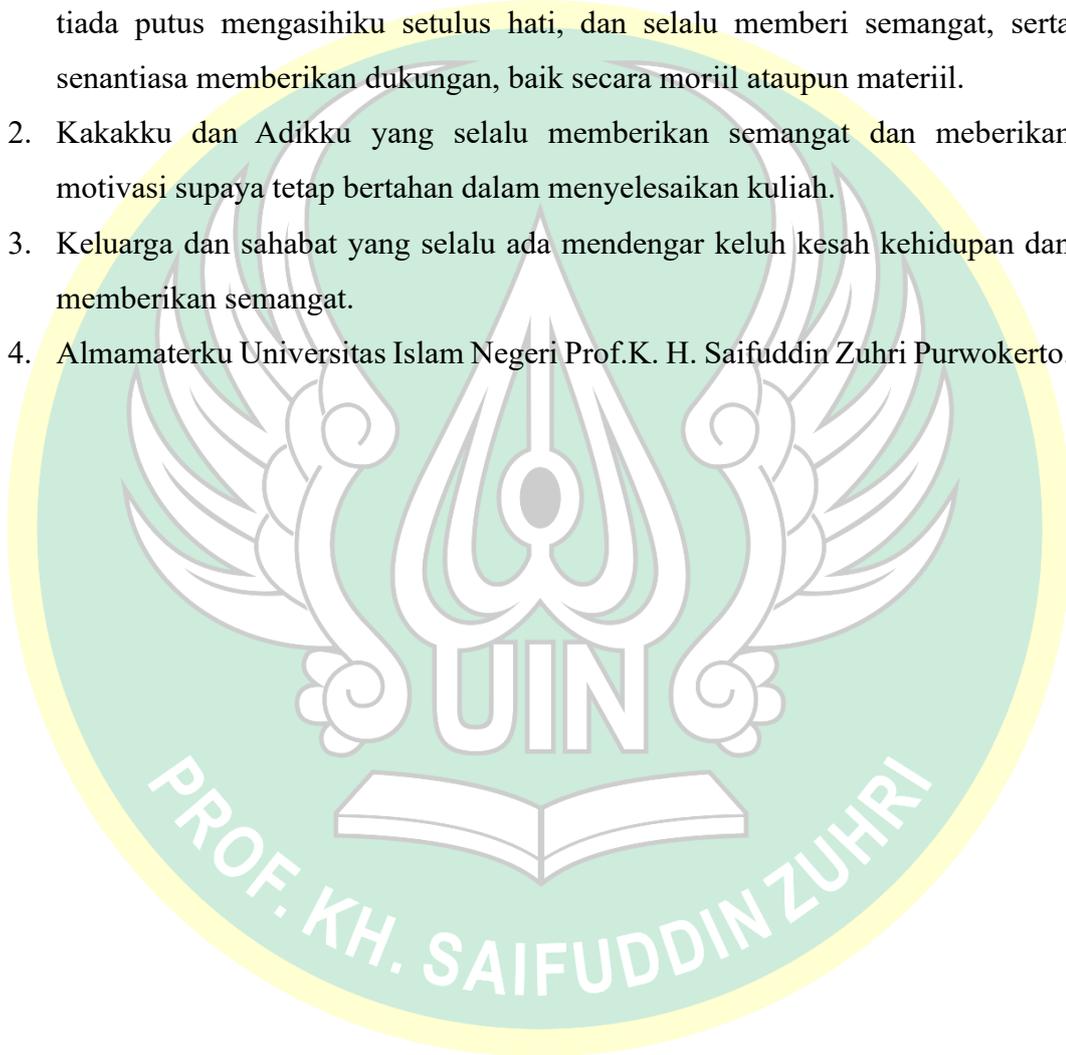
(Q.S Al-Insyirah :6)



PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, dan Hidayah-Nya, karya ini saya persembahkan teruntuk:

1. Ayahandaku Mufti Munawir Dan Ibundaku Almh. Taswiyah yang telah berjuang dengan segala upaya untuk putrinya, yang senantiasa mendoakan, tiada putus mengasihiku setulus hati, dan selalu memberi semangat, serta senantiasa memberikan dukungan, baik secara moriil ataupun materiil.
2. Kakakku dan Adikku yang selalu memberikan semangat dan meberikan motivasi supaya tetap bertahan dalam menyelesaikan kuliah.
3. Keluarga dan sahabat yang selalu ada mendengar keluh kesah kehidupan dan memberikan semangat.
4. Almamaterku Universitas Islam Negeri Prof.K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Promoni dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete”. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. Suparjo, M.A., Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Nurfuadi, M.Pd.I., Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Subur, M. Ag., Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. M. Misbah, M.Ag., Ketua Jurusan Pendidikan Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Sutrimo Purnomo, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. Layla Mardiyah, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingannya serta motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan

penyusunan skripsi ini.

9. Segenap dosen yang telah mendidik dan memberikan sumbangsih keilmuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Bapak Rohman, S.Pt selaku Kepala SD Muhammadiyah Cipete yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
11. Seluruh elemen pendidik dan tenaga kependidikan SD Muhammadiyah Cipete yang telah membantu dalam proses penelitian, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
12. Teman-temanku Siti Alifah yang sudah mencurahkan tenaga ikut serta membantu, Falinda Rahmawati teman ngopi ketika sedang pusing menghadapi penyusunan skripsi, dan sahabat yang sudah membantu dalam segala hal sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
13. Teman seperjuangan Iqbal, Fahmi, Nani, Melinda, Akhmad yang sudah bersama saling memotivasi dan menyemangati agar lulus bersama.

Atas segala dukungan, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga Allah SWT membalas dengan kebaikan yang berlipat ganda. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Purwokerto, 17 Juni 2025

Peneliti,

Masrurrotul Maghfiroh

NIM.1817401024

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Konseptual.....	5
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Manajemen Promosi.....	14
B. Rekrutmen Peserta Didik Baru.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian.....	38
C. Subyek dan Objek Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Teknis Analisis Data.....	42
F. Teknik Uji Keabsahan Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete.....	45

B. Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik di SD Muhammadiyah Cipete	47
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan Penulis	68
C. Saran.....	68
D. Kata Penutup	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	77



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Struktur Kepanitiaan	51
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran1 Instrumen Wawancara Kepala Sekolah.....	78
lampiran 2 Instrumen Wawancara Waka Kurikulum	80
lampiran 3 Intrumen Wawancara Panitia PPDB	81
lampiran 4 Instrumen Observasi dan Dokumentasi	83
lampiran 5 Dokumentasi Wawancara.....	84
lampiran 6 Dokumentasi Melakukan Observasi	86
lampiran 7 surat telah melakukan observasi pendahuluan.....	89
lampiran 8 surat telah melaksanakan bimbingan proposal	92
lampiran 9 Surat telah Melaksanakan Seminar Proposal.....	93
lampiran 10 Surat telah Melaksanakan Riset Individu	94
lampiran 11 Surat telah Melaksanakan bimbingan skripsi.....	94
lampiran 12 Hasil Lolos Cek Plagiasi.....	97
lampiran 13 Sertifikat BTA.....	98
lampiran 14 Sertifikat KKN.....	99
lampiran 15 Sertifikat PKL.....	100
lampiran 16 Sertifikat UKBA Bahasa Inggris.....	101
lampiran 17 Sertifikat UKBA Bahasa Arab	102



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru. Seiring dengan peningkatan kompetisi antar lembaga pendidikan, strategi promosi yang tepat menjadi esensial untuk menarik minat calon peserta didik. Salah satu aspek penting dalam rekrutmen adalah pemahaman tentang bagaimana promosi berperan dalam menciptakan citra positif sekolah serta menarik perhatian calon siswa. Menurut Shunhaji et al., pendidikan yang berkualitas sangat bergantung pada proses rekrutmen yang baik, yang mencakup promosi yang terencana, terukur, dan objektif.¹ Promosi berfungsi tidak hanya untuk menarik calon peserta didik, tetapi juga untuk membangun reputasi institusi pendidikan.²

Dari sudut pandang manajerial, pemanfaatan strategi promosi yang efektif dapat memberi peningkatan pada citra sekolah serta membantu dalam mencapai tujuan rekrutmen. Windasari et al. menunjukkan bahwa penerapan strategi dalam seleksi dan rekrutmen membantu meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya manusia di institusi pendidikan, yang pada gilirannya mengarah pada peningkatan kualitas pendidikan dan pembelajaran bagi peserta didik.³ Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pengembangan citra institusi sebagai bagian dari upaya promosi, yang dapat meningkatkan daya tarik bagi calon peserta didik.⁴

Promosi oleh lembaga pendidikan merupakan strategi yang esensial untuk menarik minat masyarakat, sekaligus untuk membangun citra dan kepercayaan

¹ Sunhaji, Dkk., "Manajemen Rekrutmen Pendidik Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Sdi Al Ikhlas Cilandak Jakarta Selatan" *Jurnal Sosial Dan Sains*, Vol 2, No 12, 2022, Hlm 1306-1321.

² Erwita, M, Dkk., "Peningkatan Citra Pada Sekolah-Sekolah Yayasan Pendidikan Xyz Di Jawa Timur". *Jurnal Abdimas Perbanas*, Vol 4 No 1, 2023, Hlm 12.

³ Windasari, Dkk., "Strategi Seleksi Dan Rekrutmen Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Yang Efektif Di Sma Muhammadiyah 8 Gresik", Vol 1 No 3, 2024, Hlm 34.

⁴ Erwita, M, Dkk., "Peningkatan Citra Pada Sekolah-Sekolah Yayasan Pendidikan Xyz Di Jawa Timur". *Jurnal Abdimas Perbanas*, Vol 4 No 1, 2023, Hlm 13.

terhadap lembaga tersebut. Melalui berbagai bentuk promosi, lembaga pendidikan tidak hanya menawarkan jasa pendidikan, tetapi juga membangun hubungan yang erat dengan masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan. Salah satu substansi utama dari promosi adalah untuk menyampaikan informasi tentang layanan pendidikan yang ditawarkan. Memasarkan jasa pendidikan melibatkan kegiatan komunikasi yang efektif untuk membuat masyarakat lebih memahami nilai dan keunggulan lembaga pendidikan.⁵ Menekankan bahwa promosi ialah kegiatan yang dijalankan oleh lembaga pendidikan untuk mengkomunikasikan atau menawarkan jasa pendidikan kepada masyarakat guna menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman mereka terhadap lembaga tersebut.

Dalam dunia pemasaran, tidak sedikit lembaga atau perusahaan yang berfokus hanya pada pencapaian keuntungan semata. Ini berdampak pada terlepasnya nilai moral yang seharusnya mengikat dalam seluruh aktivitas kehidupan manusia termasuk kegiatan pemasaran. Islam memberikan perhatian serius terhadap kegiatan pemasaran. Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula memberikan penegasan tentang kunci keberhasilan dalam pemasaran sekaligus sebagai prinsip yang harus dipegang agar kegiatan pemasaran berlandaskan nilai-nilai ke-Islam-an (pemasaran perspektif Islam) yang disebut dengan *shidiq*, *amanah*, *tabligh*, *fatanah*. Keempat sifat tersebut merupakan sifat-sifat Nabi Muhammad Saw. yang sudah sangat masyhur di kalangan umat Islam. Namun sayangnya, sifat-sifat tersebut masih jarang diimplementasikan dalam dunia pemasaran. Di bawah ini merupakan penjabaran prinsip-prinsip pemasaran perspektif Islam, sebagai berikut:⁶ *Siddiq* adalah sifat Nabi Muhammad Saw yang memiliki arti benar dan jujur. Dalam sebuah lembaga, seorang pemimpin harus dapat mengambil keputusan dengan benar terutama berkaitan dengan isu-isu strategis seperti visi dan misi lembaga

⁵ Safitri, B. "Implementasi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap sekolah alam pandangan". *Ekodestinas*. Vol 1 No1. Hlm 1-6.

⁶ Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2008), 121-135.

dan sebagainya. Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggungjawab dan kredibel. Amanah bisa pula dimaknai keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Di antara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah. Ia juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pengusaha haruslah memiliki sifat amanah, karena Allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah orang mampu menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Faṭānah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau kebijaksanaan. Seorang pemimpin sebuah lembaga atau perusahaan yang faṭānah adalah pemimpin yang memahami, mengerti, dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat tablig bermakna komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tablig akan menyampaikan sesuatu dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Jika sebagai seorang pemimpin dalam sebuah lembaga atau organisasi, maka orang tersebut harus mampu mengomunikasikan visi dan misinya dengan benar kepada anggota, pelanggan, dan stakeholder⁷

Dalam konteks pengelolaan permohonan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete, promosi yang efektif dalam rekrutmen menjadi sangat penting. Hal ini mulai dari menyusun strategi rekrutmen yang tepat untuk menarik calon peserta didik dengan kualitas baik. Menurut Hanifah dan Rindaningsih Hanifah, manajemen sumber daya manusia dalam pendidikan memainkan peran kunci dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk kerja sama dan pengembangan pendidik, yang berdampak pada kualitas pendidikan yang diterima oleh peserta didik. Dengan menerapkan strategi rekrutmen yang terorganisir, akan lebih mudah untuk melakukan promosi yang efektif kepada masyarakat.⁸ Saat ini dunia pendidikan dihadapkan pada era revolusi industri 4.0. Era revolusi industri 4.0 ini merupakan periode mesin dan

⁷ Sutrimo Purnomo, *Marketing Mix Berbasis Partisipasi Masyarakat dalam Menjaga Keberlangsungan Lembaga Pendidikan Al-Qur'an di TPQ Baitul Jannah dan TPQ Baiturrohmi Purwokerto* (Purwokerto: UIN Prof KH Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025) 80-82

⁸ Hanifah & Rindaningsih, "HUMAN RESOURCE MANAGEMENT: ANALYSIS OF TEACHER RECRUITMENT STRATEGIES", *International Journal ,Ultidisciplinary*, Vol 1, No 2, 2024, Hlm 58.

teknologi yang membawa perubahan signifikan pada cara hidup seseorang. Manfaat industri 4.0 yaitu perbaikan kecepatan dan fleksibilitas produksi, peningkatan layanan kepada pelanggan, dan peningkatan pendapatan yang diakibatkan oleh pesatnya perkembangan pemanfaatan teknologi digital di berbagai bidang. Hampir semua orang dalam kesehariannya selalu menggunakan teknologi, seperti laptop dan gawai. Penggunaan laptop dan gawai dalam proses pembelajaran sangat diperlukan untuk menjadikan proses pembelajaran menjadi menarik.⁹

Salah satu metode yang bisa diterapkan adalah melalui penggunaan teknologi, seperti sistem informasi penerimaan berbasis web yang telah dibahas oleh Siswipraptini dkk. Aplikasi web ini memudahkan proses pendaftaran dan mempercepat penyampaian informasi kepada calon peserta didik dan orang tua. Di dalam konteks ini, penerapan sistem digital yang efisien akan memungkinkan SD Muhammadiyah Cipete untuk semakin menjangkau masyarakat yang lebih luas dan mengurangi hambatan yang dihadapi oleh calon peserta didik dalam mendaftar.

Keberhasilan rekrutmen peserta didik baru tidak terlepas dari sejumlah faktor, termasuk promosi yang baik dan strategi pengelolaan sumber daya manusia yang tepat. Karoso dkk, mencatat bahwa manajemen yang baik harus mencakup tidak hanya proses rekrutmen dan seleksi, tetapi juga pelatihan dan pengembangan berkelanjutan. Pendekatan ini membantu dalam memastikan bahwa para staf pendidikan di SD Muhammadiyah Cipete juga memiliki keterampilan yang memadai untuk mendukung calon peserta didik dengan baik. Dalam hal ini, pelatihan dan pengembangan pendidik harus dilakukan secara kontinu agar mereka dapat melakukan promosi yang lebih efektif dalam rekrutmen siswa baru.¹⁰

⁹ Titi Kurniati., Novan A. Wiyani., Pembelajaran Berbasis *Information and Communication Technology* pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol 6 No. 1, 2021, hlm 183

¹⁰ Karoso Dkk, "The Role Of Human Resource Management Strategy In Creating Superior Quality Educators", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 9, No 3, 2024, Hlm 7.

Selanjutnya, pentingnya hubungan yang kuat antara sekolah dan komunitas menjadi faktor kunci dalam keberhasilan promosi. Hal ini dikemukakan oleh Bakar dkk, yang menunjukkan bahwa kolaborasi dengan pihak luar, seperti institusi pendidikan lain dan organisasi masyarakat, dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi sekolah di masyarakat. SD Muhammadiyah Cipete dapat memanfaatkan hubungan ini untuk memperkuat kegiatan promosi melalui berbagai kegiatan komunitas yang melibatkan orang tua dan masyarakat setempat.

Akhirnya, evaluasi dan pengukuran terhadap hasil dari strategi rekrutmen yang diterapkan juga sangat penting. Penilaian berkelanjutan terhadap efektivitas promosi dan rekrutmen dapat memberikan wawasan berharga untuk memperbaiki sistem yang ada. Hal ini juga akan menunjukkan kepada manajemen sekolah bagaimana cara memperbaiki kualitas dan kuantitas pendaftar yang diterima, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan daya tarik sekolah di masa mendatang. Secara keseluruhan, manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete harus mengedepankan pendekatan strategis yang meliputi penggunaan teknologi, pengelolaan sumber daya manusia yang efektif, hubungan dengan masyarakat, dan evaluasi berkelanjutan untuk menghasilkan hasil yang optimal.

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual berupa bagian dari elemen penelitian sebagai panduan dalam mengukur variabel. Definisi ini mencakup indikator yang telah ditetapkan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Keberadaan desain konseptual sangat membantu dalam mengurangi salah tafsir yang mungkin timbul dari pembaca. Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete memiliki desain konseptual sebagai berikut:

1. Manajemen

Manajemen, dalam perspektif bahasa, berasal dari istilah Perancis "manage" yang berarti seni mengelola berbagai aspek kehidupan seperti organisasi dan sumber daya. Manajemen sering kali diartikan sebagai proses yang mencakup beragam fungsi seperti perencanaan, pengorganisasian,

pelaksanaan, dan pengendalian (monitoring) dengan tujuan mencapai keefektifan dan efisiensi dalam mencapai sasaran organisasi .¹¹ Dalam konteks ini, manajemen bukan hanya terbatas pada dunia bisnis, melainkan dapat diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, sosial, dan pemerintahan.¹²

Secara istilah, manajemen melibatkan rangkaian kegiatan yang harus dijalankan oleh sekelompok individu untuk memenuhi capaian tujuan bersama. Ini termasuk perancangan strategi, penetapan kebijakan, pengorganisasian sumber daya, dan evaluasi hasil yang dicapai .¹³ Manajemen pendidikan, misalnya, merujuk pada penerapan sejumlah prinsip manajemen dalam konteks lembaga pendidikan untuk meningkatkan mutu pengajaran dan efektivitas pengelolaan lembaga tersebut .¹⁴ Lebih lanjut, dalam pandangan Islam, manajemen juga memiliki akar yang kuat dalam keutamaan yang diajarkan dalam Al-Qur'an, di mana istilah "tadbir" atau pengaturan digunakan untuk menggambarkan proses pengelolaan .¹⁵

Satu dari aspek krusial dalam pengertian manajemen ialah sejumlah fungsi manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian. Dalam konteks ini, fungsi manajemen menjadi alat guna memenuhi capaian tujuan yang sudah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dengan seefisien dan seefektif mungkin.¹⁶ Dalam dunia pendidikan, misalnya, manajemen harus mampu merancang strategi yang tepat untuk mengoptimalkan hasil

¹¹ Farhanah & Almais, "Manajemen Perangkat Lunak Aplikasi Sistem Informasi Berbasis Android", *Jurnal ilmu komputer dan sistem informasi (jikoms)*, vol 5, no 2, 2022, hlm 268.

¹² Sarnoto, "Pengantar Studi Pendidikan Berbasis Al Qur'an : Manajemen Pendidikan Dalam Perspektif Al-Qur'an" ,*Jurnal Politik Hukum Ekonomi Pendidikan Sosial Dan Budaya*, Vol 5, No , 2016, Hlm 65.

¹³ Fajarani, Dkk., "Manajemen Sarana Dan Prasarana Dalam Meningkatkan Proses Pembelajaran Dalam Pendidikan Islam", *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol 2, No 7, 2021 Hlm 228.

¹⁴ Sondari Dan Anwar, "Manajemen Pendidikan Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an", *Jurnal Manajemen Kependidikan Dan Keislaman*, Vol 11, No 2, 2022, Hlm 56.

¹⁵ Supian "Ayat Al-Qur'an Tentang Istilah Manajemen Pendidikan Islam Dan Penerapan Dalam Metode Kelembagaan" , *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol 7, No 2, 2023 Hlm 40.

¹⁶ Fajarani, Dkk., "Manajemen Sarana Dan Prasarana Dalam Meningkatkan Proses Pembelajaran Dalam Pendidikan Islam", *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol 2, No 7, 2021 Hlm 230.

belajar siswa, seperti pengelolaan sarana dan prasarana di sekolah.¹⁷ Melalui pemahaman yang mendalam tentang manajemen, individu dan organisasi dapat mengoptimalkan kinerja dan menghasilkan hasil yang lebih baik.

Pengertian lain dari “manajemen” berasal dari bahasa Inggris “*administration*” sebagai “*the management of executive affairs*”. Dengan Batasan pengertian seperti ini maka manajemen disinonimkan dengan “*management*” suatu pengertian dalam lingkup luas. Dalam pengertian ini manajemen tidak sekadar pengaturan yang terkait dengan pekerjaan tulis menulis, melainkan pengaturan dalam arti yang lebih menyeluruh.

2. Manajemen Promosi

Manajemen promosi adalah komponen integral dari manajemen pemasaran yang bertujuan untuk menciptakan kesadaran dan memengaruhi perilaku konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Secara umum, promosi merujuk pada kegiatan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen sehingga mampu memengaruhi sikap dan perilaku mereka.¹⁸ Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media komunikasi, dan pengelolaannya melibatkan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan pemasaran.¹⁹

Mengacu pada literatur yang ada, manajemen promosi mencakup berbagai elemen, seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, serta pemasaran langsung. Iklan sebagai satu diantara bentuk promosi berfungsi untuk menyampaikan pesan produsen kepada konsumen, dan biasanya diorganisir dalam strategi komunikasi yang ditentukan berdasarkan media komunikasi yang digunakan.²⁰ Keberhasilan manajemen promosi sangat bergantung pada pemahaman tentang bagaimana mendesain

¹⁷ Yanti "Manajemen Sarana dan Prasarana Sekolah", *Jurnal Manajer Pendidikan*, Vol 5, No 2, 2019, Hlm 45.

¹⁸ Fatria & Christantyawati, “Pergeseran Merek Smartphone Di Indonesia Dalam Perspektif Postmodernisme”, *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol 2, No 2, 2018, Hlm 379.

¹⁹ Prayudi & Yulistria, “Penggunaan Matriks Swot Dan Metode Qspm Pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus Pada Umkm Gosimplywedding Sukabumi”, *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi Dan Entrepreneurship*, Vol 9, No 2, 2020, Hlm 225.

²⁰ Fatria & Christantyawati, “Pergeseran Merek Smartphone Di Indonesia Dalam Perspektif Postmodernisme”, *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol 2, No 2, 2018, Hlm 382.

dan mendistribusikan pesan yang akan menarik perhatian target audiens dan meyakinkan mereka untuk melakukan tindakan yang diinginkan, baik itu membeli produk, menggunakan layanan, atau terlibat lebih jauh dengan merek terkait.²¹

Selanjutnya, manajemen promosi juga berperan penting dalam mengelola hubungan antara konsumen dan merek. Dalam konteks pemasaran modern, interaksi dengan konsumen difasilitasi melalui platform digital, sehingga strategi promosi harus mempertimbangkan penggunaan media sosial dan saluran digital lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas.²² Dalam hal ini, komunikasi pemasaran yang efektif melibatkan penggunaan alat dan teknik yang strategis, termasuk konten yang menarik dan relevan yang mampu menciptakan citra positif bagi produk atau layanan yang ditawarkan.²³

Dalam penerapannya, manajemen promosi harus diintegrasikan dengan strategi pemasaran yang lebih luas. Hal ini mencakup identifikasi segmen pasar yang tepat dan penyesuaian pesan promosi agar sesuai dengan karakteristik demografis serta psikografis target audiens. Selain itu, fokus pada penilaian dan pengukuran efektivitas kegiatan promosi juga merupakan bagian tak terpisahkan dari manajemen promosi, agar pihak pengelola dapat menilai dampak dari kegiatan yang dilakukan dan melakukan penyesuaian yang dibutuhkan untuk memenuhi capaian hasil yang lebih optimal di waktu mendatang.²⁴ Salah satu aspek penting dari promosi digital adalah keberadaan media sosial yang telah menjadi alat utama dalam menyampaikan informasi. Penelitian menunjukkan bahwa institusi pendidikan tinggi telah beralih dari media tradisional ke platform media sosial dinamis untuk merekrut siswa,

²¹ Handayani, Dkk, . Upaya Pengembangan Umkm Melalui Pengelolaan Manajemen Pada Umkm Konveksi Mutiara, *Jamu Jurnal Abdi Masyarakat Umus*, Vol 1no 2, 2021, Hlm 349.

²² Handayani, Dkk, . Upaya Pengembangan Umkm Melalui Pengelolaan Manajemen Pada Umkm Konveksi Mutiara, *Jamu Jurnal Abdi Masyarakat Umus*, Vol 1no 2, 2021, Hlm 330.

²³ Wilantari, dkk "Komunikasi Massa Dalam Manajemen Pariwisata", *Dharma Duta*, Vol 16, No 1, 2018, Hlm 179.

²⁴ Kornelius, Y., (2022) "Manajemen Pengetahuan Tenaga Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah", *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, Vol 5, No 1, 2022, Hlm 141-142.

membangun hubungan, dan menciptakan citra positif di mata publik²⁵. Dalam konteks sekolah, hal serupa dapat diterapkan dengan memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi tentang program-program unggulan, aktivitas ekstrakurikuler, dan testimoni dari siswa-siswa yang sudah bersekolah di sana²⁶.

Dengan demikian, manajemen promosi tidak hanya sebatas pada kegiatan iklan atau penyaluran informasi, tetapi juga merupakan proses holistik yang melibatkan pemahaman dan penerapan strategi pemasaran yang efektif untuk menghasilkan pertukaran nilai antara penjual dan konsumen.

3. Rekrutmen Peserta Didik Baru

Rekrutmen Peserta Didik Baru (PPDB) adalah proses fundamental dalam manajemen pendidikan yang bermaksud guna menyaring dan menerima calon siswa yang memenuhi kriteria tertentu untuk memasuki sebuah institusi pendidikan. Secara umum, PPDB mencakup tahapan pendaftaran, seleksi, dan pengumuman hasil penerimaan. Proses ini penting karena berfungsi sebagai pintu gerbang bagi siswa baru, menghubungkan mereka dengan kesempatan pendidikan yang berpotensi mempengaruhi perkembangan akademis dan karakter mereka.

Menurut Hidayat dan Hadi Hidayat, PPDB adalah salah satu proses yang membantu dalam menentukan calon siswa sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh sekolah. Proses ini dijalankan secara terstruktur, dimulai dari pendaftaran, di mana orang tua dan calon siswa mengisi formulir pendaftaran, mengikuti tes seleksi, dan kemudian menerima pengumuman hasil penerimaan. Penerapan teknologi informasi dalam PPDB, terutama dengan sistem berbasis web, telah terbukti meningkatkan efisiensi dan

²⁵ Song, B., Lee, K., Liew, C., & Subramaniam, M. (2023). The role of social media engagement in building relationship quality and brand performance in higher education marketing. *International Journal of Educational Management*, 37(2), 417-430.

²⁶ Hikmah, H., Dzakiah, D., Yanti, A., Haryanto, D., & Nurdin, N. (2023). Education marketing strategy through social media at khalifah islamic elementary school palu, indonesia. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 06(07).

aksesibilitas proses ini, sehingga memudahkan calon siswa untuk mendaftar dan mendapatkan informasi yang jelas mengenai prosedur.²⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Risdianti menunjukkan bahwa manajemen rekrutmen siswa baru melibatkan aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan. Masing-masing aspek ini berperan penting dalam memastikan bahwa proses penerimaan berlangsung dengan optimal serta bisa memenuhi capaian tujuan yang ditetapkan. Dalam konteks PPDB, penting untuk memiliki sistem informasi yang baik untuk membantu mengelola data calon siswa dan mempermudah proses seleksi serta pengumuman hasil.²⁸ Hal ini juga dijelaskan dalam penelitian oleh Puspita dkk, yang menekankan perlunya sistem informasi yang efektif untuk menghindari kesalahan administrasi yang sering terjadi dalam proses PPDB tradisional.²⁹ Selain itu, Hidayat dan Hadi menekankan bahwa penggunaan aplikasi berbasis web untuk PPDB memungkinkan untuk melakukan otomatisasi dalam proses pendaftaran dan pengumuman, yang tidak sekadar menghemat waktu melainkan juga meminimalisir kemungkinan kesalahan data. Aplikasi ini dirancang untuk memfasilitasi setiap tahap proses penerimaan dengan cara yang transparan dan efisien.³⁰

Secara keseluruhan, Rekrutmen Peserta Didik Baru adalah proses kritis yang tidak hanya mempengaruhi individu calon siswa, tetapi juga berkontribusi pada kualitas keseluruhan pendidikan di sekolah. Melalui penerapan metodologi yang tepat dan sistem teknologi informasi yang efektif, institusi pendidikan dapat meningkatkan pengalaman baik bagi siswa dan orang tua dalam proses penerimaan ini.

²⁷ Hidayat & Hadi, (2021). "Pengembangan Aplikasi Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb) Berbasis Web Di Sma Pertiwi 1 Padang", *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, Vol 9, No 2, 2021, Hlm 89.

²⁸ Risdianti, "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik", *Jurnal Isema Islamic Educational Management*, Vol 2, No 2, 2017, Hlm 86.

²⁹ Puspita, Dkk, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Website Dengan Metode Spiral. Paradigma ", *Jurnal Komputer Dan Informatika*, Vol 23, No 1, 2021, Hlm 75.

³⁰ Hidayat & Hadi, (2021). "Pengembangan Aplikasi Penerimaan Peserta Didik Baru (Ppdb) Berbasis Web Di Sma Pertiwi 1 Padang", *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, Vol 9, No 2, 2021, Hlm 78.

4. SD Muhammadiyah Cipete

SD Muhammadiyah Cipete merupakan lembaga Pendidikan formal tingkat sekolah dasar dibawah Dinas Pendidikan dan Departemen Agama. Sekolah ini berbasis Pendidikan Agama Islam tingkat dasar dibawah naungan ranting keorganisasian Masyarakat Muhammadiyah. Lembaga pendidikan Sekolah Dasar Islam Terpadu Muhammadiyah Cipete ini sudah berdiri kurang lebih 10 tahun sejak berganti nama dari Madrasah Ibtidaiyah (MI) menjadi Sekolah Dasar (SD), SDIT Cipete telah mencetak generasi lulusan yang tangguh dan bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Nilai dasar keagamaan yang ditekankan lembaga pendidikan ini membentuk karakter religius anak bangsa yang jujur dan penuh tanggung jawab

Jadi yang dimaksud manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru dalam penelitian ini adalah apa saja macam manajemen promosi yang dilakukan untuk merekrut peserta didik baru sehingga peminat semakin meningkat karena daya saing setiap lembaga untuk merekrut peserta didik.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete.

1. Mendeskripsikan apa saja bentuk bentuk manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete?
2. Mendeskripsikan bagaimana implikasi manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD muhammadiyah Cipete?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian :
 - a. Mengetahui apa saja bentuk manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete
 - b. Mengetahui bagaimana implikasi manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete.
2. Manfaat penelitian
 - a. Manfaat teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu tambahan ilmu pengetahuan khususnya menyangkut tentang manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian mengenai manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Kepala Sekolah dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru.
- 2) Bagi guru dapat memperkaya ilmu pengetahuan melalui penelitian dengan mengaplikasikan dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete
- 3) Bagi Wali Murid sebagai bahan mencari informasi terkait penerimaan murid baru di SD Muhammadiyah Cipete
- 4) Bagi Dikdasmen Pimpinan Cabang Cilongok sebagai bahan informasi dan evaluasi untuk kegiatan rekrutmen peserta didik dan bisa menjadi acuan untuk lembaga pendidikan naungan dikdasmen pimpinan cabang muhammadiyah Cilongok
- 5) Bagi peneliti lainnya sebagai sumber informasi untuk dijadikan acuan dalam penelitian lain.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan mencakup seluruh isi penelitian yang lebih terarah, terpadu, serta memudahkan pemahaman pembaca. Berikut adalah sistematika yang disajikan oleh penulis:

Bab I memuat isi karya secara umum, meliputi latar belakang masalah, tujuan, manfaat, konsep, pendukung penelitian dan pembahasan.

Bab II, mengkaji perspektif teoritis dan dibagi menjadi tiga bagian.

- 1 Bagian pertama memberikan gambaran umum tentang Manajemen Promosi
- 2 Sub bagian kedua membahas tentang pelaksanaan rekrutmen peserta didik baru dan mencakup makna, tujuan, sasaran dan komponen literasi terapan.

3 Sub bagian ketiga menjelaskan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru

Bab III menjelaskan tentang metodologi penelitian dan pendekatan penelitian yang digunakan. Lokasi penelitian, tema dan subjek, teknik pengumpulan data, serta keabsahan data.

Bab IV menyajikan laporan hasil yang dicapai, menyajikan data terkait Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik di SD Muhammadiyah Cipete

Bab V ditulis dalam bentuk uraian tentang kesimpulan hasil penelitian yang dijalankan. Saran dan rekomendasi diberikan untuk implementasi yang sudah berjalan, sehingga memungkinkan perbaikan lebih lanjut. Bagian terakhir mencakup daftar pustaka untuk membantu penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Promosi

1. Pengertian Manajemen Promosi

a. Pengertian Manajemen

Manajemen merujuk pada suatu proses yang sangat fundamental dalam berbagai organisasi atau usaha, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendalian sumber daya untuk memenuhi capaian tujuan yang sudah ditentukan. Bersumber dari Wahyuningtiyas et al., manajemen berfungsi untuk mengoptimalkan pengelolaan sumber daya yang mencakup manusia, bahan baku, hingga pemasaran, untuk mencapai daya saing yang lebih baik dalam operasional usaha.³¹ Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan bisnis yang efektif tidak hanya mengandalkan hasil, tetapi juga bagaimana sumber daya dikelola dan diperuntukkan dengan benar. Apriliani dan Rachman menjelaskan bahwa struktur organisasi dan budaya kerja yang baik memainkan peranan vital dalam efektivitas sistem informasi akuntansi manajemen. Keduanya berkolaborasi untuk memastikan bahwa informasi yang diterima dan digunakan dalam pengambilan keputusan berada pada kualitas yang optimal, sehingga diharapkan dapat mendukung proses manajemen di dalam organisasi.³² Hal ini semakin menggarisbawahi pentingnya faktor internal yang mendukung praktik manajemen yang baik, sejalan dengan pandangan Solehan yang menyatakan bahwa manajemen pembiayaan pendidikan sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas di institusi pendidikan.³³

³¹ Wahyuningtiyas Dkk, "Pentingnya Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Src Gurda Kencana (Studi Kasus Pada Umkm)", *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 6, No 1, 2021, Hlm 33-34.

³² Apriliani & Rachman, "Pengaruh Struktur Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen", *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan SAINS*, Vol 1, No 2, 2022, Hlm 132-134.

³³ Solehan, "Manajemen Pembiayaan Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan Islam", *Edumaspul - Jurnal Pendidikan*, Vol 6, No 1, 2022, Hlm 98-100.

Dalam konteks pendidikan, manajemen juga dipaparkan sebagai sebuah strategi yang sangat penting untuk memaksimalkan hasil pembelajaran dan mengoptimalkan penggunaan dana yang ada. Prianka dkk, menekankan pengelolaan program pendidikan anak usia dini sebagai salah satu bagian dari manajemen yang harus diperhatikan untuk memenuhi hak pendidikan anak. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa pemahaman dan penerapan yang benar dari fungsi manajemen bisa berfungsi sebagai landasan untuk meningkatkan kualitas sebuah institusi pendidikan.

Saat ini, berbagai istilah digunakan untuk merujuk pada aktivitas dalam pelayanan kegiatan, seperti manajemen, pengelolaan, pengaturan, dan sejenisnya. Istilah-istilah tersebut dijelaskan oleh beberapa ahli, di antaranya:

- 1) Hasibuan, mengartikan manajemen sebagai suatu disiplin ilmu dan keterampilan dalam mengkoordinasikan proses pemanfaatan sumber daya manusia beserta unsur lainnya secara optimal dan efisien guna meraih tujuan yang sudah ditentukan.
- 2) Stoner, sebagaimana dikutip oleh Fachruddin, mengungkapkan bahwasanya manajemen merujuk pada proses yang mencakup tahapan perencanaan, pengorganisasian, memimpin, serta mengawasi pekerjaan dalam suatu organisasi dan untuk memanfaatkan seluruh sumber daya yang tersedia untuk memenuhi capaian tujuan organisasi yang dinyatakan dengan jelas.
- 3) Gordon, mengungkapkan bahwasanya manajemen merujuk pada metode yang dimanfaatkan administrator untuk melakukan tugas-tugas tertentu atau mencapai tujuan tertentu.
- 4) Koontz, O'Donnell, dan Weihrich mengemukakan, manajemen berkaitan dengan upaya meraih suatu sasaran yang dijalankan melalui kerja sama serta keterlibatan individu-individu lainnya.
- 5) *Encyclopaedia of The Social Sciences*, mengartikan manajemen sebagai rangkaian aktivitas di mana pencapaian suatu target tertentu direncanakan, dijalankan, serta diawasi.

- 6) G.R. Terry mengungkapkan, manajemen ialah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.
- 7) Hilman, manajemen merujuk pada fungsi untuk mewujudkan suatu sasaran dengan melibatkan tindakan dari pihak lain serta memantau upaya individu guna meraih tujuan bersama.
- 8) Ricky W. Griffin berpendapat bahwasanya manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.
- 9) Oey Liang Lee, manajemen ialah seni dan ilmu perencanaan pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- 10) William H. Newman mengatakan, manajemen ialah fungsi yang berkaitan dengan memperoleh hasil tertentu melalui orang lain.
- 11) Renville Siagian, manajemen adalah suatu bidang usaha yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan dan dikelola oleh para tenaga ahli terlatih serta berpengalaman.
- 12) Eiji Ogawa mengatakan bahwa manajemen ialah Perencanaan, Pengimplementasian dan Pengendalian kegiatan-kegiatan termasuk sistem pembuatan barang yang dilakukan oleh organisasi usaha dengan terlebih dahulu telah menetapkan sasaran-sasaran untuk kerja yang dapat disempurnakan sesuai dengan kondisi lingkungan yang berubah.
- 13) Federick Winslow Taylor, manajemen ialah Suatu percobaan yang sungguh-sungguh untuk menghadapi setiap persoalan yang timbul dalam pimpinan perusahaan (dan organisasi lain) atau setiap sistem kerja sama manusia dengan sikap dan jiwa seorang sarjana dan dengan menggunakan alat-alat perumusan.

- 14) Henry Fayol, manajemen memuat gagasan lima fungsi utama yakni, merancang, mengorganisasi, memerintah, mengoordinasi, dan mengendalikan.
- 15) Lyndak F. Urwick, manajemen adalah *Forecasting* (meramalkan), *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Commanding* (memerintah), *Coordinating* (pengoordinasian) *Controlling* (pengontrolan).
- 16) Menurut Leonard D. White, manajemen ialah segenap proses biasanya terdapat pada semua kelompok baik usaha negara, pemerintah atau swasta, sipil atau militer secara besar-besaran atau secara kecil-kecilan.
- 17) The Liang Gie, manajemen ialah segenap proses penyelenggaraan dalam setiap usaha kerja sama sekelompok manusia untuk memenuhi capaian tujuan tertentu.
- 18) Sondang Palan Siagian, manajemen adalah keseluruhan proses kerja sama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya.
- 19) Pariata Westra, manajemen ialah serangkaian aktivitas yang melibatkan pengorganisasian dan pelaksanaan kerja sama antara individu-individu dalam kelompok untuk memenuhi capaian tujuan yang sudah ditentukan.
- 20) Dalam kurikulum 1975 yang disebutkan dalam Buku Pedoman Pelaksanaan Kurikulum IIID, baik untuk Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama maupun Sekolah Menengah Atas, manajemen adalah upaya kolektif untuk memanfaatkan seluruh sumber daya (baik tenaga kerja maupun materi) secara optimal dan efisien, demi mendukung tercapainya tujuan pendidikan.³⁴

Definisi lain dari manajemen yang lebih lengkap seperti yang dikemukakan oleh Mulyani A. Nurhadi ialah sebagai berikut. "Manajemen adalah suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang berupa proses pengelolaan usaha kerja sama sekelompok manusia yang tergabung dalam

³⁴ Mustari Mohamad, *manajemen Pendidikan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014) hal.

organisasi pendidikan, untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan sebelumnya, agar efektif dan efisien." Dalam pengertian tersebut sudah memperlihatkan adanya gerak, yaitu usaha kerja sama, personel yang menjalankan, yakni dua orang atau lebih, dan untuk apa kegiatan dijalankan, yakni untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Tiga unsur tersebut, yakni gerak, orang, serta arah dari kegiatan, memperlihatkan bahwasanya manajemen terjadi dalam sebuah organisasi, bukan pada kerja tunggal yang dijalankan oleh seorang individu.³⁵

Dari definisi tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwasanya didalam pengertian manajemen selalu menyangkut adanya tiga hal yang meruoakan unsur penting, yakni usaha dan kerjasama oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan

2. Promosi

Promosi pendidikan adalah suatu strategi penting yang digunakan oleh institusi pendidikan untuk menarik perhatian calon siswa serta menciptakan citra positif terhadap lembaga tersebut. Menurut Rasmani et al., manajemen promosi dalam lembaga pendidikan di era Revolusi Industri 5.0 harus dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, terutama media sosial, untuk memperkenalkan lembaga tanpa memerlukan biaya yang besar .³⁶ Keberhasilan promosi ini bergantung tidak hanya pada inovasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan tetapi juga pada bagaimana layanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan konsumen .³⁷

Dalam konteks pendidikan, promosi tidak terbatas pada aspek pemasaran, tetapi juga mencakup bagaimana membangun hubungan dengan komunitas dan stakeholder. Sarnoto menyoroti bahwa dalam situasi pasca

³⁵ Mustari Mohamad, *manajemen Pendidikan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2014)hal.

³⁶ Rasmani Dkk, "Manajemen Promosi Lembaga Paud Di Era Revolusi Industri 5.0", Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, Vol 6, No 6, 2022, Hlm 6443-646.

³⁷ Rasmani Dkk, "Manajemen Promosi Lembaga Paud Di Era Revolusi Industri 5.0", Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, Vol 6, No 6, 2022, Hlm 6446-649.

pandemi Covid-19, strategi pemasaran pendidikan harus dirombak untuk menghadapi tantangan baru, termasuk kemajuan dalam digitalisasi dan pemanfaatan platform online.³⁸ Hal ini menunjukkan pentingnya adaptasi dalam manajemen promosi pendidikan agar tetap relevan dengan kebutuhan zaman dan mampu bersaing dalam lingkungan yang kian kompetitif.

Sabaruddin dkk, menegaskan bahwa promosi jabatan dalam sektor publik harus berdasarkan sistem merit untuk menjamin transparansi dan keadilan dalam rekrutmen, yang pada gilirannya juga berimplikasi pada kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan tersebut.³⁹ Melalui pendekatan ini, lembaga pendidikan tidak hanya menarik calon siswa tetapi juga memastikan bahwa proses yang dilakukan adalah adil dan profesional.

Di era digital, pentingnya website sebagai alat promosi tidak dapat diabaikan. Indrianti dan Rizqullah mengungkapkan bahwa penggunaan komunikasi pemasaran terpadu yang berbasis website dapat dirancang untuk menarik lebih banyak calon mahasiswa, sehingga strategi pengembangan website perlu diperhatikan dengan cermat menggunakan metode Quality Function Deployment.⁴⁰ Hal ini memperlihatkan pentingnya integrasi antara teknologi dan pemahaman pasar dalam merancang promosi pendidikan yang efektif.

Strategi promosi juga berperan dalam membentuk citra lembaga. Penelitian oleh Erwita dkk, menunjukkan bahwa citra lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan, yang pada gilirannya dapat memberi peningkatan terhadap minat masyarakat untuk berencana mendaftar.⁴¹ Pengelolaan media sosial yang baik dan efektif dapat menjadi

³⁸ Sarnoto, "Strategi Humas Dan Marketing Pendidikan Dasar Pasca Pandemi Covid-19 Di Indonesia", *Andragogi Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*, Vol 10, No 1, 2022, Hlm 103-106.

³⁹ Sabaruddin dkk, "Pelaksanaan promosi jabatan berdasarkan merit system di kabupaten kolaka dan kendari provinsi sulawesi tenggara", *Public Inspiration Jurnal Administrasi Publik*, vol 6, no 2, 2021, hlm 74-77.

⁴⁰ Indrianti & Rizqullah, "Penentuan Strategi Pengembangan Website Perguruan Tinggi Menggunakan Quality Function Deployment", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 17, No 2, 2020, Hlm 143.

⁴¹ Erwita Dkk, "Peningkatan Citra Pada Sekolah-Sekolah Yayasan Pendidikan Xyz Di Jawa Timur", *Jurnal Abdimas Perbanas*, Vol 4, No 1, 2023, Hlm 12-19.

satu diantara solusi untuk mengoptimalkan daya tarik lembaga di tengah persaingan yang ketat di industri pendidikan.

Kualitas pelayanan juga menjadi elemen penting yang saling terkait dengan promosi. Dalam konteks pendidikan, penelitian oleh Purwanti et al. memperlihatkan bahwasanya ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan serta kegiatan promosi terhadap kepuasan orang tua murid terhadap lembaga pendidikan.⁴² Ketika kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga tidak memenuhi ekspektasi, meskipun kegiatan promosi terlihat baik, hal ini dapat berujung pada penurunan minat calon siswa.

Suiroh dkk, menekankan pentingnya pengelompokan data dalam upaya promosi penerimaan peserta didik baru. Dengan menerapkan algoritma K-Means untuk mengelompokkan informasi, lembaga pendidikan dapat memahami pola pendaftaran dan menciptakan strategi promosi yang lebih terfokus dan efektif.⁴³ Penggunaan analisis data ini membantu lembaga merespons kebutuhan dan preferensi calon siswa secara lebih tepat dan efisien. Promosi pendidikan tidak hanya berfungsi untuk menarik calon siswa tetapi juga membangun komunitas dan keterlibatan di dalamnya. Yuliana dan Sugianto menjelaskan bahwa implementasi teknologi virtual dalam pengenalan kampus mampu meningkatkan partisipasi calon siswa dengan cara yang interaktif dan menarik.⁴⁴ Dalam hal ini, inovasi dalam promosi pendidikan penting untuk memperkuat ikatan antara lembaga pendidikan dan calon siswa, serta meningkatkan citra positif lembaga.

Dalam merumuskan strategi promosi yang efektif, diperlukan pengetahuan mendalam mengenai demografi dan karakteristik calon siswa. Amin berpendapat bahwa pemetaan data demografi menjadi dasar yang kuat

⁴² Purwanti Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Lembaga Pendidikan Tpa Masjid Ash Shaff Bintaro", *Journal Of Education Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, Vol 4, No 1, 2021, Hlm 535-545.

⁴³ Suiroh, S., Astuti, R., & Basysyar, F., "Implementasi Algoritma K-Means Pada Pengelompokan Data Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smkn 1 Balongan", *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, Vol 8, No 1, 2024, Hlm 1-8.

⁴⁴ Yuliana, Y. & Sugianto, H., "Implementasi Teknologi Virtual Dalam Visualisasi Pengenalan Kampus Menggunakan Webvr", *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, Vol 5, No 2, 2022, Hlm 377.

untuk merancang strategi promosi yang tepat.⁴⁵ Dengan informasi tersebut, institusi pendidikan dapat menyesuaikan pendekatan mereka dalam menarik minat calon siswa sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

Pentingnya promosi dalam konteks pemasaran pendidikan bagi suatu lembaga tidak bisa diabaikan. Promosi pendidikan yang terencana dan efektif berpotensi untuk meningkatkan kehadiran siswa baru, membawa dampak langsung pada keberlangsungan dan pertumbuhan lembaga pendidikan. Dengan demikian, sinergi antara inovasi, media, dan pendekatan berbasis data menjadi semakin krusial dalam mengembangkan dan melaksanakan strategi promosi pendidikan yang sukses.

Seiring dengan berkembangnya metode dan media promosi, penting bagi lembaga pendidikan untuk terus melakukan evaluasi dan adaptasi terhadap strategi yang digunakan. Penelitian sebelumnya memberikan banyak informasi yang bisa digunakan untuk menjadikan promosi pendidikan tidak hanya sekedar alat pemasaran, tetapi juga sebagai upaya menyeluruh dalam membangun hubungan positif dengan masyarakat dan menciptakan nilai tambah bagi calon siswa.

Dalam hal ini, penting bagi lembaga pendidikan untuk terus memperbarui pengetahuan tentang tren terbaru dalam promosi dan pemasaran. Melalui kolaborasi dengan ahli dan praktisi di bidang pemasaran, institusi pendidikan dapat memperkuat posisinya dalam dunia yang kompetitif ini dan menciptakan pengalaman pendidikan yang lebih baik bagi siswa mereka.

Pendekatan yang holistik dan berbasis data menjadi keharusan dalam menyusun rencana promosi yang tidak sekedar efektif dalam jangka pendek, melainkan juga untuk keberlanjutan jangka panjang lembaga pendidikan. Melalui pelatihan dan pengembangan yang terus menerus, para tenaga

⁴⁵ Amin, M, ” Pemetaan Demografi Data Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Business Intelligence”, *Jurnal Teknik Informatika Aceh*, Vol 9, No 1, 2024, Hlm 11-16.

pendidik dan pengelola lembaga dapat lebih siap untuk menjalankan strategi promosi yang relevan dan berdampak.

Akhirnya, dengan mengintegrasikan riset dan praktik terbaik dalam promosi pendidikan, lembaga pendidikan tidak hanya akan mampu meningkatkan jumlah pendaftar, tetapi juga terus menciptakan lingkungan pendidikan yang berorientasi pada kualitas dan inovasi, yang tentu saja menjadi tujuan utama dari setiap institusi pendidikan. Promosi pendidikan di tingkat sekolah dasar (SD) merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat dan mendorong pendaftaran calon peserta didik. Berdasarkan penelitian yang ada, promosi pendidikan dapat memiliki berbagai bentuk serta metode yang dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan tersebut. Sebagai contoh, penelitian oleh Nurhidayati menyatakan bahwa promosi pendidikan sangat bergantung pada elemen-elemen dari bauran pemasaran, termasuk produk pendidikan yang ditawarkan, harga, lokasi, dan pendekatan promosi yang digunakan.⁴⁶ Dalam konteks ini, promosi mencakup cara-cara untuk mengkomunikasikan informasi yang relevan tentang institusi pendidikan kepada masyarakat luas.

Selain itu, berbagai fitur interaktif pada platform digital, seperti video pengenalan sekolah, tur virtual, dan sesi tanya jawab langsung dengan kepala sekolah atau guru, bisa menjadi keunggulan kompetitif yang menarik bagi calon siswa dan orang tua. Penelitian juga menggarisbawahi pentingnya dukungan dari pimpinan sekolah dalam menciptakan lingkungan belajar berbasis digital yang mendorong penggunaan alat-alat digital dalam komunikasi dan pemasaran sekolah⁴⁷. Hal ini tercermin dalam

⁴⁶ Nurhidayati, N, “Deskripsi Marketing Mix Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah Kutoarjo”, *Jurnal Pendidikan Surya Edukasi (Jpse)*, Vol 6, No 2, 2020, Hlm 95.

⁴⁷ Karaköse, T., Polat, H., & Papadakis, S. (2021). Examining teachers' perspectives on school principals' digital leadership roles and technology capabilities during the covid-19 pandemic. *Sustainability*, 13(23), 13448

dorongan untuk menggunakan alat-alat berbasis teknologi seperti e-book dan ujian berbasis digital dalam proses belajar mengajar.

Salah satu pendekatan dalam promosi pendidikan adalah penggunaan media sosial yang efektif. Safitri menekankan bahwa Sekolah Alam Pangandaran telah mengaplikasikan media sosial sebagai alat pemasaran untuk memperkenalkan visi, misi, serta keunggulan sekolah tersebut. Penggunaan platform seperti Instagram dan Facebook memungkinkan sekolah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat, serta menampilkan aktivitas dan hasil belajar siswa, yang dapat memperkuat minat orang tua untuk mendaftarkan anak mereka.⁴⁸ Ini selaras dengan temuan Rasmani dkk, yang menunjukkan bahwa sekolah di era Revolusi Industri 5.0 harus memanfaatkan media promosi modern yang dapat menjangkau khalayak tanpa biaya tinggi, serta media sosial menjadi salah satu sarana terpenting dalam hal ini.⁴⁹ Lebih jauh lagi, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan saluran komunikasi digital berperan penting dalam proses kesadaran dan keputusan siswa untuk mendaftar ke sekolah tertentu.⁵⁰ Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap perjalanan siswa dari kesadaran hingga aplikasi sangat krusial, dan oleh karena itu, penggunaannya dalam promosi digital harus dirancang dengan hati-hati untuk menjaga relevansi dan daya tarik.

Promosi juga dapat dilakukan melalui pendekatan yang lebih tradisional seperti promosi mulut ke mulut, di mana testimoni dari individu-individu yang sudah merasakan manfaat dari institusi tersebut dapat berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Saady dan Rohmadi menegaskan bahwa testimoni dari alumni atau orang tua siswa dapat

⁴⁸ Safitri, B, "Implementasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat Terhadap Sekolah Alam Pangandaran", *Ekodestinas*, Vol 1, No 1, 2023, Hlm 1-6.

⁴⁹ Rasmani Dkk, "Manajemen Promosi Lembaga Paud Di Era Revolusi Industri 5.0", *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, Vol 6, No 6, 2022, Hlm 6443-6449.

⁵⁰ Shala, A. and Sopi, X. (2022). Communication channels consumption across awareness building, information search and school choice - perspectives from the vet sector in kosovo. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 23(1), 109-118.

memberikan kepercayaan lebih kepada calon peserta didik dan orang tua mereka untuk memilih institusi tertentu, seperti pondok pesantren .⁵¹ Penerapan strategi ini menunjukkan pentingnya kredibilitas yang dihasilkan dari pengalaman nyata dalam menarik perhatian masyarakat.

3. Fungsi Manajemen Promosi

Manajemen promosi dalam pendidikan memainkan peran penting dalam memastikan keberhasilan lembaga pendidikan dalam menarik dan mempertahankan peserta didik. Dalam konteks ini, fungsi manajemen promosi mencakup berbagai strategi dan pendekatan yang dirancang untuk membangun kesadaran, menciptakan citra positif, serta menarik perhatian orang tua dan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Terdapat beberapa poin utama yang menjelaskan fungsi manajemen promosi dalam pendidikan yang dapat diuraikan berdasarkan literatur yang relevan.

- a. Manajemen promosi berfungsi untuk mengkomunikasikan nilai-nilai dan keunggulan lembaga pendidikan kepada masyarakat. Dalam hal ini, Rasmani dkk, menyatakan bahwa manajemen promosi dibutuhkan untuk memasarkan dan menarik konsumen agar mereka tertarik untuk mendaftarkan anak di lembaga pendidikan.⁵² Hal ini menunjukkan pentingnya komunikasi yang efektif dalam mencapai target pendaftaran siswa. Selain itu, Sabilulhaq et al. menekankan bahwa pengelolaan strategi promosi yang baik dapat meningkatkan mutu pendidikan, yang pada gilirannya akan menarik lebih banyak peserta didik .⁵³ Kemudian peran sekolah di masyarakat untuk selalu memperbaiki kinerja personil organisasi sekolah dan memperbaiki kualitas layanan pendidikan karena tugas dari personil adalah melayani masyarakat sehingga sekolah

⁵¹ Saady, T & Rohmadi, Y, "Penerapan Promosi Mulut Ke Mulut Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Ppmi Assalaam Sukoharjo", *Eklektik Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol 5, No 1, 2022, Hlm 88.

⁵² Rasmani Dkk, "Manajemen Promosi Lembaga Paud Di Era Revolusi Industri 5.0", *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, Vol 6, No 6, 2022, Hlm 6443-6449.

⁵³ Sabilulhaq Dkk, "Implementasi Fungsi Manajemen Perencanaan Dan Pengorganisasian Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah" *Cerdika Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol11, No 7, 2021, Hlm 840-845.

mendapat kepercayaan dari konsumen atau masyarakat, selain itu sekolah mampu menyusun dan melaksanakan program pendidikan yang relevan dengan keinginan kebutuhan dan harapan masyarakat.⁵⁴

- b. Fungsi manajemen promosi juga melibatkan penciptaan citra positif lembaga pendidikan. Menurut Wakila, manajemen pendidikan yang baik akan melahirkan aktivitas manajerial yang inovatif, termasuk dalam promosi, untuk menciptakan citra positif institusi pendidikan.⁵⁵ Citra yang baik menarik perhatian orang tua, yang berperan besar dalam keputusan pendaftaran anak mereka. Dengan demikian, setiap tindakan promosi harus diarahkan untuk menciptakan persepsi positif terhadap lembaga pendidikan.
- c. Manajemen promosi juga berfokus pada peningkatan hubungan antara lembaga pendidikan dengan orang tua dan masyarakat. Indri dan Utomo menjelaskan bahwa hubungan yang baik antara lembaga dengan orang tua dan masyarakat merupakan kunci dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan.⁵⁶ Oleh karena itu, strategi promosi tidak hanya sebatas iklan (advertising), tetapi juga mencakup interaksi dan keterlibatan komunitas yang diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan dukungan bagi lembaga pendidikan. Dalam melaksanakan promosi digital, penting juga untuk mempertimbangkan tantangan yang ada. Misalnya, kebutuhan untuk membangun hubungan yang kuat dengan calon siswa dan orang tua, serta tantangan dalam menarik perhatian siswa dari berbagai latar belakang sosial ekonomi.⁵⁷

Dalam konteks yang lebih luas, Chotimah dkk, membahas bahwa penerapan sistem informasi manajemen dalam lembaga pendidikan dapat

⁵⁴ Novan wiyani, manajemen humas di sekolah (Yogyakarta:penerbit gava media,2019)hal. 38-41

⁵⁵ Wakila, Y., "Konsep Dan Fungsi Manajemen Pendidikan", *Jurnal Ilmiah Social Teknik*, Vol 3, No 1, 2021, Hlm 43-56.

⁵⁶ Utomo, "Optimalisasi Sumber Daya Manusia Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan", *Buana Ilmu*, Vol 7, No 1, 2022, Hlm 106-115.

⁵⁷ Alcaraz, K., Vereen, R., & Burnham, D. (2020). Use of telephone and digital channels to engage socioeconomically disadvantaged adults in health disparities research within a social service setting: cross-sectional study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(4)

memperkuat daya saing lembaga tersebut. Dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang tepat, lembaga pendidikan dapat mempromosikan layanan yang ditawarkan dengan lebih efisien dan efektif.⁵⁸ Sistem informasi ini dapat menyajikan data mengenai prestasi akademik siswa, kegiatan ekstrakurikuler, hingga testimonial dari alumni yang semuanya berfungsi mendukung manajemen promosi.

Manajemen promosi juga relevan dalam mengatasi tantangan di pasar pendidikan saat ini. Fauziah et al. mencatat bahwa dalam post-pandemi COVID-19, lembaga pendidikan perlu melakukan inovasi dalam strategi pemasaran mereka untuk tetap relevan.⁵⁹ Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dan adaptasi dalam manajemen promosi sangat penting untuk menghadapi perubahan pasar dan kebutuhan masyarakat.

Di samping itu, manajemen pemasaran berfungsi untuk menentukan dan menjelaskan anggaran serta sumber daya yang dipergunakan dalam kegiatan promosi. Prasangka masyarakat terhadap lembaga pendidikan dapat dipengaruhi oleh kualitas dan kuantitas sumber daya yang didedikasikan untuk promosi. Ini penting untuk menciptakan rencana promosi yang terstruktur yang memungkinkan lembaga menjangkau audiens yang lebih luas.

Manajemen promosi juga mencakup evaluasi dan umpan balik terhadap aktivitas promosi yang telah dilaksanakan. Di dalam konteks lembaga pendidikan, Syaifullah dkk menekankan pentingnya mengukur efektivitas dan hasil dari strategi promosi untuk memahami dampaknya terhadap pendaftaran siswa.⁶⁰ Dengan melakukan analisis mendalam, lembaga pendidikan dapat melakukan penyesuaian strategis terhadap aktivitas promosi mereka.

⁵⁸ Chotimah Dkk, "Sistem Informasi Manajemen Dalam Kompetisi Bisnis Lembaga Pendidikan Islam", *Journal Of Education Research*, Vol 4, No 3, 2023, Hlm 1064-1074.

⁵⁹ Fauziah, S., Prahesti, S., & Ali, A., "Manajemen Strategi Pemasaran Pasca Covid-19 Di Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini", *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, Vol 7, No 4, 2023, Hlm 4081-4089.

⁶⁰ Syaifullah, Dkk., "Relevansi Manajemen Kesiswaan Guna Menopang Kelembagaan Pendidikan Islam", *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol 2, No 8, 2021, Hlm 1420-1428.

Dalam aplikasi praktis, manajemen promosi dalam pendidikan bisa diarahkan melalui penggunaan media sosial dan platform digital lainnya. Najiha dan Munastiwi menyoroti pentingnya strategi pemasaran yang menargetkan publik dengan cara yang relevan dan bersifat interaktif, terutama dengan generasi baru yang lebih terhubung secara digital.⁶¹ Media sosial sebagai alat promosi memberikan kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan media tradisional.

Akhirnya, peran manajemen promosi dalam pendidikan tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan seluruh elemen lembaga pendidikan itu sendiri. Pengelolaan kurikulum, kesiswaan, hingga manajemen keuangan semua saling terhubung dan berdampak pada bagaimana lembaga tersebut dipersepsikan di masyarakat. Mustajib et al. mencontohkan bahwa pengelolaan layanan pendidikan berbasis mutu menjadi aspek penting untuk mendapatkan kepercayaan orang tua. Dengan demikian, manajemen promosi harus selaras dengan pencapaian dan visi internasional dari lembaga pendidikan.

Di samping itu, pentingnya keterlibatan semua pihak dalam manajemen promosi tidak dapat diabaikan. Pelibatan tenaga pendidik, komunitas, dan stakeholder lainnya dalam proses promosi akan memperkuat pesan yang disampaikan dan meningkatkan kredibilitas lembaga pendidikan. Manajemen sebagai proses yang komprehensif harus bisa memfasilitasi semua fungsi ini agar manajemen promosi dapat berjalan dengan optimal dan memberikan hasil yang diharapkan.

Secara keseluruhan, fungsi manajemen promosi dalam pendidikan melibatkan komunikasi efektif, penciptaan citra positif, peningkatan hubungan dengan orang tua serta masyarakat, adaptasi terhadap kondisi pasar, pengelolaan sumber daya yang tepat, evaluasi yang berkelanjutan,

⁶¹ Najiha & Munastiwi, "Strategi Manajemen Pemasaran Lembaga Sekolah Dalam Menarik Peserta Didik Baru Di Tk/Kb Tahfidz Qolbun Salim", *Edukatif Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol 4, No 5, 2022, Hlm 6846-6855.

penggunaan media digital, serta keterlibatan stakeholder. Dengan memahami dan menerapkan fungsi-fungsi ini secara efektif, lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan mereka dalam menarik dan mempertahankan peserta didik, yang pada akhirnya akan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pendidikan secara keseluruhan.

4. Bentuk-bentuk Manajemen Promosi

Promosi Manajemen promosi dalam dunia pendidikan mencakup berbagai strategi yang dirancang untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua, serta meningkatkan citra lembaga pendidikan. Dalam konteks ini, berikut adalah sepuluh bentuk manajemen promosi yang dapat diterapkan dalam lembaga pendidikan, beserta penjelasannya:

a. Penggunaan Media Sosial

Media sosial menawarkan platform yang efektif untuk memasarkan lembaga pendidikan. Banyak institusi kini memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook untuk menyebarkan informasi, berbagi pencapaian, dan berinteraksi langsung dengan calon siswa. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan.⁶² Adapun hal-hal yang menjadi faktor adanya promosi melalui sosial media yaitu tujuan yang dicapai semakin efisien, sasaran yang menerima semakin luas, analisis kebutuhan dari pengguna sosial media, penwaran program yang menarik dari sekolah dan media yang digunakan.⁶³

b. Pemasaran Konten

Menghasilkan konten berkualitas yang menarik, seperti artikel maupun video informatif, memungkinkan lembaga pendidikan untuk menunjukkan keahlian mereka dan meningkatkan visibilitas di internet.

⁶² Hendrayani, E., Irwansyah, R., Ma'sum, H., Tahalele, O., & Setiawan, Z. "Analisis strategi promosi media sosial terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi". *Vol. 5 No.7, (2022).342*

⁶³ Novan A. Wiyani, Isna Z. Afifah. "Information and Communication Technology Based Education Marketing Management", *Vol 12 No. 2, (2022). 187*

Konten edukatif yang relevan dapat menarik minat orang tua dan calon siswa terhadap program yang ditawarkan .⁶⁴

c. Partisipasi dalam Acara Pendidikan

Mengikuti pameran pendidikan dan acara seminar memungkinkan institusi memperkenalkan program mereka secara langsung kepada orang tua dan siswa potensial. Interaksi langsung dalam konteks ini dapat meningkatkan ketertarikan dan kepercayaan calon pengguna layanan pendidikan .⁶⁵

d. Promosi dari Mulut ke Mulut

Hubungan baik dengan alumni dan orang tua siswa yang ada dapat memastikan bahwa mereka merekomendasikan lembaga tersebut kepada orang lain. Testimoni positif dari alumni sering kali menjadi alat promosi yang sangat efektif .⁶⁶

e. Pengembangan Website Interaktif

Situs web yang informatif dan mudah digunakan memiliki peran penting dalam mempromosikan lembaga pendidikan. Fitur seperti pendaftaran online, informasi program, dan testimonial dapat menarik perhatian calon siswa.⁶⁷

f. Pengadaan Open House

Mengadakan open house atau kunjungan kampus memungkinkan calon siswa dan orang tua untuk mengeksplorasi suasana sekolah, bertemu

⁶⁴ Sarnoto, .”Strategi humas dan marketing pendidikan dasar pasca pandemi covid-19 di indonesia. *Andragogi*” *Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*. Vol 1 No 10. (2022). 103-110.

⁶⁵ Rasmani, U., Wahyuningsih, S., Nurjanah, N., Jumiati, J., Zuhro, N., Fitriani, G., AWinarji, B.”*Manajemen promosi lembaga paud di era revolusi industri 5.0.*” *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, vol 6 no. 6. (2022), 6443-6449.

⁶⁶ Gusdiandika, R. and Sinduwiatmo, K..” *Pengaruh promosi sekolah terhadap keputusan siswa dalam pemilihan smk sepuluh nopember sidoarjo*”. *Kanal Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 1 no. 1 (2016) 27.

⁶⁷ Indrianti, N. and Rizqullah, A. P”*enentuan strategi pengembangan website perguruan tinggi menggunakan quality function deployment*”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol 2 No.17. (2020.), 143.

dengan guru, dan melihat fasilitas yang ada. Acara ini dapat meningkatkan minat calon siswa secara signifikan.⁶⁸

g. Iklan dan Brosur

Penyebaran brosur dan iklan media cetak masih relevan dalam menarik perhatian calon siswa, terutama di komunitas lokal di mana lembaga tersebut beroperasi. Iklan yang mencolok dan informasi jelas mengenai program dapat mengundang minat lebih lanjut.⁶⁹

h. Promosi Melalui Komunitas

Keterlibatan dalam kegiatan komunitas dan kemitraan dengan organisasi lokal dapat meningkatkan eksposur lembaga pendidikan. Melalui program komunitas, lembaga dapat menunjukkan komitmen mereka dalam pengembangan masyarakat.⁷⁰

i. Pemberian Diskon atau Beasiswa

Menawarkan program beasiswa atau potongan biaya untuk siswa yang mendaftar dapat menjadi daya tarik yang kuat, memperluas akses pendidikan bagi lebih banyak siswa.

j. Penggunaan Teknologi dalam Promosi

Mengadaptasi teknologi terbaru, seperti penggunaan aplikasi mobile atau sistem manajemen pendidikan (SIMDIK), untuk memudahkan calon siswa mengakses informasi dan pendaftaran. Ini dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas promosi lembaga pendidikan.

Kesimpulannya, manajemen promosi dalam pendidikan merupakan kombinasi dari berbagai strategi yang bertujuan untuk menarik perhatian, membangun citra, dan memfasilitasi informasi mengenai lembaga pendidikan. Dengan memanfaatkan berbagai saluran dan metode promosi,

⁶⁸ Erwita, M., Rahmawati, V., Junaedi, M., & Wulani, F. "Peningkatan citra pada sekolah-sekolah yayasan pendidikan xyz di jawa timur" *Jurnal Abdimas Perbanas*, Vol 4 no 1. (2023)., 12-19.

⁶⁹ Ma'rufah, A. Strategi service quality sebagai media dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa pendidikan. *edukasia*, vol 4 no 1. (2023). 813-822.

⁷⁰ Patiung, D., Alwi, B., Magfira, P., Alfiah, N., Salsabila, R., & Alawiyah, T. (2019). "Strategi manajemen promosi dalam meningkatkan jumlah peserta didik pada satuan paud". *Nanaeke Indonesian Journal of Early Childhood Education*, vol 2 no 2. (2019).129.

lembaga pendidikan dapat meningkatkan jumlah pendaftar dan keberhasilan mereka di pasar pendidikan yang semakin kompetitif..

B. Rekrutmen Peserta Didik Baru

1. Pengertian Rekrutmen Peserta Didik Baru

a. Rekrutmen

Rekrutmen dalam konteks sumber daya manusia (SDM) memiliki definisi yang bervariasi, baik dari segi bahasa maupun istilah yang digunakan oleh para ahli. Secara bahasa, rekrutmen dapat dipahami sebagai proses untuk menarik dan mengumpulkan pelamar yang memenuhi kualifikasi untuk mengisi posisi yang kosong dalam sebuah organisasi. Dalam istilah lebih teknis, rekrutmen dipandang sebagai aktivitas sistematis untuk mencari, mengidentifikasi, dan mempengaruhi individu agar mau melamar pekerjaan di sebuah organisasi. Definisi ini menjelaskan tujuan utama rekrutmen, yaitu menyediakan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.⁷¹

Menurut Permana dan Taufik, rekrutmen adalah proses untuk menyediakan pelamar yang sesuai dengan kualifikasi yang diinginkan oleh organisasi. Mereka juga menjelaskan bahwa proses seleksi adalah tahap berikutnya yang bertujuan untuk memilih calon pegawai yang memenuhi persyaratan berdasarkan standar yang telah ditentukan, mencerminkan pentingnya penerapan prinsip sistem merit dalam rekrutmen. Dalam hal ini, Yansen menekankan bahwa rekrutmen dan seleksi yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan kinerja organisasi di sektor publik.⁷²

Berapa pandangan lain mengenai rekrutmen memberikan penekanan pada karakteristik dan tujuan strategis dari praktik ini. Misalnya, Gunawan menjelaskan bahwa rekrutmen berperan penting dalam memastikan pemerintah sipil dapat mengatasi tantangan yang dihadapi di era demokrasi,

⁷¹ Deniyati, N. (2017). "Manajemen rekrutmen peserta didik". *Jurnal Isema Islamic Educational Management*, . (2017) vol 2 no 2. Hlm 45

⁷² Yansen, A. "Implementasi kebijakan rekrutmen dan seleksi pegawai dalam meningkatkan kinerja organisasi pemerintah daerah". *JIMR* vol 2 no 5. (2024). 514-527.

menunjukkan pentingnya rekrutmen yang tidak hanya sekadar mengisi jabatan tetapi juga mendukung nilai-nilai demokrasi.⁷³ Sementara itu, Ulandari dan Trisninawati menegaskan bahwa rekrutmen adalah proses untuk menemukan kandidat terbaik yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, yang menunjukkan bahwa proses ini harus terencana dan sistematis.⁷⁴ Lebih jauh lagi, pengelolaan rekrutmen yang baik juga berperan krusial dalam menciptakan kualitas SDM yang diharapkan oleh organisasi. Dalam konteks pendidikan, Ping dan kolega menyoroti bahwa rekrutmen yang tepat adalah langkah awal untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas di lembaga pendidikan.⁷⁵ Penggunaan sistem merit dalam rekrutmen dan seleksi di sektor publik diungkapkan oleh Deniyati, yang menyatakan bahwa tujuan utama praktik rekrutmen adalah untuk memastikan bahwa kandidat yang diterima memenuhi syarat dan memahami tanggung jawab yang akan diemban.

Kesimpulannya, rekrutmen mengacu pada aktivitas menyeluruh yang tidak hanya mencakup aspek mencari kandidat, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan organisasi secara keseluruhan. Proses ini sangat penting untuk memastikan adanya kesinambungan antara kualifikasi yang dimiliki pelamar dengan kebutuhan yang ada di dalam organisasi, berlandaskan pada prinsip merit untuk hasil yang optimal.

b. Peserta didik baru

Peserta didik baru dapat didefinisikan sebagai individu yang baru saja diterima atau mendaftar untuk mengikuti pendidikan di suatu lembaga pendidikan, terutama yang berkaitan dengan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Dari segi bahasa, istilah "peserta didik" mencakup semua

⁷³ Gunawan, A. (2017). "Kontrol sipil atas militer dan kebijakan pertahanan di indonesia pasca orde baru." *Jurnal Politik*, vol 2 no 2. (2017). 197

⁷⁴ Ulandari, W. *Analisis efektivitas proses rekrutmen sebelum dan sesudah menggunakan siemen pada rsud siti fatimah az-zahra. Jmbi Unsrat Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*. Vol3 no 10. (2023).1973-1982.

⁷⁵ Ping, T., Warman, W., & Komariyah, L. (2022). Management of educator recruitment in improving the quality of education at samarinda catholic elementary school. *EduLine Journal of Education and Learning Innovation*, 2(3), 273-283.

individu yang terlibat dalam proses pembelajaran, mulai dari tahap awal masuk hingga proses pendidikan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa PPDB adalah langkah awal dalam membangun masa depan pendidikan setiap peserta didik dan sangat penting bagi institusi pendidikan dalam menyusun kurikulum dan program pembelajaran

Dari perspektif akademis, PPDB merupakan tahap yang sangat krusial baik bagi peserta didik baru maupun bagi institusi pendidikan sebagai langkah pertama dalam jalur pendidikan di sekolah. PPDB bukan hanya sekadar pendaftaran, tetapi juga mencerminkan bagaimana sistem pendidikan beradaptasi dengan perubahan sosial dan kebutuhan masyarakat. Metode PPDB harus disesuaikan dengan kondisi tertentu, termasuk saat pandemi Covid-19 ketika proses penerimaan dilakukan secara daring, yang menunjukkan bahwa peserta didik baru harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi

Selanjutnya, definisi peserta didik baru tidak hanya terbatas pada yang baru terdaftar, tetapi juga mencakup proses pembelajaran awal yang mereka alami di lingkungan sekolah yang baru. Pengembangan keterampilan berpikir kreatif dalam ajaran di sekolah dasar dapat mempengaruhi hasil belajar peserta didik baru, sehingga keterampilan yang mereka peroleh dapat membantu dalam menghadapi tantangan pendidikan di masa depan.⁷⁶

Kesimpulannya, peserta didik baru adalah individu yang baru terdaftar dalam lembaga pendidikan dan merupakan bagian penting dari sistem pendidikan yang sedang berlangsung. Proses penerimaan yang baik dan adaptasi terhadap metode yang kontekstual akan sangat memengaruhi keberhasilan mereka dalam pendidikan awal. Oleh karena itu, penting bagi pendidik dan institusi untuk memahami dan mengimplementasikan semua aspek ini untuk meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan.

2. Proses Rekrutmen Peserta Didik

⁷⁶ Widiyanti, A. and Sari, P. (2022). "Pengembangan lkpd berbasis keterampilan berpikir kreatif menggunakan maze chase-wordwall pada pembelajaran ipa kelas iv sd". Research and Development Journal of Education, vol 2 no 8.(2022). 617

Proses rekrutmen peserta didik baru di sekolah dasar meliputi beberapa tahap yang terstruktur dan sistematis, bertujuan untuk menyaring calon siswa yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh sekolah. Tahapan ini sering melibatkan pendaftaran, seleksi, dan pengumuman hasil penerimaan.

Pertama, tahap pendaftaran adalah langkah awal di mana orang tua atau calon siswa melakukan registrasi untuk diterima di sekolah yang dituju. Dalam beberapa kasus, proses pendaftaran masih dilakukan secara manual dan memerlukan kehadiran fisik di sekolah untuk mengisi formulir, mengumpulkan berkas, dan lainnya, yang dapat mengakibatkan lambatnya proses administrasi. Namun, dengan kemajuan teknologi, banyak sekolah kini mulai mengadopsi sistem pendaftaran online untuk efisiensi, terbukti mengurangi waktu dan kesulitan dalam proses pengolahan data.

Setelah pendaftaran, tahap berikutnya adalah seleksi, di mana calon siswa akan dinilai berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria ini mungkin mencakup prestasi akademik, hasil tes, atau wawancara, tergantung pada kebijakan masing-masing sekolah.⁷⁷ Metode seleksi dapat bervariasi, dari yang sederhana hingga yang lebih kompleks menggunakan sistem pendukung keputusan berbasis komputer, yang membantu panitia untuk menganalisis nilai-nilai kriteria yang ada.⁷⁸ Mengingat adanya variasi dalam kemampuan dan latar belakang calon siswa, penting bagi sekolah untuk menggunakan metode yang adil dalam proses seleksi ini untuk menghindari bias dan memastikan kualitas penerimaan siswa.⁷⁹

Selanjutnya, setelah proses seleksi berlangsung, pengumuman hasil seleksi menjadi tantangan tersendiri, karena harus dilakukan dengan transparansi dan kecepatan. Memang, dalam beberapa situasi, keterlambatan

⁷⁷ Siregar, M. and Nasution, K. "Implementasi metode simple multi attribute rating technique (smart) pada penerimaan peserta didik baru man sipagimbar kabupaten tapanuli Selatan". Hello World Jurnal Ilmu Komputer, vol 1 no 4 (2022). 166-181.

⁷⁸ Ardiyanto, D., Paramita, A., & Angeliawati, D. "Sistem pendukung keputusan seleksi siswa baru dengan metode saw pada smk pgri 36 jakarta". Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (Jrami) vol 1no 5. (2024) 140-147

⁷⁹ Zein, R. "Manajemen rekrutmen siswa baru mts kelas unggul muallimin bangkinang pada masa masa pandemi covid 1". Jurnal Islamika, vol 5 no 1. (2022). 54-64.

dalam pengumuman dapat menyebabkan kebingungan di kalangan calon siswa dan orang tua mereka.⁸⁰ Penggunaan sistem yang terkomputerisasi atau berbasis web juga memungkinkan pengumuman dilakukan secara real-time, yang jauh lebih efisien dibandingkan dengan metode manual yang mungkin menunda proses tersebut.⁸¹

Secara keseluruhan, rekrutmen peserta didik baru di sekolah dasar mencakup proses yang kompleks dengan berbagai tahap yang harus dikelola dengan baik untuk memastikan efisiensi dan efektivitas. Integrasi teknologi dalam pendaftaran dan pengolahan data menjadi semakin penting dalam konteks pendidikan masa kini untuk mewujudkan layanan pendidikan yang lebih baik dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

C. Penelitian Yang Relevan

Kajian pustaka sebagai perbandingan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya baik dari kelebihan maupun kekurangannya sebagai bahan pembanding. Peneliti juga dapat mencari informasi dari buku, jurnal, makalah, dan artikel untuk memperoleh informasi yang diketahui tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitiannya atau untuk memperoleh dasar pemikiran ilmiah. Tinjauan literatur dalam penelitian ini adalah:

1. Artikel yang dimuat pada jurnal manajemen pendidikan volume 12 nomor 3 tahun 2023 karya Farozi Ghufroon Abdullah Soedjono yang berjudul Manajemen Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Negeri 1 Kandeman Batang. Penelitian ini memiliki persamaan berupa pembahasan mengenai manajemen promosi dalam penerimaan peserta

⁸⁰ Muslihudin, M. and Imamudin, M. "Pengembangan aplikasi penerimaan siswa baru berbasis web mobile sma negeri 1 ulu belu". *Jatisi (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, vol.5 no.1. (2019). 194-206

⁸¹ Hidayat, T., Muttaqin, M., & Djamaludin, D." *Sistem informasi penerimaan peserta didik baru online berbasis website di yayasan pendidikan arya jaya sentika*". *Komputika Jurnal Sistem Komputer*, vol 9 no 1 (2020). 7-14.

didik. Perbedaan dari penelitian ini yaitu lokasi penelitian dalam manajemen promosi peserta didik baru, skripsi peneliti mengambil lokasi penelitian di Sekolah Dasar sedangkan Jurnal tersebut mengambil lokasi penelitian di Sekolah Menengah Kejuruan.

2. Skripsi dari Dwi Rahayu Utami yang berjudul "Strategi Promosi Dalam Merekrut Peserta Didik Baru di SMP Al-Huda Jatiagung Lampung Selatan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Skripsi tersebut memiliki persamaan berupa promosi dalam rekrutmen peserta didik baru. Adapun perbedaan skripsi tersebut membahas tentang strategi promosi kemudian lokasi penelitian di SMP Al-Huda Jatiagung Lampung Selatan. Sedangkan peneliti meneliti tentang manajemen promosi dengan lokasi SD Muuhammadiyah Cipete
3. Artikel yang dimuat pada jurnal intelektualita prodi MPI FTIK UIN Ar-raniry volumen 10 nomor 1 tahun 2021 karya Syafrudin yang berjudul Manajemen Rekrutmen Peserta didik di Dayah Modern Darul 'Ulum Banda Aceh. Penelitian ini memiliki persamaan dalam manajemen rekrutmen peserta didik. Perbedaan dari penelitian ini yaitu peneliti meneliti tentang manajemen promosi sedangkan jurnal tersebut hanya manajemen rekrutmen dan perbedaan lokasi penelitian jurnal tersebut meneliti di Dayah Modern Darul 'Ulum Banda Aceh sedangkan peneliti di SD Muhammadiyah Cipete.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif fenomenologi dimana pengumpulan data dijalankan secara langsung di lokasi penelitian. Pendekatan yang dimanfaatkan penggunaannya ialah pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dikenal sebagai metode yang relatif baru karena belum lama dimanfaatkan penggunaannya secara luas. Disebut juga sebagai pendekatan postpositivistik dikarenakan berakar pada pandangan filsafat postpositivisme. Lebih lanjut, metode ini sering dianggap bersifat artistik sebab prosesnya tidak selalu mengikuti pola yang kaku, serta disebut interpretatif karena hasil penelitiannya lebih menekankan pada pemaknaan dan penafsiran terhadap data yang ditemukan di lapangan.⁸² Penelitian ini sifatnya deskriptif kualitatif, yakni penelitian yang bermaksud guna menggali informasi atau data terkait kondisi suatu gejala sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung.

Berlandaskan pada rumusan masalah yang sudah ditetapkan, peneliti memilih pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan penggunaan metode fenomenologi. Metode ini dimanfaatkan guna memahami dan merepresentasikan suatu pengalaman atau peristiwa sebagaimana adanya, tepat seperti yang dirasakan atau dialami secara langsung oleh individu, tanpa menambahkan tafsiran atau menggeneralisasi dalam bentuk konsep yang abstrak.⁸³

Secara umum, pendekatan fenomenologi dimanfaatkan guna menggali dan merepresentasikan suatu fenomena. Oleh karenanya, pada penelitian ini peneliti menerapkan metode fenomenologi untuk menggali dan

⁸² Agus Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, Disertasi Ilmu Manajemen*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006) hlm 1

⁸³ Imalia Dewi Asih, *Fenomenologi Husserl : sebuah cara "Kembali ke fenomena"*, *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 9, no. 2, 2005, hlm 1.

merepresentasikan bagaimana strategi promosi dijalankan dalam proses rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete.

B. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

SD Muhammadiyah Cipete merupakan lembaga pendidikan formal Tingkat sekolah dasar dibawah Dinas Pendidikan dan Departemen Agama. Sekolah ini berbasis Pendidikan agama islam Tingkat dasar dibawah naungan ranting korganisasian Masyarakat Muhammadiyah. Terletak di Jalan Raya Jombor Desa Cipete RT 03 RW 03 Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Melihat letak strategi SD Muhammadiyah Cipete terletak di sebuah desa yang jauh dari perkotaan tetapi SD Muhammadiyah Cipete memiliki daya Tarik sehingga menarik perhatian warga sekitar hingga luar kecamatan untuk menyekolahkan putra putrinya di SD Muhammadiyah Cipete, sehingga menarik perhatian peneliti untuk meneliti hal yang menjadi daya Tarik.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada 27 Februari 2025 sampai dengan 28 April 2025

C. Subyek dan Objek Penelitian

1. Objek penelitian merujuk pada hal-hal yang menjadi fokus utama untuk diteliti. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian ialah manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru.
2. Subjek penelitian ialah individu atau pihak yang menjadi fokus utama dalam penelitian dan diharapkan dapat memberikan informasi terkait isu yang tengah diteliti, yang dalam hal ini disebut sebagai informan. Bersumber dari Lexy J. Moleong, informan ialah individu yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi terkait keadaan dan konteks penelitian.⁸⁴ Dalam buku Teknik Kilat Penyusunan Proposal Skripsi karya Umi Zulfa, subjek penelitian dijelaskan sebagai objek, individu, atau lokasi yang dapat

⁸⁴ Lexy.J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2016) hlm. 90.

memberikan data atau informasi terkait dengan topik penelitian.⁸⁵ Adapun yang menjadi subjek penelitian ini meliputi kepala sekolah, wakil kepala Kurikulum, dan Panitia penerimaan murid baru.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merujuk pada interaksi antara dua individu untuk saling berbagi informasi dan ide melalui sesi tanya jawab, yang memungkinkan pembentukan makna mengenai suatu topik tertentu.” Sementara itu, berlandaskan pada perspektif Margono, wawancara ialah metode pengumpulan data dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan secara lisan yang kemudian dijawab secara lisan pula.⁸⁶ Sedangkan berlandaskan pada perspektif Lexy J. Moleong wawancara ialah suatu bentuk percakapan yang memiliki tujuan tertentu. Dalam percakapan ini, terdapat dua pihak, yakni pewawancara yang memberikan pertanyaan, dan terwawancara yang menjawab pertanyaan tersebut.⁸⁷

Wawancara ialah metode pengumpulan data yang sering diterapkan dalam penelitian deskriptif kualitatif maupun kuantitatif. Proses wawancara dijalankan secara langsung, dengan percakapan tatap muka secara individu.

Wawancara merujuk pada metode untuk menggali informasi melalui percakapan yang dijalankan dengan maksud tertentu antara dua pihak atau lebih. Pewawancara (interviewer) ialah individu yang memberi pertanyaan, sementara yang diwawancarai (interviewee) berfungsi sebagai sumber informasi yang menjawab pertanyaan tersebut.

Wawancara ialah satu diantara metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada sumber informasi untuk menggali

⁸⁵ Umi Zulfa, *Teknik Kilat Penyusunan Proposal Skripsi*, (Cilacap:Ihya media,2014), hlm. 92.

⁸⁶ S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*(Jakarta:Rineka Cipta,2003) hlm. 165

⁸⁷ Lexy.J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2016) hlm. 93.

masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan penggunaan wawancara mendalam. Wawancara mendalam merujuk pada proses pengumpulan informasi untuk tujuan penelitian melalui sesi tanya jawab secara langsung antara pewawancara dan responden, baik dengan atau tanpa pedoman (guide) wawancara, dimana keduanya terlibat dalam interaksi sosial yang berlangsung cukup lama. Peneliti menerapkan wawancara langsung dan mendalam dengan format semi terstruktur, dimana pertanyaan yang diajukan bersifat umum.

Peneliti menjalankan wawancara dengan sejumlah informan yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan. Di antaranya ialah Bapak Rohman, kepala SD Muhammadiyah Cipete, kemudian dengan Ibu Apri sebagai panitia PPDB, serta Ibu Esti, Waka Kurikulum.

2. Observasi

Observasi (pengamatan) ialah teknik utama yang diterapkan dalam penelitian ilmiah. Ini melibatkan pengamatan dan pencatatan secara terstruktur terhadap sejumlah fenomena yang tengah diteliti. Tujuan observasi ialah guna merepresentasikan kondisi yang tengah diteliti, aktivitas yang berlangsung, individu-individu yang terlibat dalam kegiatan tersebut, serta interaksi antara kondisi, aktivitas, dan individu yang terlibat.⁸⁸ Observasi merujuk pada metode yang diterapkan oleh peneliti dengan cara mengamati dan mencatat perilaku atau objek yang menjadi fokus penelitian.

Dalam penerapan metode observasi ini, peneliti memanfaatkan penggunaan teknik observasi non-partisipan. Observasi non-partisipan merujuk pada teknik dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas yang dijalankan oleh informan. Dalam jenis observasi ini, pengamat tidak ikut berinteraksi dalam kehidupan individu yang diamati, melainkan berdiri terpisah sebagai pengamat. Dalam hal ini, peneliti berperan sebagai

⁸⁸ Bambang Setiyadi, *Metodologi Penelitian untuk Pengajaran Bahasa Asing*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2013) hlm.239

pengamat yang tidak terlibat aktif dalam setiap kegiatan yang dijalankan oleh informan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengunjungi langsung SDIT Muhammadiyah Cipete yang berada di Dukuh Jombor RT 03 RW 03, Desa Cipete, Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Lebih lanjut, peneliti juga menjalankan pengamatan terhadap media sosial yang dimiliki oleh sekolah, termasuk situs web (www.sdincipete.com) facebook ([sditmuhammadiyahcipete](https://www.facebook.com/sditmuhammadiyahcipete)) email (sditcip@yahoo.co.id) youtube (SD Muhammadiyah Cipete) dan Grup Whatsaap.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah satu diantara sumber informasi dalam penelitian kualitatif. Bila dikomparasikan dengan metode lainnya, dokumentasi memiliki sejumlah keunggulan. Data yang diperoleh cenderung bersifat objektif dan cukup mudah diakses. Tidak seperti teknik pengumpulan data lain yang bisa memengaruhi respon partisipan, dokumentasi bersifat non-reaktif, sehingga subjek tidak bisa menyembunyikan fakta atau informasi tertentu.

Dokumentasi bisa hadir dalam berbagai jenis, mulai dari yang bersifat sangat pribadi hingga yang cukup formal. Yang pribadi bisa berupa gambar, catatan harian, surat-surat pribadi, atau kisah yang diceritakan oleh orang lain. Sementara itu, yang bersifat formal mencakup data nilai akademik, rapor, hasil ujian akhir nasional, surat-surat resmi, maupun laporan hasil kegiatan.⁸⁹

Metode dokumentasi ialah cara untuk merekam berbagai peristiwa, baik melalui teks, visual, maupun hasil karya penting. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dihimpun oleh peneliti mencakup informasi umum tentang kondisi sekolah, seperti gambaran profil lembaga, data mengenai warga sekolah, serta foto atau gambar yang relevan dengan topik penelitian.

⁸⁹ Bambang Setiyadi, *Metodologi Penelitian untuk Pengajaran Bahasa Asing*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2013) hlm.249

E. Teknis Analisis Data

Analisis data merujuk pada tahapan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengolah dan menyusun informasi yang sudah dikumpulkan melalui wawancara, catatan lapangan, maupun dokumen. Proses ini dijalankan dengan cara mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori, mengurai menjadi bagian-bagian kecil, menyusun ulang menjadi pola tertentu, menyaring informasi yang dianggap penting untuk dikaji lebih dalam, dan menarik kesimpulan agar hasilnya dapat dimengerti oleh peneliti maupun orang lain.⁹⁰ Proses analisis data dijalankan seiring dengan tahapan pengumpulan informasi. Setiap data yang diperoleh oleh peneliti akan diolah melalui penggunaan pendekatan analisis deskriptif, yang bermaksud guna menyajikan gambaran secara terstruktur, nyata, serta tepat mengenai fakta-fakta yang sedang dikaji.

1 Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data ialah proses menyaring informasi dengan cara menyederhanakan, menyeleksi bagian-bagian yang esensial, menitikberatkan pada aspek-aspek penting, mengidentifikasi pola dan tema, serta mengabaikan hal-hal yang tidak relevan. Langkah ini membantu peneliti memperoleh gambaran yang lebih ringkas dan terarah, sehingga memudahkan dalam pengumpulan informasi lanjutan atau saat pencarian data dibutuhkan kembali. Proses ini juga dapat dibantu dengan alat elektronik seperti komputer, misalnya dengan memberi tanda atau kode pada bagian-bagian tertentu Data Display (Penyajian Data).

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya ialah mendisplay data. Dalam proses display data penyusun melakukan organisasi data, mengaitkan data satu dengan data lainnya. Melalui proses penyajian ini, informasi menjadi lebih terstruktur, membentuk pola keterkaitan, serta menghasilkan gambaran yang lebih nyata serta mudah dilihat. Tujuannya ialah guna memperjelas isi

⁹⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung :Alfabeta,2018)hlm 6.

informasi agar pembaca dapat memahaminya dengan lebih mudah. Penyajian data ini tidak hanya disampaikan dalam bentuk narasi, tetapi juga dapat divisualisasikan melalui grafik, tabel, maupun matriks⁹¹

2 Conclusion Drawing/ Verivication

Langkah ketiga dalam proses analisis data kualitatif bersumber dari Miles dan Huberman ialah penarikan kesimpulan dan pembuktian. Kesimpulan yang diambil pada awalnya bersifat tentatif, dan masih mungkin berubah apabila belum ditemukan dukungan bukti yang meyakinkan pada proses pengumpulan data selanjutnya. Namun, jika kesimpulan awal tersebut mendapat penguatan dari data yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sah serta bisa dipercaya.⁹²

Hal ini penulis manfaatkan untuk mengambil kesimpulan dari data yang sudah disajikan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga diperoleh kesimpulan dari penelitian terkait Manajemen Promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete

F. Teknik Uji Keabsahan Data

Pada penelitian ini uji keabsahan data yang dimanfaatkan penggunaannya meliputi 3 macam triangulasi diantaranya:

- a) Triangulasi sumber, sebagai dasar kredibilitas data yang dipergunakan
- b) Triangulasi teknik dengan melakukan pengecekan data pada sumber yang berbeda.
- c) Triangulasi waktu dengan melakukan pengambilan data berdasarkan waktu yang tepat sesuai dengan keadaan di lapangan

Mengenai Manajemen Promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete, peneliti akan menerapkan triangulasi sumber. Dengan

⁹¹ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung :Alfabeta,2018)hlm 338

⁹² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung :Alfabeta,2018)hlm 345

mengkomparasikan hasil observasi dan wawancara dengan hasil dari informan, serta membandingkan pada dokumen terkait. Proses triangulasi akan berlangsung secara berkelanjutan selama pengumpulan dan analisis data hingga peneliti memastikan konsistensi data yang diteliti.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) ialah proses krusial dalam sistem pendidikan yang bertujuan untuk menyeleksi dan menerima calon siswa ke dalam lembaga pendidikan formal, dalam hal ini, sekolah dasar. Kegiatan ini perlu dilaksanakan secara sistematis dan terencana untuk menjamin bahwasanya seluruh calon peserta didik memperoleh peluang yang sama dan bahwa proses seleksi berjalan secara adil dan transparan. Berikut adalah poin-poin kegiatan yang dilakukan dalam proses PPDB di sekolah dasar.

1. Perencanaan dan Persiapan

- a. Penetapan Jadwal: Penetapan jadwal penerimaan peserta didik mulai dari gelombang satu pada bulan Oktober.
- b. Sosialisasi: Menginformasikan kepada masyarakat mengenai jadwal, syarat, dan prosedur PPDB melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, pamflet, atau pengumuman di sekolah.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Rohman, S.Pt. selaku kepala SD Muhammadiyah Cipete, Rangkaian kegiatan penerimaan siswa baru dimulai dari perencanaan dimulai dengan penetapan jadwal dan rencana sosialisasi yang akan dilaksanakan.⁹³

2. Syarat dan Ketentuan Pendaftaran

- a. Dokumen yang Diperlukan: Calon siswa biasanya diharuskan untuk menyerahkan dokumen seperti formulir pendaftaran, akta kelahiran, kartu keluarga dan kartu bantuan sosial apabila memiliki.
- b. Menetapkan usia anak untuk masuk SD, di SD Muhammadiyah Cipete menerima usia mulai dari 6 Tahun keatas

⁹³ Wawancara dengan kepala sekolah bapak Rohman, S.Pt. 10 Maret 2025

3. Pendaftaran

- a. Proses Pendaftaran: Menyediakan metode pendaftaran yang dapat dilakukan secara daring (online) atau luring (offline) di lokasi yang ditentukan.

Menurut hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Apri selaku ketua panitia penerimaan murid baru, Untuk pendaftaran SD Muhammadiyah Cipete memberikan berbagai layanan seperti mengisi formulir online melalui google form dan bisa juga mengisi langsung pada lembar formulir yang diberikan, sehingga SD Muhammadiyah Cipete sangat mempermudah calon wali siswa untuk pendaftaran. Selain itu pendaftaran bisa melalui whatsapp dengan mengisi identitas anak.⁹⁴

- c. Pengisian Formulir Pendaftaran: Memastikan formulir pendaftaran diisi dengan lengkap dan benar oleh orang tua atau wali peserta didik.

4. Verifikasi dan Validasi Data

- a. Pemeriksaan Dokumen: Memastikan semua dokumen yang diserahkan oleh pendaftar sah dan memenuhi syarat yang telah ditetapkan sehingga memudahkan dalam pengadministrasian di SD Muhammadiyah Cipete
- b. Data Calon Siswa: Mencatat dan memvalidasi data calon peserta didik untuk keperluan administrasi dan pembagian kuota. Sehingga dapat terpantau selalu jumlah peserta didik yang mendaftar sehingga apabila sudah memenuhi kuota, pendaftaran sudah ditutup.

5. Orientasi Calon Siswa

- a. Kegiatan Orientasi :Mengadakan program orientasi bagi siswa baru dan orang tua untuk memperkenalkan lingkungan sekolah, budaya dan aktivitas yang ada di sekolah.

⁹⁴ Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyantri,S.Pd.
11 Maret 2025

- b. Pembekalan: Memberikan informasi tentang kurikulum, kegiatan ekstrakurikuler, serta harapan dan komitmen yang diharapkan dari siswa.

Seperti yang disampaikan oleh ibu Apri selaku Ketua Panitia bahwasanya, sebelum peserta didik baru masuk sekolah, panitia mengadakan ranoat perdana dengan wali murid baru untuk mengenalkan lebih jauh perihal kurikulum kegiatan dan lain lain, adapun untuk peserta didik baru panitia adakan tes sederhana dengan mengecek kemampuan masing-masing siswa guna untuk pemerataan pembagian kelas.⁹⁵

6. Pendaftaran Ulang dan Persiapan Tahun Ajaran
 - a. Pendaftaran Ulang: Mengarahkan orang tua untuk melakukan pendaftaran ulang sebagai konfirmasi kesiapan siswa untuk bergabung di sekolah.
 - b. Persiapan Awal: Menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk tahun ajaran baru, termasuk penyediaan buku ajar, perlengkapan sekolah, dan penjadwalan pembelajaran.
7. Evaluasi Proses PPDB
 - a. Evaluasi Internal: Setelah proses PPDB selesai, sekolah biasanya mengadakan evaluasi untuk menilai efektivitas dan efisiensi dari kegiatan PPDB yang dilaksanakan.
 - b. Pengambilan Masukan: Mengumpulkan masukan dari orang tua, siswa baru, dan staf pengajar untuk perbaikan di tahun berikutnya.

B. Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik di SD Muhammadiyah Cipete

Dalam pembahasan mengenai manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete, terdapat beberapa poin

⁹⁵ Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyanti, S.Pd. 11 Maret 2025

penting yang perlu dicermati berdasarkan literatur yang relevan mengenai strategi dan sistem penerimaan siswa baru.

Pertama, Pemanfaatan sistem informasi berbasis web dalam proses penerimaan peserta didik baru (PPDB) menjadi krusial dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi. Menurut Refani dan Azis, sistem informasi PPDB online dapat mengurangi kerumitan proses pendaftaran yang sebelumnya bersifat manual dan menuntut kehadiran fisik calon siswa dan orang tua di sekolah⁹⁶

Kedua, Analisis lokasi promosi juga berperan penting dalam menarik perhatian calon siswa. Studi oleh Wijayanto menekankan penggunaan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) untuk menentukan lokasi strategis pemasangan materi promosi, yang dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pendaftar. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi harus berbasis data dan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan yang relevan.

Ketiga, Keberlanjutan dalam manajemen peserta didik juga perlu diintegrasikan dalam proses rekrutmen. Kodarasi et al. menekankan pentingnya tidak hanya menarik siswa baru tetapi juga membina karakter dan disiplin mereka setelah diterima. Ini menunjukkan bahwa manajemen promosi harus diiringi dengan program-program pendidikan yang berhasil setelah siswa terdaftar, demi memastikan keberhasilan pendidikan mereka di sekolah.

Selain itu, evaluasi dan penyesuaian terus-menerus dari sistem PPDB sangat penting. Seperti yang ditemukan oleh Winarto et al., evaluasi terhadap sistem yang diterapkan dapat membantu mengidentifikasi kekurangan dan memperbaiki proses pendaftaran di masa depan.⁹⁷ Penelitian ini juga merekomendasikan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam sistem PPDB untuk memberikan rasa kepercayaan kepada orang tua calon siswa.

⁹⁶ Refani, K. and Azis, “Sistem informasi ppdb (penerimaan peserta didik baru) online berbasis website (studi kasus: sd kecamatan cilacap utara)”. IJCSR, 1(1), 25-43

⁹⁷ Winarto, H., Hamzah, S., & Ifani, N. (2022). Evaluation of the online new student admission program (ppdb) islamic education institutions at bengkulu city (case study of ppdb at mts negeri 1 bengkulu city in 2022). At Turots Jurnal Pendidikan Islam, 4(2), 230-245

Dengan demikian, manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete sebaiknya meliputi penerapan sistem informasi yang efisien, strategi lokasi promosi yang berbasis data, program pembinaan peserta didik pasca-rekrutmennya, serta evaluasi berkala untuk perbaikan sistem yang ada. Strategi-strategi tersebut dapat diharapkan meningkatkan kualitas dan kuantitas peserta didik yang terdaftar.

1. Perencanaan Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru Di SD Muhammadiyah Cipete

Langkah pertama dalam proses manajemen ialah menjalankan proses perencanaan. Perencanaan bisa dimaknai sebagai langkah awal dalam menentukan apa yang hendak dicapai, seperti apa cara mencapainya, tugas apa saja yang perlu dijalankan, serta siapa yang akan menjalankannya. Perencanaan sering pula digambarkan sebagai jembatan penghubung yang menjembatani kesenjangan antara kondisi saat ini dengan situasi yang diharapkan di waktu mendatang.

Lebih lanjut, Nanang Fatah juga memaparkan bahwasanya setiap proses perencanaan senantiasa melibatkan tiga kegiatan utama yang meskipun mempunyai perbedaan secara fungsi, tetap saling terikat dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain dalam pelaksanaannya. Ketiga kegiatan itu ialah (1) perumusan tujuan yang hendak dipenuhi capaiannya; (2) pemilihan program untuk memenuhi capaian tujuan tersebut; (3) identifikasi dan pengerahan sumber yang jumlahnya selalu terbatas.⁹⁸

Perencanaan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete dilaksanakan melalui forum rapat kerja sekolah. Perencanaan ialah tahap pertama dalam menetapkan tujuan yang hendak dipenuhi capaiannya beserta sejumlah langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Meskipun hasil dari sebuah perencanaan baru akan terlihat di waktu mendatang, namun untuk meminimalkan risiko yang mungkin timbul, perumusan rencana sangat diperlukan. Dalam konteks ini,

⁹⁸ Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 49.

kepala sekolah sebagai manajer pendidikan mengemban tanggung jawab untuk menyusun rencana tersebut. Seperti yang dinyatakan oleh bapak Rohman S.Pt selaku Kepala SD Muhammadiyah Cipete menyampaikan bahwa perencanaan mengenai manajemen promosi untuk rekrutmen peserta didik yang terlibat langsung yaitu kepala sekolah dan semua guru, kemudian dibentuk kepanitiaan dan program yang akan dilaksanakan.⁹⁹

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa program promosi yang direncanakan oleh pihak sekolah dirancang untuk mencapai pemenuhan misi sekolah. Perencanaan yang dilakukan untuk mencapai target dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete.

“Proses perencanaan ini dilakukan pada saat rapat persiapan rekrutmen peserta didik pada bulan Agustus dan dilakukan secara terstruktur dan terprogram sesuai dengan tugas pokok fungsi”¹⁰⁰

Berlandaskan pada hasil penelitian diketahui bahwasanya program yang direncanakan oleh pihak sekolah dirancang untuk mencapai tujuan sekolah yakni menciptakan generasi Rabbani yang unggul dalam prestasi, berakhlak mulia dan berbudi pekerti serta bertaqwa kepada Alloh SWT. Perencanaan manajemen promosi jangka menengah juga dilakukan oleh pihak sekolah untuk meningkatkan kualitas program yang sedang berjalan. Berikut ini merupakan perencanaan yang dipersiapkan menurut hasil wawancara oleh Bapak Rohman selaku kepala sekolah SD Muhammadiyah Cipete

a. Pembentukan panitia penerimaan siswa baru

Pembentukan panitia penerimaan siswa baru merupakan langkah strategis dalam upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas siswa di SD Muhammadiyah Cipete. Proses rekrutmen peserta didik baru sangat penting, karena menyangkut keberlanjutan proses pendidikan yang berkualitas serta pemenuhan visi dan misi sekolah. Dalam konteks ini, SD Muhammadiyah Cipete berkomitmen untuk melaksanakan rekrutmen

⁹⁹ Wawancara dengan kepala sekolah bapak Rohman,S.Pt. 10 Maret 2025

¹⁰⁰ Wawancara dengan kepala sekolah bapak Rohman,S.Pt. 10 Maret 2025

yang transparan, adil, dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Pembentukan panitia ini merujuk pada regulasi pendidikan yang berlaku, baik dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta peraturan internal yang ditetapkan oleh organisasi Muhammadiyah. Penting untuk meninjau dan mengacu kepada Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (Permendikbud) serta pedoman penerimaan siswa baru yang dikeluarkan oleh Majelis Dikdasmen Muhammadiyah. Tujuan dibentuknya kepanitiaan dalam rekrutmen peserta didik baru utamanya supaya program ini berjalan lebih efektif dan efisien. Adapun hal yang menjadi tugas wewenang dari panitia yaitu perencanaan dan persiapan, proses pelaksanaan sosialisasi atau promosi, evaluasi. Berikut susunan panitia dalam rekrutmen peserta didik di SD Muhammadiyah Cipete:

Tabel 4. 1 Struktur Kepanitiaan

Penanggung Jawab	:	Rohman,S.Pt.
Ketua Panitia	:	Sri Apri Jumiyati,S.Pd.
Sekretaris	:	Reshi Shinta Liana,S.Pd.
Bendahara	:	Warsiti Tati,S.Pd
Penanggung Jawab Sosialisasi	:	Arum Desi Setyawati,S.Pd. Azizah Rachmawati,S.Pd Monia Yossi Azzahra,S.Pd Doni Astuti,S.E,Gr. Afifah Ayu Burhana,S,Pd. Siti Ariyani,S.Pd. Retno Yuliasih,S.Pd Rizky Inawati
Penanggung Jawab Penerimaan Siswa	:	Kusito.S.Pd,Sd. Esti Dwi Pratiwi,S,Si,Gr Dewi Setiyani,S.Pd.

		Ravienska Agusti Adi Maria,S.Sos,Gr
Tim Kreatif	:	Wisnu Aji Prasetyo Wafi Felitta Sari,S.Pd. Destiningtyas Nur Alwi,S.Pd.
Penanggung jawab perlengkapan dan akomodasi	:	Aji Sutomo Yudiantoro Samingun Sulistiyono Rubangi

b. Program-program Promosi

a. Promosi digitalisasi

Promosi digital dalam konteks rekrutmen murid baru di sekolah menjadi semakin penting di era yang didominasi oleh teknologi informasi. Penggunaan platform digital tidak hanya memperluas jangkauan informasi mengenai sekolah, tetapi juga mempercepat proses sosialisasi dan rekrutmen murid baru. Dalam hal ini, strategi komunikasi digital terbukti efektif dalam menjangkau orang tua dan siswa baru dengan lebih tepat dan efisien. Salah satu aspek penting dari promosi digital adalah keberadaan media sosial yang telah menjadi alat utama dalam menyampaikan informasi. Penelitian menunjukkan bahwa institusi pendidikan tinggi telah beralih dari media tradisional ke platform media sosial dinamis untuk merekrut siswa, membangun hubungan, dan menciptakan citra positif di mata publik. Dalam konteks sekolah, hal serupa dapat diterapkan dengan memanfaatkan media sosial untuk berbagi informasi tentang program-program unggulan,

aktivitas ekstrakurikuler, dan testimoni dari siswa-siswa yang sudah bersekolah di sana.¹⁰¹ Di SD Muhammadiyah Cipete ini mempunyai beberapa platform sosial media sebagai salah satu bentuk sarana untuk promosi seperti Youtube, Facebook dan Instagram. Di era digital seperti sekarang ini, media sosial menjadi salah satu alat yang sangat penting dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Salah satu media sosial yang populer di Indonesia adalah Instagram. Instagram memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berbagi informasi dan gambar dengan orang lain.¹⁰² Seperti yang disampaikan oleh ibu Apri dalam wawancara terkait promosi, pengelolaan media sosial itu sudah cukup lama, sebagai bentuk dokumentasi segala kegiatan, baik perlombaan dan lain. Di era sekarang sosial media merupakan bentuk menarik perhatian Masyarakat untuk mengetahui adanya SD Muhammadiyah Cipete.¹⁰³

Dari yang disampaikan Bapak Rohman, sosial media atau metode digital ini bagian dari program promosi yang berpengaruh pada rekrutmen peserta didik.

b. Promosi tradisional

Promosi tradisional dalam konteks rekrutmen murid baru di sekolah menjadi hal yang penting untuk memastikan kelangsungan aktivitas pendidikan. Sekolah-sekolah perlu mengandalkan sejumlah strategi promosi yang dapat menarik perhatian calon siswa dan orang tua. Dalam penelitian terbaru, dijelaskan bahwa keterbatasan sumber

¹⁰¹ Hikmah, H., Dzakiah, D., Yanti, A., Haryanto, D., & Nurdin, N. *Education marketing strategy through social media at khalifah islamic elementary school palu, indonesia*. International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis. Volume 6 nomor 7.(2023). Hlm 34.

¹⁰² Ichwan H. Handriyanto., Novan A. Wiyani., *Manajemen Sosialisasi Kegiatan Pesantren Via Instagram di Pesantren Modern ZIIS Cilongok*. TADBIR :Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol. 2 Tahun 2023. Hlm 177

¹⁰³ Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyantri,S.Pd.
11 Maret 2025

daya manusia dan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial menjadi tantangan bagi banyak sekolah dalam meningkatkan visibilitas mereka. Oleh karena itu, promosi tradisional seperti spanduk dan brosur masih menjadi andalan utama untuk menyampaikan informasi bagi calon orang tua dan siswa.

Sebagai mana diungkapkan oleh ketua panitia penerimaan peserta didik baru, Ibu Sri Apri Jumiyanti, S.Pd., diawal pembentukan panitia, selaku yang ditugaskan menjadi ketua panitia mengusulkan program program sebagai bentuk promosi dalam rekrutmen peserta didik seperti pengadaan brosur, kegiatan sosialisasi ke TK yang dibungkus dengan kegiatan safari dongeng, pengenalan metode ummi, open house, dan lain sebagainya.¹⁰⁴

Di sisi lain, meskipun media sosial telah muncul sebagai kekuatan baru dalam pemasaran sekolah, masih terdapat kalangan yang menegaskan kebutuhan akan pendekatan promosi konvensional yang kaya pengalaman sebagai bagian integral dari strategi. Data menunjukkan bahwa banyak sekolah menengah kejuruan masih mengandalkan metode promosi konvensional untuk menghadapi tantangan yang berasal dari kemajuan teknologi

Hal ini menunjukkan bahwa promosi tradisional tetap memiliki tempat dan relevansi dalam konteks penerimaan siswa baru. Sementara tren beranjak ke arah digitalisasi, penting bagi lembaga pendidikan untuk tetap menggunakan pendekatan tradisional dalam kombinasi dengan teknik digital untuk mencapai tujuan rekrutmen mereka. Dengan pemahaman yang mendalam tentang cara mempromosikan sekolah secara efektif, diharapkan bahwa sekolah-sekolah akan dapat

¹⁰⁴ Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyanti, S.Pd.
11 Maret 2025

meningkatkan jumlah siswa baru dan pada akhirnya meningkatkan reputasi serta keberlangsungan lembaga pendidikan tersebut.

2. Pengorganisasian Manajemen Promosi dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete

Pengorganisasian merujuk pada proses penyusunan kelompok individu secara terstruktur yang akan bekerja sama untuk memenuhi capaian tujuan yang diinginkan. Fungsi pengorganisasian berperan dalam membagi tanggung jawab kepada setiap individu yang terlibat dalam kerjasama agar pelaksanaan pekerjaan lebih efisien. Bersumber dari Stoner, Freeman, dan Gilbert yang mengutip pendapat Ernest Dale, ada empat langkah dasar dalam proses pengorganisasian, meliputi:

- a. Pembagian pekerjaan, menguraikan seluruh tanggung jawab pekerjaan ke dalam bagian-bagian yang bisa dijalankan oleh perseorangan maupun tim secara nyaman dan logis guna menunjang tercapainya tujuan organisasi.
- b. Departementalisasi, pengelompokan tugas-tugas, karyawan, dan menggabungkan secara logis dan efisien.
- c. Hierarki organisasi, menetapkan rantai komando atau perintah berdasarkan hierarki organisasi.

Koordinasi, proses menyusun sistem kerja yang menyatukan berbagai aktivitas dari seluruh unit dalam organisasi menjadi satu kesatuan yang selaras, serta memantau sejauh mana integrasi tersebut berjalan dengan efisien. Dalam pelaksanaannya, perlu ditetapkan individu yang bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban yang telah dibagi¹⁰⁵

Pengorganisasian ialah fungsi kedua dalam manajemen, yang berfokus pada penataan serta penggabungan sumber daya manusia dalam suatu lembaga guna mencapai target yang telah ditentukan. Dalam proses ini didapati pembagian kerja dan penugasan yang bersifat khusus, dimana setiap bagian perlu memiliki pemahaman yang jelas terkait peran serta tanggung jawab yang harus dijalankan. Pada program promosi di SD Muhammadiyah

¹⁰⁵ Furtasan Ali dan Budi Ilham, *"Manajemen Pendidikan"*, (Depok: Rajawali Pers, 2021), Hlm. 43-44.

Cipete juga menerapkan fungsi pengorganisasian yakni dengan pembentukan panitia oleh kepala sekolah dan pembentukan tugas-tugas setiap guru dalam program promosi dalam rekrutmen peserta didik. Seperti yang dinyatakan oleh Kepala sekolah bapak rohman,S.Pt. sebagai berikut:

”Dalam susunan kepanitiaan semua sudah memiliki tugas masing-masing, baik tugas guru maupun karyawan dalam menyukseskan program promosi”¹⁰⁶

Pengorganisasian disini diartikan sebagai upaya untuk mengatur dan menyusun berbagai kegiatan agar berjalan dengan lancar dan terarah. Tujuannya adalah menciptakan suasana yang kondusif bagi pelaksanaan kegiatan dan memastikan kegiatan ini berjalan optimal. Selaras yang disampaikan oleh ketua panitia ibu apri sebagai berikut:

”Peran guru dalam program ini sangatlah penting, hal ini disesuaikan dengan kemampuan masing-masing guru, seperti salah satu guru mahir mendongeng, guru tersebut diberi tugas untuk safari dongeng”¹⁰⁷

Pembagian tugas tersebut diharapkan dapat menghasilkan kegiatan yang optimal dan memberikan manfaat bagi target promosi. Dari hasil wawancara, seluruh guru di SD Muhammadiyah Cipete telah menunjukkan peran aktif dalam pelaksanaan kegiatan promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete. Mereka tidak hanya memberikan kinerja yang baik, tetapi juga melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab. Adapun tugas kepanitiaan rekrutmen peserta didik baru sebagai berikut :

- a. Kepala sekolah sebagai menanggung jawab segala kegiatan yang ada di SD Muhammadiyah Cipete seperti program rutin rekrutmen peserta didik.
- b. Ketua panitia bertugas untuk merencanakan, menyusun dan melaksanakan kegiatan promosi dalam rekrutmen peserta didik serta mengkoordinasikan semua kegiatan terkait.

¹⁰⁶ Wawancara dengan kepala sekolah bapak Rohman,S.Pt. 10 Maret 2025

¹⁰⁷ Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyanti,S.Pd.

- c. Sekretaris bertugas untuk merencanakan, menyiapkan administrasi, menyusun proposal, dan membuat laporan terkait kegiatan yang diselenggarakan.
- d. Penanggung jawab sosialisasi bertugas untuk melaksanakan sosialisasi diluar sekolah dan kegiatan promosi lainnya.
- e. Tim kreatif bertugas untuk mendokumentasikan segala kegiatan dan dituangkan didalam sosial media sebagai sarana promosi
- f. Penganggung jawab perlengkapan dan akomodasi bertugas untuk menyiapkan segala kebutuhan dalam kegiatan dan menyiapkan akomodasi saat akan melaksanakan kegiatan.

Berdasarkan hasil wawancara, pengorganisasian kegiatan promosi dalam rekrutmen peserta didik di SD Muhammadiyah Cipete telah dirancang dengan sangat baik. Pembagian tugas yang jelas dan terstruktur di antara seluruh pihak yang terlibat telah menjadi kunci keberhasilan pelaksanaan program-program di sekolah. Struktur organisasi yang efektif ini memungkinkan setiap individu menjalankan perannya dengan optimal, sehingga tujuan kegiatan dapat tercapai dengan maksimal.

3. Pelaksanaan Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete

Setelah tahap perencanaan selesai dan menghasilkan susunan rencana kerja, langkah berikutnya ialah tahap pelaksanaan. Pelaksanaan pada dasarnya merujuk pada bentuk konkret dari rencana yang sudah dirancang sebelumnya. Fungsi dari tahap ini mencakup proses menjalankan rancangan tersebut melalui penerapan strategi, kebijakan, serta aktivitas yang tertata dengan baik, dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sarana yang tersedia untuk mewujudkan sasaran yang diinginkan.¹⁰⁸

Tahap pelaksanaan menjadi bagian yang paling krusial dan harus dijalankan, sebab seluruh fungsi manajerial yang telah dirancang sebelumnya seperti penyusunan rencana dan pengaturan sumber daya tidak

¹⁰⁸ Hidayat A. dan Machali I., *Pengelolaan Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010), hlm. 27.

akan berarti tanpa adanya tindakan nyata. Pada tahap inilah efektivitas dari perencanaan yang telah dibuat akan terlihat, yang nantinya bisa diukur melalui proses evaluasi. Oleh karenanya, pelaksanaan suatu kegiatan harus mengikuti alur dan ketentuan yang sudah dirumuskan dalam perencanaan, agar kegiatan dapat berjalan lancar dan potensi hambatan bisa diminimalisir.

Seperti yang dinyatakan oleh kepala sekolah bapak Rohman sebagai berikut:

”Dalam pelaksanaannya, program ini tidak lepas dari peran kepala sekolah, panitia dan guru serta karyawan untuk bekerja sama dan berkesinambungan dalam pelaksanaan manajemen dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete”¹⁰⁹

Bentuk-bentuk promosi yang dilaksanakan dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete sebagai berikut

a. Promosi melalui sosial media

Promosi sekolah di media sosial adalah kegiatan pemasaran atau publikasi yang dilakukan oleh sekolah melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan lainnya, dengan tujuan untuk membangun citra positif, menarik minat calon siswa dan orang tua, serta meningkatkan jumlah pendaftar. Promosi di sosial media merupakan bagian penting di era digital seperti sekarang karena jangkauan lebih luas, biaya lebih terjangkau dan mudah diakses oleh siapapun.

Seperti yang disampaikan oleh kepala sekolah Bapak Rohman menyampaikan dalam wawancara

”Kami melakukan promosi berbasis digitalisasi seperti youtube, Instagram, facebook dan whatsapp. Semua kami gunakan sebagai sarana informasi supaya khalayak umum mengetahui dan menarik perhatian masyarakat”¹¹⁰

SD Muhammadiyah Cipete mempunyai beberapa platform sosial media seperti berikut:

¹⁰⁹ Wawancara dengan kepala sekolah bapak rohman, S.Pt. 10 Maret 2025.

¹¹⁰ Wawancara Bersama kepala sekolah, Bapak Rohman, S.Pt. 10 Maret 2025

1.) Youtube

Penggunaan youtube di SD Muhammadiyah Cipete ini cukup aktif terlihat dengan banyaknya video yang diunggah. Youtube dengan nama '*SD Muhammadiyah Cipete*' sudah mempunyai 8,66 ribu subscriber dan 1,9 ribu video yang sudah diunggah. Youtube yang bergabung ada 3 mei 2022 ini menarik banyak perhatian karena segala kegiatan mulai dari kegiatan belajar mengajar siswa, kegiatan lomba-lomba, kegiatan guru, dan kajian-kajian yang disampaikan oleh murid dan guru. Hal ini menjadi daya tarik sendiri karena tidak sekedar di upload di youtube tetapi video juga di share di grup wali siswa kelas 1- kelas 6 supaya di unggah juga oleh wali murid dengan tujuan semua dapat melihat unggahan youtube dari SD Muhammadiyah Cipete

2.) Instagram

SD Muhammadiyah Cipete juga mempunyai sosial media berupa Instagram dengan nama "*sdmuci_official*" dengan pengikut sejumlah 468 pengikut dan 606 postingan. Di dalamnya terdapat berbagai postingan atau dokumentasi tentang kegiatan siswa dan kegiatan guru.

3.) WhatsApp

Aplikasi ini juga digunakan sebagai sarana promosi di SD Muhammadiyah Cipete, melalui grup whatsapp segala kegiatan juga di infokan kepada wali murid. Selain itu, penggunaan status whatsapp juga cukup masif baik oleh guru maupun wali murid.

b. Penyebaran brosur

Sarana penyebaran informasi berupa selebaran cetak yang memuat keterangan mengenai profil sekolah, program pembelajaran, sarana pendukung, serta kegiatan ekstrakurikuler yang tersedia. Brosur ini biasanya digunakan untuk menarik calon siswa baru atau untuk memberikan informasi kepada orang tua dan masyarakat sekitar. SD Muhammadiyah Cipete juga menggunakan bentuk promosi dengan

penyebaran brosur yang didalamnya terdapat tentang informasi tentang visi, misi SD Muhammadiyah Cipete, kemudian didalam brosur mencantumkan kejuaran yang diraih oleh siswa, fasilitas yang ada di sekolah, tenaga pendidik, dokumentasi kegiatan dan informasi lengkap terkait pendaftaran siswa baru. Kemudian brosur dibagikan pada saat guru melaksanakan sosialisasi ke taman kanak-kanak.

c. Kunjungan ke sekolah (*Roadshow*)

Kunjungan ke sekolah dalam konteks "*roadshow*" biasanya merupakan kegiatan promosi atau informasi yang dilakukan di berbagai sekolah, dengan tujuan memperkenalkan produk, layanan, atau program tertentu. Kunjungan ini seringkali melibatkan perjalanan ke beberapa sekolah untuk menjangkau lebih banyak siswa dan masyarakat. Kegiatan ini merupakan program baru yang diselenggarakan SD Muhammadiyah Cipete sebagai salah satu bentuk promosi dalam rekrutmen peserta didik.

Seperti yang dikatakan oleh ketua panitia, bu apri dalam wawancara terkait program baru

"kunjungan ke sekolah TK merupakan program yang baru diselenggarakan tahun ini, dan cukup efektif karena dari kami bertemu langsung dengan anak-anak dan wali siswa yang ada di TK"¹¹¹

Kegiatan ini tidak hanya berisi sosialisasi saja tetapi ada pengenalan dari siswa berprestasi, kemudian safari mendongeng untuk menarik minat adik-adik TK dan pengenalan metode ummi. Selain itu juga terdapat penyampaian terkait kegiatan, pembelajaran yang diselenggarakan SD Muhammadiyah Cipete. Sehingga promosi ini cukup menarik minat orang tua untuk mendaftarkan anaknya di SD Muhammadiyah Cipete.

Terkait inovasi dalam promosi kunjungan ke sekolah disampaikan oleh waka kurikulum ibu esti

¹¹¹ Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyantri, S.Pd.
11 Maret 2025

”Tentang pembelajaran kami sampaikan kepada wali siswa dalam sosialisasi kurikulum yang digunakan di SD Muhammadiyah Cipete sehingga wali siswa lebih mantap untuk menyekolahkan putra putrinya di SD Muhammadiyah Cipete”¹¹²

d. Sosial Kemasyarakatan

Kegiatan ini dilakukan rutin setiap bulan ramadhan sebagai bentuk kepedulian SD Muhammadiyah Cipete kepada masyarakat sekitar dan wali murid dengan membagikan paket ramadhan kepada warga dan wali murid. hal ini menarik minat masyarakat dengan program yang tidak hanya terfokus pada *internal* tetapi juga ada program *eksternal*. Selain pembagian paket ramadhan ada juga program bakti sosial yang dilaksanakan oleh guru beserta murid dengan melakukan kegiatan bersih-bersih di beberapa titik masjid mushola di sekitar sekolah dan memberikan alat kebersihan. Selain itu SD Muhammadiyah Cipete juga memberikan pelayanan berupa penggunaan fasilitas SD untuk kegiatan TK ataupun kegiatan organisasi.

e. Promosi mulut ke mulut

Promosi sekolah dari mulut ke mulut (Word of Mouth Marketing/WOM) adalah teknik promosi yang sangat efektif karena mengandalkan kepercayaan dan rekomendasi pribadi dari siswa, orang tua, dan alumni kepada orang lain. Strategi ini membantu membangun reputasi sekolah secara positif dan meningkatkan jumlah siswa yang tertarik untuk mendaftar.

Kemudian cara mengoptimalkan promosi mulut ke mulut sekolah harus memperhatikan hal-hal berikut:

1.) Memprioritaskan kualitas layanan

SD Muhammadiyah Cipete selalalu mengusahakan pelayanan yang terbaik untuk siswa dan wali murid sehingga menjadi rekam jejak yang baik

¹¹² Wawancara dengan waka kurikulum ibu esti dwi pratiwi . 10 Maret 2025

2.) Menciptakan pengalaman yang terkesan

Dengan melaksanakan kegiatan yang menarik untuk siswa, sehingga para siswa, wali murid dan alumni bisa menjadi promotor dengan pengalaman-pengalaman yang dialami

3.) Memanfaatkan alumni

Seringkali mengadakan kegiatan seperti kemah pandu hzbul wathan, perkemahan jum'at sabtu dan kegiatan malam bina imandan taqwa. SD Muhammadiyah Cipete mengikutsertakan alumni sebagai narasumber kegiatan. Sehingga hal tersebut memberikan daya tarik.

Berdasarkan hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa manajemen promosi di SD Muhammadiyah Cipete telah berhasil menerapkan dan konsisten melaksanakan program, dapat disimpulkan bahwa SD Muhammadiyah Cipete telah berhasil mengimplementasikan program program secara konsisten sehingga mencapai target pemenuhan peserta didik di bulan maret sudah mencari 75 persen dari jumlah rombel. Dalam hal ini merupakan keberhasilan dari manajemen promosi yang dilaksanakan dengan baik.

Dalam pelaksanaan manajemen promosi pastinya ada faktor pendukung maupun faktor penghambat, yang mana akan memengaruhi keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Adapun faktor pendukung dan penghambat berlandaskan pada wawancara yang sudah peneliti jalankan ialah sebagai berikut:

1.) Faktor pendukung pelaksanaan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete

a) Citra dan reputasi sekolah

Kualitas lulusan SD Muhammadiyah Cipete memberikan *output* yang siap melanjutkan ke jenjang berikutnya dengan membawa prestasi baik akademik maupun non akademik dengan demikian SD Muhammadiyah Cipete juga mendapatkan *income*

b) Strategi promosi yang efektif

Seperti adanya sosial media yang selalu aktif merupakan faktor pendukung dalam keberhasilan rekrutmen peserta didik kemudian testimoni wali murid dari mulut ke mulut.

c) Kualitas layanan pendidikan

Didalamnya terdapat kurikulum unggulan yang relevan seperti pendidikan karakter, pendidikan agama dan pendidikan umum.

d) Inovasi program unggulan

Seperti program tilawah Al-Qur'an, program tahfidz dan program ekstrakurikuler lainnya yang mendorong bakat siswa.

e) Kemudahan pendaftaran

SD Muhammadiyah Cipete melayani berbagai pendaftaran seperti pendaftaran melalui link maupun mendaftar langsung di sekolah, semua layanan yang responsive.

f) Kemitraan dan jejaring

Komunikasi dan hubungan yang baik dengan TK/PAUD setempat juga mendorong keberhasilan dari manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik.

1) Faktor penghambat pelaksanaan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete

a) Kurangnya sumber daya manusia dalam kegiatan

Salah satu faktor penghambat dalam proses pelaksanaan manajemen promosi yaitu kurangnya sumber daya manusia. Seperti yang dikatakan oleh kepala sekolah bapak Rohman, S.Pt

”faktor penghambatnya kurang SDM karena tim sosialisasi itu dari guru, untuk waktu permintaan dari TK pagi tetapi guru memiliki waktu luang siang”¹¹³

Dari penjelasan diatas bahwasannya di SD Muhammadiyah Cipete belum ada tenaga tersendiri di bidang manajemen promosi

¹¹³ Wawancara kepala sekolah bapak rohman, S.Pt. 11 maret 2025

sehingga tugas guru selain memegang kelas juga ada tugas untuk sosialisasi ke TK

b) Faktor pembiayaan

Faktor pembiayaan menjadi salah satu penghambat juga, karena untuk melaksanakan kegiatan perlu berbagai biaya seperti pembelian buah tangan untuk lembaga yang dikunjungi, pembelian *reward* untuk anak-anak TK

4. Evaluasi Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik di SD Muhammadiyah Cipete

Evaluasi merupakan tahapan penutup dalam siklus fungsi manajemen. Langkah ini dijalankan guna menilai apakah pelaksanaan suatu program sudah selaras dengan rencana yang sudah disusun sebelumnya, serta untuk mengidentifikasi hambatan atau permasalahan yang muncul selama proses berlangsung. Temuan dari tahap ini akan menjadi dasar dalam merumuskan solusi guna mengurangi potensi kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan.

Handoko menjelaskan bahwasanya proses dalam kegiatan evaluasi mencakup beberapa langkah, yakni menetapkan tolok ukur pelaksanaan (rencana awal), menentukan metode evaluasi atas aktivitas yang dilakukan, melakukan pengukuran terhadap kegiatan nyata di lapangan, membandingkan hasil pelaksanaan dengan standar yang sudah ditentukan serta menganalisis adanya penyimpangan atau ketidaksesuaian, dan jika diperlukan, melakukan tindakan perbaikan. Agar sistem pengawasan berjalan secara optimal, maka perlu memenuhi sejumlah kriteria tertentu. Berbagai kriteria utama ialah bahwa sistem seharusnya 1) mengawasi kegiatan-kegiatan yang benar, 2) tepat waktu, 3) dengan biaya yang efektif, 4) tepat akurat, dan 5) dapat diterima oleh yang bersangkutan. Semakin dipenuhinya berbagai kriteria tersebut semakin efektif sistem pengawasan¹¹⁴

¹¹⁴ Handoko, T. Hani., *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 2012), Edisi 2. hlm. 363.

Pengawasan atau evaluasi merupakan proses sistematis untuk menilai seberapa jauh suatu program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Evaluasi program manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete sebagaimana yang disampaikan Bapak Rohman,S.Pt. selaku kepala sekolah sebagai berikut:

“Evaluasi yang dilakukan oleh kepala sekolah biasanya dilakukan tapi minggunya pada rapat panitia, Tiap minggu ada laporan progres pendaftar dan untuk mengevaluasi diukur dengan jumlah pendaftar yang sudah mencapai 75 persen sehingga program ini termasuk berhasil”¹¹⁵

Proses evaluasi program manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete dilakukan dengan cara menentukan tujuan yang ingin dicapai, mengumpulkan data melalui observasi yang dijalankan oleh kepala sekolah untuk mengetahui sejauh mana tujuan tersebut tercapai. Hasil evaluasi kemudian diinterpretasikan untuk mengambil tindakan lanjut, seperti perbaikan program jika ditemukan kelemahan dalam pelaksanaan, , hasil evaluasi perlu disosialisasikan kepada seluruh komponen sekolah agar semua pihak mengetahui keberhasilan dan kekurangan program, serta upaya perbaikan yang akan dilakukan. Dengan melakukan evaluasi secara berkala, diharapkan kualitas program manajemen promosi dapat terus ditingkatkan.

Berdasarkan hasil wawancara, evaluasi manajemen promosi di SD Muhammadiyah Cipete telah dilaksanakan secara berkala oleh Kepala Sekolah. Bentuk evaluasinya sangat beragam, mulai dari observasi langsung terhadap program yang dijalankan saat pelaksanaan sosialisasi, hingga pemantauan proses pendaftaran peserta didik. Evaluasi tersebut mencakup seluruh komponen, baik kepala sekolah maupun guru.

Tahap evaluasi terhadap pelaksanaan manajemen promosi di SD Muhammadiyah Cipete dilakukan oleh kepala sekolah, panitia dan guru.. Evaluasi kegiatan dijalankan dengan metode diskusi antara kepala sekolah

¹¹⁵ wawancara Bersama kepala sekolah, Bapak Rohman,S.Pt. 10 Maret 2025

serta guru dan pengawasan selalu dilakukan ketika program selesai dilaksanakan.

Evaluasi manajemen promosi di SD Muhammadiyah Cipete tergolong cukup optimal, terlihat dari cara mereka mengelola serta mengembangkan strategi promosi dengan terus melakukan berbagai penyempurnaan. Hal tersebut terbukti melalui hasil penelitian yang dijalankan melalui teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi. Kepala sekolah beserta guru sudah dikategorikan baik dikarenakan faktor pelaksanaan sudah mempunyai perencanaan yang terstruktur, dan evaluasi yang optimal.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berlandaskan pada hasil penelitian terkait manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete, dengan mengumpulkan data dari beragam sumber, lalu peneliti menjalankan penyajian data dan analisis data tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Proses perencanaan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru melibatkan kerjasama antara Kepala sekolah, waka kurikulum, panitia serta guru dan karyawan. Rencana yang dibuat meliputi penugasan guru, keterlibatan peserta didik, penggunaan sarana dan prasarana, dana, serta program yang akan dilaksanakan.
- 2 Dalam pengorganisasian manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah Cipete. Kepala sekolah bersama dengan panitia serta guru dan karyawan menjalankan perannya secara efisien. Kepala sekolah mendistribusikan tanggung jawab kepada para pendidik yang memiliki kompetensi sesuai bidangnya, guna menjamin bahwa setiap bagian dari program ditangani oleh pihak yang memiliki keahlian yang tepat.
- 3 Pelaksanaan kegiatan manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah mencakup berbagai program seperti promosi digitalisasi melalui youtube, instagram, facebook, grup whatsapp dan promosi tradisional seperti pembagian brosur, kunjungan ke sekolah, open house, promosi mulut ke mulut.
- 4 Evaluasi atas manajemen promosi dalam rekrutmen peserta didik baru di SD Muhammadiyah dijalankan secara rutin untuk memantau progres pendaftar di setiap minggu nya. Kepala sekolah bertanggungjawab bersama dengan panitia bertugas mengamati dan memastikan kegiatan berjalan dengan baik. Kegiatan pengawasan ini penting agar para guru dapat mengidentifikasi aspek-aspek yang memerlukan peningkatan atau

perubahan, yang kemudian dapat dibahas dan ditindak lanjuti dalam rapat evaluasi.

B. Keterbatasan Penulis

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, namun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menjadi rujukan untuk dikembangkan lebih lanjut di masa mendatang. Peneliti menyadari bahwasanya didapati sejumlah keterbatasan, baik dalam proses penulisan maupun saat mengumpulkan data. Beberapa keterbatasan tersebut ialah:

1. Terbatasnya waktu. Durasi pelaksanaan penelitian sangat singkat, sehingga proses pengumpulan data difokuskan hanya pada aspek-aspek yang relevan dengan kebutuhan penelitian.
2. Keterbatasan dalam kapasitas keilmuan. Peneliti menyadari masih memiliki kekurangan dalam penguasaan teori dan praktik penulisan karya ilmiah. Meski begitu, segala upaya sudah dijalankan secara maksimal dengan berpedoman pada arahan dan bimbingan dari dosen pembimbing.
3. Kurangnya efektivitas dalam penjadwalan wawancara, mengingat narasumber memiliki tanggung jawab dan kesibukan masing-masing.

C. Saran

Dalam hal ini penulis menyampaikan sejumlah saran sebagai berikut :

1. Kepala sekolah diharapkan mampu menjaga semangat dan terus bisa memotivasi seluruh warga sekolah untuk menjadi lebih baik
2. Mempertahankan dan meningkatkan prestasi yang diraih
3. Para guru untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan keprofesionalannya karena guru dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif untuk menciptakan pembelajaran yang efektif.

D. Kata Penutup

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. atas Rahmat dan Karunia yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Selama penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan baik dalam pengetahuan maupun

pengalaman, serta keterampilan peneliti dalam mengerjakan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran serta anjuran yang dapat menyempurnakan skripsi ini. Demikian hasil penelitian ini saya sampaikan, mudah mudahan dapat bermanfaat untuk lembaga pendidikan yang membutuhkan dan memberikan sumbangan pemikiran agar lembaga terkait lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.



DAFTAR PUSTAKA

- Alcaraz, K., Vereen, R., & Burnham, “Use of telephone and digital channels to engage socioeconomically disadvantaged adults in health disparities research within a social service setting: cross-sectional study”. *Journal of Medical Internet Research*, Vol 22 No 4 Tahun 2020
- Amin. (2024). Pemetaan Demografi Data Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Business Intelligence. *Jurnal Teknik Informatika Aceh*, Vol 9, No 1, 2024, Hlm 11-16., 9(1), 11-16.
- Apriliani & Rachman. “Pengaruh Struktur Organisasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen”. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Dan SAINS*, Vol 1, No 2, tahun 2022
- Ardiyanto. “Sistem pendukung keputusan seleksi siswa baru dengan metode saw pada smk PGRI 36 Jakarta”. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (Jrami)* vol. 1 no 5 tahun 2024
- Chotimah Dkk. “Sistem Informasi Manajemen Dalam Kompetisi Bisnis Lembaga Pendidikan Islam”. *Journal Of Education Research*, Vol 4, No 3 tahun 2023.
- Deniyati. ”Manajemen rekrutmen peserta didik.” *Jurnal Isema Islamic Educational Management*. Vol 2 No 2 tahun 2017.
- Erwita Dkk. “Peningkatan Citra Pada Sekolah-Sekolah Yayasan Pendidikan Xyz Di Jawa Timur”. *Jurnal Abdimas Perbanas*, Vol 4, No 1, tahun 2023
- Fajarani. ”Manajemen Sarana Dan Prasarana Dalam Meningkatkan Proses Pembelajaran Dalam Pendidikan Islam”. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol 2 No 7 tahun 2021
- Farhanah & Almais. “Manajemen Perangkat Lunak Aplikasi Sistem Informasi Berbasis Android”. *Jurnal ilmu komputer dan sistem informasi (jikomsi)*. Vol 5, No 2 tahun 2022.

- Fattah, Nanang. *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012).
- Fatria & Christantyawati. “Pergeseran Merek Smartphone Di Indonesia Dalam Perspektif Postmodernisme”. *Jurnal Studi Komunikasi*, Vol 2, No 2 tahun 2018.
- Fauziah.” Manajemen Strategi Pemasaran Pasca Covid-19 Di Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini”. *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. Vol 7 No 4 tahun 2023.
- Gunawan.”Kontrol sipil atas militer dan kebijakan pertahanan di indonesia pasca orde baru”.. *Jurnal Politik*. Vol 2 No 2 tahun 2017
- Gusdiandika. “Pengaruh promosi sekolah terhadap keputusan siswa dalam pemilihan smk sepuluh nopember sidoarjo”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 1 no. 1 tahun 2016
- Handayani Dkk,. “Upaya Pengembangan Umkm Melalui Pengelolaan Manajemen Pada Umkm Konveksi Mutiara, Jamu”. *Jurnal Abdi Masyarakat Umus*,Vol 1 No 2 tahun 2021
- Hanifah & Rindaningsih.” HUMAN RESOURCE MANAGEMENT: ANALYSIS OF TEACHER RECRUITMENT STRATEGIES. “*Journal,Ultidisciplinary*,Vol 1,No 2, tahun 2024
- Hidayat. “Sistem informasi penerimaan peserta didik baru online berbasis website di yayasan pendidikan arya jaya sentika”. *Jurnal Sistem Komputer*, Vol 9 No 1 tahun 2021
- Hikmah. H., Dzakiah, D., Yanti, A., Haryanto, D., & Nurdin, N. “Education marketing strategy through social media at khalifah islamic elementary school palu, indonesia.” *Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*. Vol 6 No 7 tahun 2023

- Ichwan H. Handriyanto., Novan A. Wiyani., “*Manajemen Sosialisasi Kegiatan Pesantren Via Instagram di Pesantren Modern ZIIS Cilongok*”. *TADBIR :Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol. 2 Tahun 2023.
- Imalia Dewi Asih. ”Kembali ke fenomena”. *Jurnal Keperawatan Indonesia* Vol9, no. 2 tahun 2005’
- Indrianti & Rizqullah. “Penentuan Strategi Pengembangan Website Perguruan Tinggi Menggunakan Quality Function Deployment”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 17, No 2 tahun 2020.
- Karaköse, T., Polat, H., & Papadakis, S.” Examining teachers’ perspectives on school principals’ digital leadership roles and technology capabilities during the covid-19 pandemic.” *Sustainability*, Vol 13 No 23 tahun 2021
- Karoso Dkk. “The Role Of Human Resource Management Strategy In Creating Superior Quality Educators”. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol 9, No 3 tahun 2024.
- Kornelius. ”Manajemen Pengetahuan Tenaga Kesehatan Di Rumah Sakit Umum Daerah”. *Journal*, Vol 5, No 1 tahun 2022.
- Lexy.J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2016) hlm. 93
- Muslihudin. “Pengembangan aplikasi penerimaan siswa baru berbasis web mobile sma negeri 1 ulu belu”. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi* .vol.5 no.1. tahun 2019.
- Najiha & Munastiwi.”Strategi Manajemen Pemasaran Lembaga Sekolah Dalam Menarik Peserta Didik Baru Di Tk/Kb Tahfidz Qolbun Salim”. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Vol 4, No 5 tahun 2022.
- Nurhidayati. “Deskripsi Marketing MiJasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah Kutoarjo”. *Jurnal Pendidikan Surya Edukasi (Jpse)*. Vol 6, No 2, tahun 2022.

- Novan wiyani, "manajemen humas di sekolah (Yogyakarta:penerbit gava media,2019)
- Novan A. Wiyani, Isna Z. Afifah. "Information and Communication Technology Based Education Marketing Management". *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* Vol 12 No. 2, Tahun 2022.
- Patiung. "Strategi manajemen promosi dalam meningkatkan jumlah peserta didik pada satuan paud". *Journal of Early Childhood Education*. vol 2 no 2. Tahun 2019
- Ping. T., Warman, W., & Komariyah, L. "Management of educator recruitment in improving the quality of education at samarinda catholic elementary school. Eduline". *Journal of Education and Learning Innovation* Vol 2 No 3 tahun 2023
- Prayudi & Yulistria. "Penggunaan Matriks Swot Dan Metode Qspm Pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus Pada Umkm Gosimplifywedding Sukabumi". *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi Dan Entrepreneurship*. Vol 9, No 2 tahun 2020.
- Purwanti Dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di Lembaga Pendidikan Tpa Masjid Ash Shaff Bintaro". *Journal Of Education Humaniora And Social Sciences (Jehss)*, Vol 4, No 1 tahun 2021.
- Puspita. "Rancang Bangun Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Website Dengan Metode Spiral. Paradigma". *Jurnal Komputer Dan Informatika*. Vol 23, No 1 tahun 2021
- Rasmani Dkk. "Manajemen Promosi Lembaga Paud Di Era Revolusi Industri 5.0." *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*. Vol 6, No 6 tahun 2022.
- Risdianti."Manajemen Rekrutmen Peserta Didik". *Jurnal Isema Islamic Educational Management*, Vol 2, No 2 tahun 2017.

- S. Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*(Jakarta:Rineka Cipta,2003) hlm. 165
- Saadly. "Penerapan Promosi Mulut Ke Mulut Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Ppmi Assalaam Sukoharjo". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, Vol 5, No 1 tahun 2022.
- Sabaruddin dkk. "Pelaksanaan promosi jabatan berdasarkan merit system di kabupaten kolaka dan kendari provinsi sulawesi tenggara', Public Inspiration". *Jurnal Administrasi Publik*, vol 6, no 2 tahun 2021
- Sabilulhaq Dkk. "Implementasi Fungsi Manajemen Perencanaan Dan Pengorganisasian Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah". *Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol 1, No 7 tahun 2021.
- Sarnoto. "Strategi Humas Dan Marketing Pendidikan Dasar Pasca Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Diklat Teknis Pendidikan Dan Keagamaan*, Vol 10, No 1 tahun 2022.
- Shala, A. and Sopi, X. "Communication channels consumption across awareness building, information search and school choice - perspectives from the vet sector in kosovo". *Review of Applied Socio-Economic Research*, Vol 23 No 1 tahun 2022
- Siregar. "Implementasi metode simple multi attribute rating technique (smart) pada penerimaan peserta didik baru man sipagimbar kabupaten tapanuli Selatan". *Jurnal Ilmu Komputer*, Vol 4 No.1 Tahun 2021.
- Sondari Dan Anwar. "Manajemen Pendidikan Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an". *Jurnal Manajemen Kependidikan Dan Keislaman*, Vol 11, No 2 tahun 2022.
- Song, B., Lee, K., Liew, C., & Subramaniam, M. "The role of social media engagement in building relationship quality and brand performance in higher education marketing". *International Journal of Educational Management*, Vol 37 No 2 tahun 2023

Suiroh. "Implementasi Algoritma K-Means Pada Pengelompokan Data Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smkn 1 Balongan". *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, Vol 8, No 1 tahun 2024

Sutrimo Purnomo,"*Marketing Mix Berbasis Partisipasi Masyarakat dalam Menjaga Keberlangsungan Lembaga Pendidikan Al-Qur'an di TPQ Baitul Jannah dan TPQ Baiturrohim Purwokerto*" (Purwokerto:UIN Prof KH Saifuddin Zuhri Purwokerto,2025)

Syaifullah. "Relevansi Manajemen Kesiswaan Guna Menopang Kelembagaan Pendidikan Islam". *Jurnal Pendidikan Indonesia*, Vol 2, No 8 tahun 2021.

Titi Kurniati., Novan A. Wiyani., "Pembelajaran Berbasis *Information and Communication Technology* pada Era Revolusi Industri 4.0". *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol 6 No. 1, tahun 2021.

Ulandari. W. "Analisis efektivitas proses rekrutmen sebelum dan sesudah menggunakan siemen pada rsud siti fatimah az-zahra. Jmbi Unsrat". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*. Vol 3 No tahun 2023.

Wahyuningtiyas Dkk. "Pentingnya Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Src Gurda Kencana (Studi Kasus Pada Umkm)". *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol 6, No 1 tahun 2021.

Wakila. "Konsep Dan Fungsi Manajemen Pendidikan". *Jurnal Ilmiah Social Teknik*, Vol 3, No 1 tahun 2021,.

Wawancara dengan kepala sekolah bapak Rohman,S.Pt. (2025).. -.

Wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru ibu Sri Apri Jumiyaniti,S.Pd. (2025)..

Wawancara dengan waka kurikulum ibu esti dwi pratiwi,S.Si,Gr.(2025)

Widianti. "Pengembangan lkpd berbasis keterampilan berpikir kreatif menggunakan maze chase-wordwall pada pembelajaran ipa kelas iv sd". *Journal of Education*, vol 2 no 8. tahun2022.

Windasari. "Strategi Seleksi Dan Rekrutmen Tenaga Pendidik Dan Kependidikan Yang Efektif Di Sma Muhammadiyah 8 Gresik.", Vol11 No. 2

Yuliana. "Implementasi Teknologi Virtual Dalam Visualisasi Pengenalan Kampus Menggunakan Webvr". *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, Vol 5, No 2, tahun 2022.

Zein." Manajemen rekrutmen siswa baru mts kelas unggul muallimin bangkinang pada masa masa pandemi covid 1". *Jurnal Islamika*, vol 5 no 1 tahun 2022.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

lampiran 1 Instrumen Wawancara Kepala Sekolah

INSTRUMEN WAWANCARA KEPALA SEKOLAH

Narasumber :Kepala SD Muhammadiyah Cipete
 Nama :Rohman,S.Pt.
 Hari/Tanggal :Senin, 10 Maret 2025
 Tempat :Ruang Kepala Sekolah

P	Apakah di SD Muhammadiyah Cipete menggunakan promosi dalam rekrutmen peserta didik?
I	Betul. Kami ,menggunakan berbagai macam promosi yang pertama pastinya untuk menarik perhatian masyarakat
P	Langkah awal apa yang dilakukan untuk memulai promosi ?
I	Rekrutmen peserta didik itu kan program rutin setiap tahun, untuk langkah awal kita rapat bersama seluruh guru
P	Dalam rapat tersebut apa saja yang menjadi pokok bahasan?
I	Pertama, pembentukan panitia, kemudian perencanaan programnya akan seperti apa
P	Setelah adanya panitia apakah dilakukan rapat kembali?
I	Betul, setelah panitia terbentuk ada rapat lanjutan untuk program
P	Program apa saja yang direncanakan untuk promosi ?
I	Tentu ada banyak program yang diusulkan panitia maupun guru, pada saat rapat kami tentukan mana yang paling efektif dan tentu efisien
P	Apa saja strateginya yang digunakan?
I	Salah satunya kita melakukan pendekatan ke TK TK sekitar, hal ini sebagai salah satu strategi
P	Media apa saja yang digunakan untuk promosi?
I	Untuk media kita menggunakan media digital dan tradisional

P	Bagaimana sekolah menentukan media yang paling efektif?
I	Tentunya dengan mempertimbangkan program, apakah programnya itu mengena, lalu dari segi pendanaan juga lalu dari SDM
P	Apakah ada model promosi yang diinovasi?
I	Untuk tahun ini kami mengadakan roadshow atau mendatangi sekolah sekolah TK dengan membawa kegiatan seperti mendongeng atau mengaji dengan pengenalan metode umi, program ini baru dilaksanakan di tahun ini
P	Apakah ada kegiatan promosi khusus misalnya open house?
I	Untuk open house tahun lalu kita mengadakan lomba antar TK kemudai program khusus lainnya seperti kunjungan sekolah
P	Apakah sekolah melibatkan siswa dalam promosi?
I	Kami melibatkan murid murid berprestasi untuk ikut serta ketika sedang ada kunjungan ke luar dan diikutsertakan juga ketika sedang pembuatan konten untuk platform media sosial
P	Apakah promosi ini berdampak pada jumlah pendaftar?
I	Sangat berdampak, minat pendaftar meningkat setelah kami melaksanakan roadshow karena kami beertemu langsung dengan orang tua siswa

lampiran 2 Instrumen Wawancara Waka Kurikulum

INSTRUMEN WAWANCARA WAKA KURIKULUM

Narasumber :Kepala SD Muhammadiyah Cipete
 Nama :Esti Dwi Pratiwi, S.Si.Gr.
 Hari/Tanggal :Senin, 10 Maret 2025
 Tempat :ruang kelas 1B

P	apa faktor lain yang mempengaruhi jumlah pendaftar selain promosi?
I	Faktor lain yang mempengaruhi itu riview dari alumni contoh dulu kakaknya sekolah disini sekarag adiknya atau saudaranya
P	Siapa target audiens dalam promosi?
I	Pertama tentu wali murid TK, kemudian masyarakat sekitar
P	Apa hal-hal yang menjadi daya Tarik utama sekolah?
I	Salah satu daya tarik yang berpengaruh itu prestasi siswa dan pembelajaran yang tidak hanya belajar ilmu umum tapi kami memberikan pendidikan karakter dan keagamaan yang lebih eksklusif
P	Apakah ada program unggulan yang menjadi fokus promosi?
I	Semua program dilaksanakan artinya semua menjadi fokus promosi yang terpenting pelaksanaannya baik dan terstruktur
P	Apakah ada pesaing yang memiliki program serupa?
I	Tentu beberapa ada yang belajar darri kami untuk gimana sih caranya biar dapat murid banyak, kami share program programnya. Walaupun ada beberapa sekolah yang meniru program kan kami punya dapur masing-masing hasil olahannya rasanya beda beda walaupun bahannya sama
P	Bagaimana cara membedakan diri dari pesaing?
I	Caranya lebih aktif lagi di sosmed kemudian pendekatan ke masyarakat lebih di masifkan

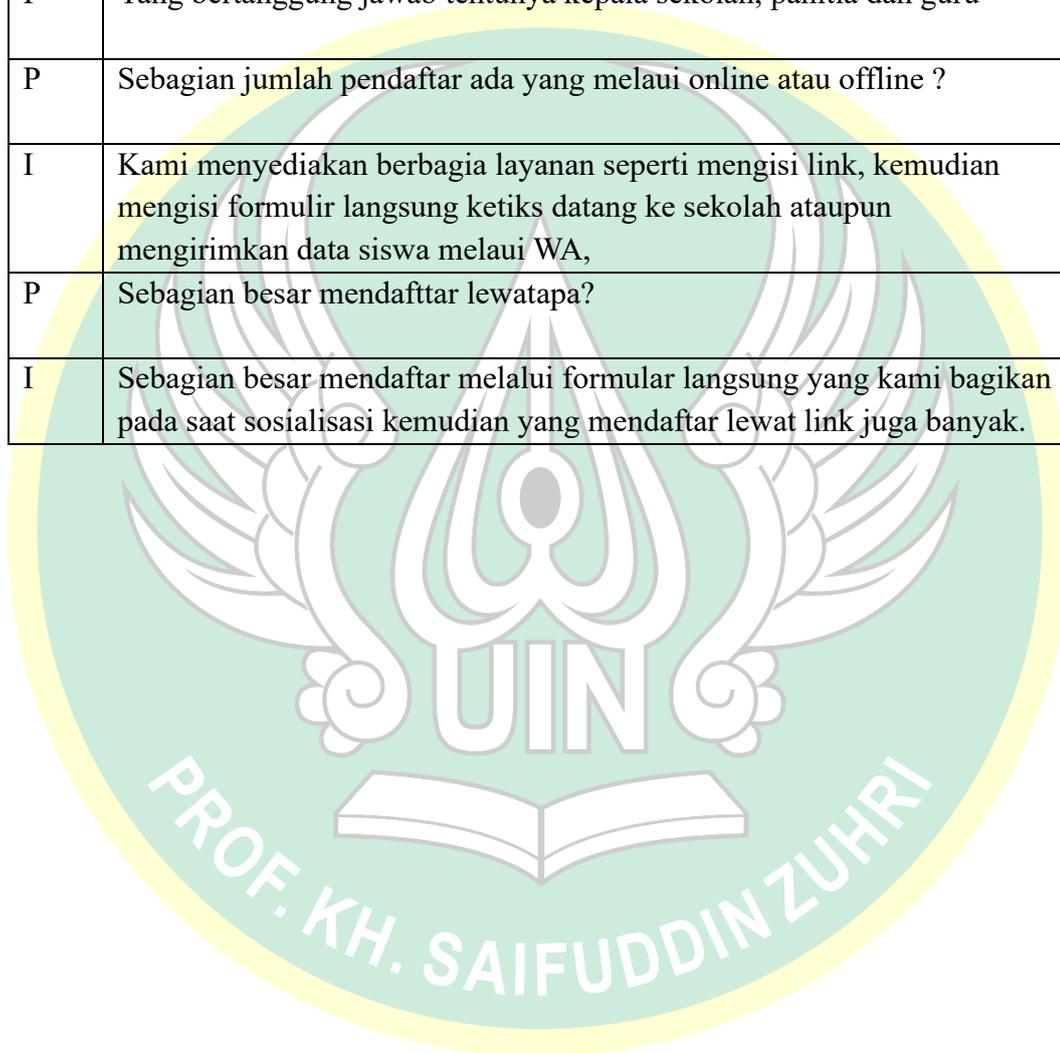
lampiran 3 Instrumen Wawancara Panitia PPDB

INSTRUMEN WAWANCARA PANITIA PPDB

Narasumber :Kepala SD Muhammadiyah Cipete
 Nama :Sri Apri Jumiyan, S.Pd.
 Hari/Tanggal :Selasa, 11 Maret 2025
 Tempat :Gazebo Halaman SD Muhammadiyah Cipete

P	Sebagai ketua panitia PPDB apa langkah awal yang dilakukan ?
I	Langkah awal yaitu menyusun program kemudian kami ajukan ke bapak kepala, untuk ditelaah apakah program tersebut baik untuk dilaksanakan
P	Bagaimana pembagian tugas antar panitia?
I	Untuk pembagian tugas semua guru memiliki tugas masing-masing seperti tugas sosialisasi, tugas penerima siswa baru, ataupun media kreatif
P	Program apa saja yang diselenggarakan?
I	Programnya pertama itu kunjungan ke sekolah dengan mendongeng biasanya ditugaskan ke bu arum kemudian bu tati
P	Apa saja kelebihan dari promosi yang dilakukan?
I	Untuk kelebihannya kita bisa bertemu langsung dengan wali murid, bisa silaturahmi langsung kemudian memberikan ketertarikan kepada murid TK dengan kita datang untuk mendongeng kemudian ngaji bareng
P	Kemudian apa saja kekurangan atau hambatan dari promosi?
I	Hambatannya seperti ada permintaan dari pihak TK untuk mengisi sosialisasi atau dimintai kegiatan untuk mendongeng di waktu waktu pagi kami dari guru seringkali bentrok dengan jam mengajar disekolah karena dari kami belum ada SDM khusus untuk sosialisasi Kemudian hambatan lain seperti anggaran karena setiap kali keluar pasti membutuhkan biaya
P	Berapa anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan sosialisasi?
I	Untuk anggaran masing masing sosialisasi berbeda karena kadang ada yang Cuma bagi brosur dan ada juga yang mempersiapkan doorprize dan buah tangan untuk TK

P	Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan promosi?
I	Semua terlibat, guru karyawan dan siswa. Biasanya kita membawa siswa untuk ikut sosialisasi kemudian untuk transportasi kami melibatkan drivers
P	Siapa yang bertanggung jawab untuk rangkaian kegiatan?
I	Yang bertanggung jawab tentunya kepala sekolah, panitia dan guru
P	Sebagian jumlah pendaftar ada yang melalui online atau offline ?
I	Kami menyediakan berbagai layanan seperti mengisi link, kemudian mengisi formulir langsung ketiks datang ke sekolah ataupun mengirimkan data siswa melalui WA,
P	Sebagian besar mendaftarkan lewat apa?
I	Sebagian besar mendaftarkan melalui formulir langsung yang kami bagikan pada saat sosialisasi kemudian yang mendaftarkan lewat link juga banyak.



lampiran 4 Instrumen Observasi dan Dokumentasi

Instrumen Observasi:

1. Identitas Observasi

- a. Lembaga yang diamati : SD Muhammadiyah Cipete
- b. Tanggal : 13 Januari-28 April 2025

2. Aspek yang diamati:

- a. Mengamati kondisi dan lingkungan SD Muhammadiyah Cipete
- b. Mengamati kegiatan pelaksanaan rekrutmen peserta didik baru SD Muhammadiyah Cipete.

B. Instrumen Dokumentasi:

1. Identitas Observasi

- a. Lembaga yang diamati : SD Muhammadiyah Cipete
- b. Tanggal : 13 Januari-28 April 2025

2. Aspek yang diamati :

- a. Mengumpulkan data-data terkait pengorganisasian kegiatan promosi dalam rekrutmen peserta didik di SD Muhammadiyah Cipete
- b. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan kegiatan promosi dalam rekrutmen peserta didik di SD Muhammadiyah Cipete.

lampiran 5 Dokumentasi Wawancara



Gambar 1 wawancara dengan kepala sekolah



Gambar 2 wawancara dengan waka kurikulum



Gambar 3 wawancara dengan ketua panitia penerimaan siswa baru



PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI

lampiran 6 Dokumentasi Melakukan Observasi



Gambar 4 pelaksanaan sosialisasi atau kunjungan ke sekolah



Gambar 5 pelaksanaan kegiatan mendongeng



Gambar 6 Pembagian brosur

0217088

FORMULIR PENDAFTARAN
TAHUN PELAJARAN 2024/2025

A. KETERANGAN ANAK

1. Nama Lengkap Anak	AIKO FIDELIA ENERASIA
2. Nama panggilan	AIKO
3. Tempat Tanggal Lahir	BANJUMAS - 11 NOVEMBER 2018
4. Jenis Kelamin	PEREMPUAN *
5. Agama	SATU
6. Anak nomor	SATU
7. Jumlah Saudara Kandung	-
B. Keadaan Jasmani	
a. Berat Badan	17 KG
b. Tinggi Badan	116 CM
c. Golongan darah	-
d. Penyakit yang pernah diderita	-
9. Alamat dan Nomor Telepon / HP	RT 01 RW 02 Desa PAGERATI, KEC. CILONGOK Telpon 088 217 577 23 CILONGOK - N. 07 722/02
10. Bertempat tinggal pada	-
11. Jarak Tempat tinggal ke sekolah	-

B. KETERANGAN ORANG TUA / WALI SISWA

1. Nama Orang Tua Kandung	FAJAR IRI RAMOLDI
a. Nama	SOEMATI
b. Pendidikan Terakhir	SMP
a. Ayah	SMK
b. Ibu	MUSLIM
c. Pekerjaan	KARYAWAN SWASTA
a. Ayah	30 TAHUN
b. Ibu	28 TAHUN
d. Usia	

C. PERKEMBANGAN SISWA

1. Pendidikan Sebelumnya	Rumah-Tangga / Jaman Kanak - kanak / SD
a. Asal Siswa	TK DEWIWI CILONGOK
b. Nama TK	JALAN PERIWI RT 02 RW 01
c. Alamat TK	
d. Tanggal dan Nomor Surat Keterangan	

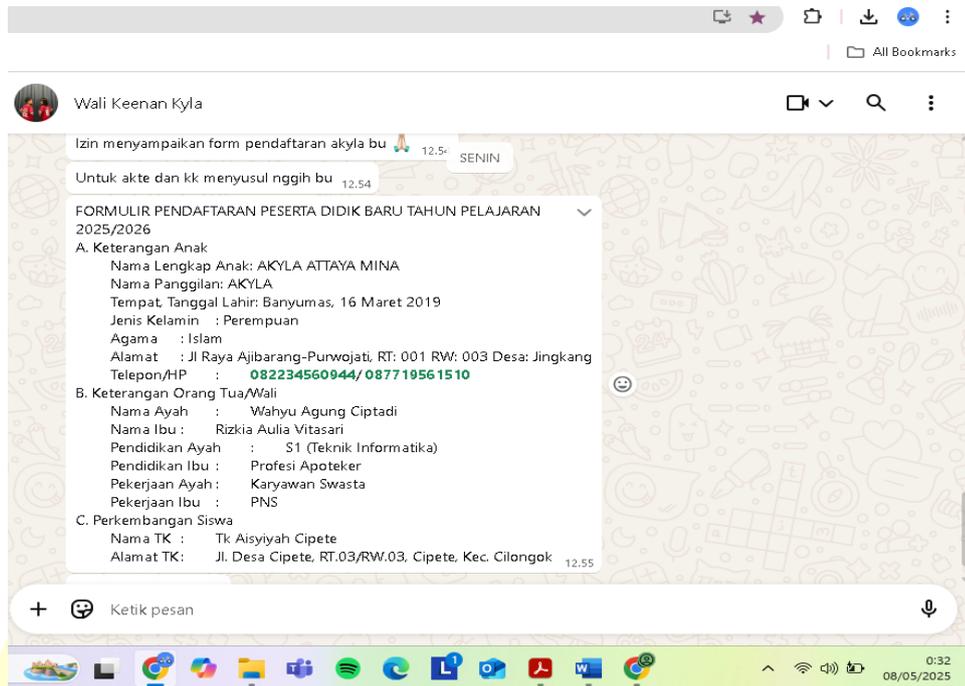
Cipete, 06 JANUARI 2025
Orang Tua / Wali
[Signature]
EDIMAH

Keterangan Lampiran

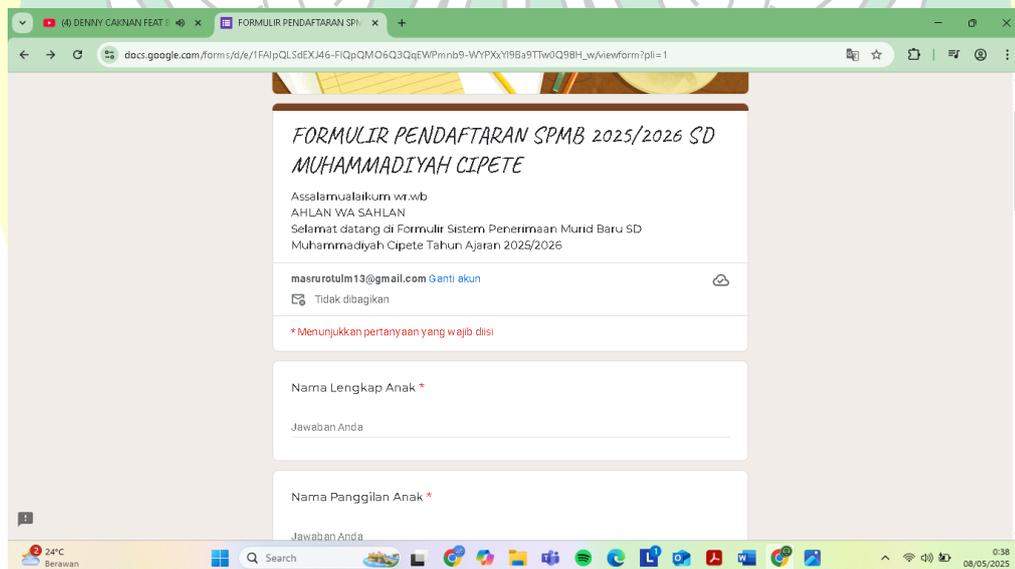
1. Foto Copy Akte Kelahiran
2. Foto Copy Kartu keluarga
3. Foto Copy Kartu Penjamin Sosial
4. Foto Copy Ijazah TK/PAUD jika *

* coret yang tidak perlu

Gambar 7 formulir pendaftaran



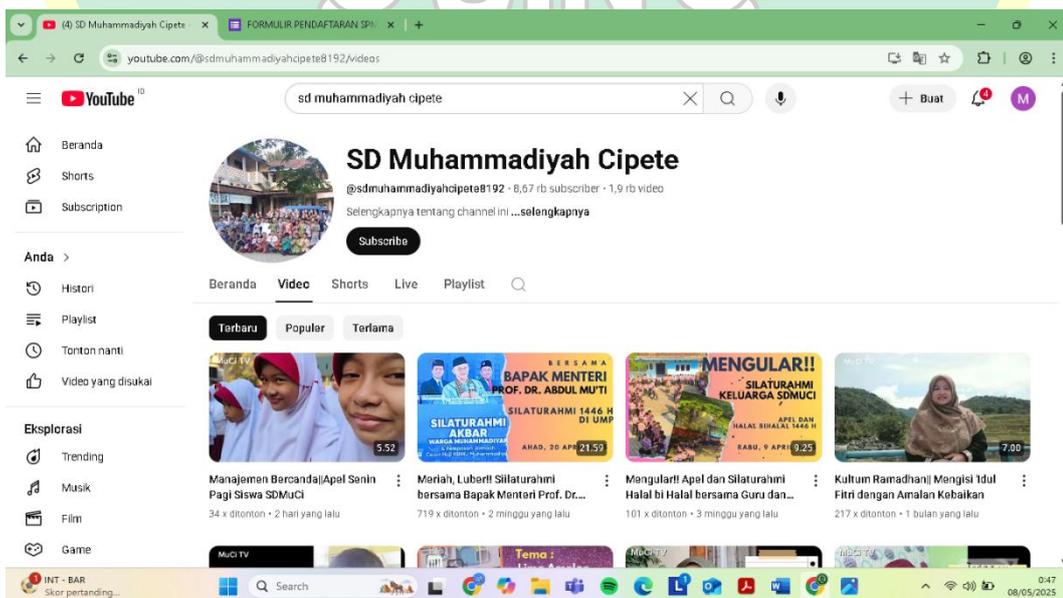
Gambar 8 pendaftaran online melalui whatsapp



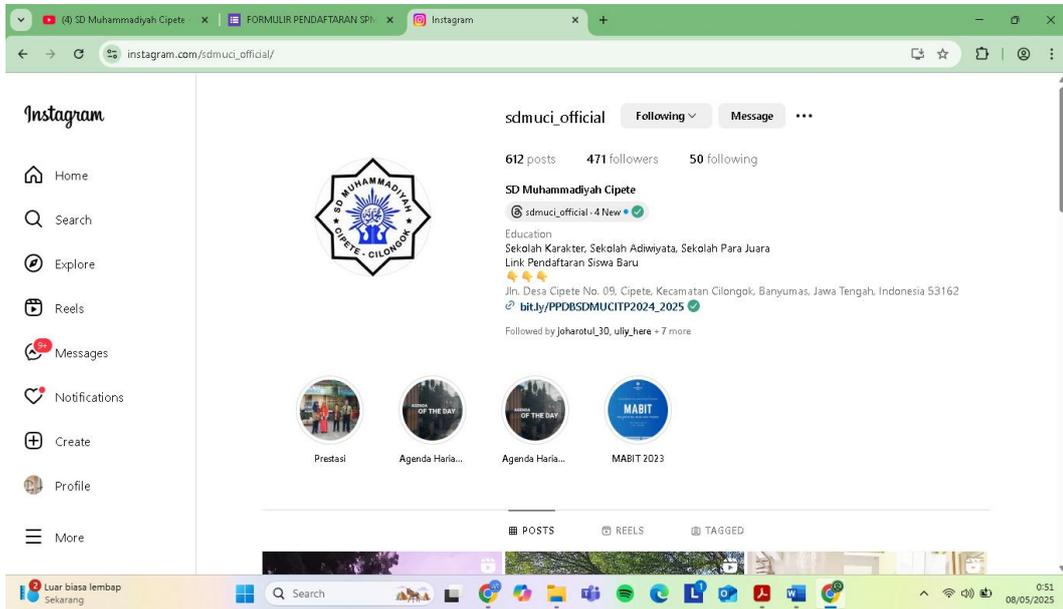
Gambar 9 pendaftaran melalui google form



Gambar 10. Brosur



Gambar 11. sosial media youtube



Gambar 12. sosial media instagram



lampiran 7 surat telah melakukan observasi pendahuluan



MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MEMENGAH
PIMPINAN CABANG MUHAMMADIYAH CILONGOK
SEKOLAH DASAR MUHAMMADIYAH CIPETE CILONGOK
Alamat : Jln Raya Jombor Cipete-Cilongok Kab. Banyumas kode pos 53162 Telp. 655270
Email :sdm_cip@yahoo.co.id website :www.sdmcipete.com

Nomor :20/A/SDMC/I//2025 Lamp :- Hal :Pemberian Izin Penelitian	Cipete, 25 Januari 2025 Kepada YTH. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN SAIZU Purwokerto Di Purwokerto
---	---

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala Puji bagi Alloh SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya, Sholawat dan salam semoga tercurah kepada Rosululloh SAW, keluarga dan umat islam yang istiqomah dijalan Islam.

Berkaitan dengan surat permohonan izin observasi pendahuluan Nomor B.m1562/Un.19/D.FTIK/PP.05.3/01/2025 Tanggal 11 Januari 2025 dari Dekan (Ketua Jurusan Pendidikan Islam) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN SAIZU Purwokerto, maka saya selaku Kepala Sekolah SD Muhammadiyah Cipete dengan ini menerangkan bahwa:

Nama :Masrurotul Maghfiroh
NIM :1817401024
Prodi :Manajemen Pendidikan Islam
Semester :14(Empat Belas)
Tahun Akademik :2024/2025

Memberikan izin penelitian kepada mahasiswa tersebut diatas dengan waktu pelaksanaan observasi mulai 13 Januari s.d 25 Januari 2025

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Cipete, 25 Januari 2025
Kepala Sekolah,



Rohman.S.Pt
NIK. 19751201 13 1 003

lampiran 8 surat telah melaksanakan bimbingan proposal

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
 Jalan Sekeloa Timur No. 101, Purwokerto, Banyuwangi
 Jawa Tengah 53132 Telp. (0281) 635624 Faksimili (0281) 635553
 www.uinsatzu.ac.id

BLANGKO BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Masrurotul Maghfiroh
 No. Induk : 1817401024
 Fakultas/Jurusan : FTIK/MPI
 Pembimbing : Layla Mardiyah, M.Pd.
 Nama Judul : Model Getok Tular Berbasis Sosial Media dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete

No	Hari / Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing	Tanda Tangan Mahasiswa
1.	Rabu, 12 Februari 2025	Penggantian Judul, perbaikan latar belakang masalah, penentuan rumusan masalah dan penambahan referensi bahasa asing.		
2.	10 April 2025	Perbaikan salah ketik, penambahan referensi bahasa asing, penambahan instrumen wawancara, target wawancara beserta data apa yang mau diperoleh serta gambar proses analisis data		
3.	15 April 2025	Pengecekan terakhir proposal oleh Dosen Pembimbing		

Dibuat di : Purwokerto
 Pada tanggal : 15 April 2025
 Dosen Pembimbing

 Layla Mardiyah, M.Pd.
 NIP. 19761203 202321 2 004

lampiran 9 Surat telah Melaksanakan Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBİYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

**SURAT KETERANGAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

No. No. B.1678.Un.17/FTIK.JMPI/PP.00.9/4/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokertomenerangkan bahwa proposal skripsi berjudul :

"Model Getok Tular Berbasis Media Sosial dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete"

Sebagaimana disusun oleh :

Nama : MASRURUTUL MAGHFIROH
NIM : 1817401024
Semester : 14
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Benar-benar telah diseminarkan pada tanggal : 16 April 2025

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.



Purwokerto, 16 April 2025
Kordinator Prodi MPI

[Signature]
Dr. Sutrimo Purnomo, M.Pd.
NIP. 199201082019031015

lampiran 10 Surat telah Melaksanakan Riset Individu



MAJELIS PENDIDIKAN DASAR DAN MEMENGAH
PIMPINAN CABANG MUHAMMADIYAH CILONGOK
SEKOLAH DASAR MUHAMMADIYAH CIPETE CILONGOK
Alamat : Jln Raya Jombor Cipete-Cilongok Kab. Banyumas kode pos 53162 Telp. 655270
Email : sdm_cip@yahoo.co.id website : www.sdmcipete.com

Nomor :20/A/SDMC/IV//2025	Cipete, 28 April 2025
Lamp :-	
Hal :Pemberian Izin Penelitian	
	Kepada YTH. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN SAIZU Purwokerto Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala Puji bagi Alloh SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya, Sholawat dan salam semoga tercurah kepada Rosululloh SAW, keluarga dan umat islam yang istiqomah dijalan Islam.

Berkaitan dengan surat permohonan izin observasi pendahuluan Nomor B.m1564/Un.19/D.FTIK/PP.05.3/02/2025 Tanggal 26 Februari 2025 dari Dekan (Ketua Jurusan Pendidikan Islam) Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN SAIZU Purwokerto, maka saya selaku Kepala Sekolah SD Muhammadiyah Cipete dengan ini menerangkan bahwa:

Nama :Masurotul Maghfiroh
NIM :1817401024
Prodi :Manajemen Pendidikan Islam
Semester :14(Empat Belas)
Tahun Akademik :2024/2025

Telah melaksanakan penelitian tersebut diatas dengan waktu pelaksanaan observasi mulai 27 Februari s.d 28 April 2025

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Cipete, 25 Januari 2025
Kepala Sekolah,



Rohman, S.Pt
NIK. 19751201 13 1 003

lampiran 11 Surat telah Melaksanakan bimbingan skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
 Jalan Jenderal A. Yani, No. 40/A Purwokerto 53126
 Telepon (0281) 535624 Faksimili (0281) 535553
 www.uinpsu.ac.id

BLANGKO BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Masrurrotul Maghfiroh
 No. Induk : 1817401024
 Fakultas/Jurusan : FTIK/MPI
 Pembimbing : Dr. Layla Mardiyah.,M.Pd.
 Nama Judul : Manajemen Promosi Dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SD Muhammadiyah Cipete

No	Hari / Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	
			Pembimbing	Mahasiswa
1.	Kamis, 30 Januari 2025	Pengumpulan proposal skripsi, revisi metode penelitian dan pemberian arahan penulisan skripsi (Bab II)		
2.	Kamis, 06 Februari 2025	Bimbingan revisi Bab II/landasan teori dan pemberian arahan untuk penyusunan Bab III		
3.	Rabu, 19 Februari 2025	Bimbingan revisi Bab III & pemberian arahan untuk pelaksanaan penelitian		
4.	Kamis, 27 Februari 2025	Bimbingan, pemberian masukan terkait instrumen wawancara		
5.	Kamis, 06 Maret 2025	Bimbingan penyusunan Bab IV (Penyajian Data)		
6.	Jum'at, 14 Maret 2025	Bimbingan Bab IV Revisi penyajian data		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAJUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A, Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624, Faksimili (0281) 635563
www.uimsaizu.ac.id

7.	Kamis, 27 Maret 2025	Bimbingan Bab IV, arahan untuk penyusunan analisis data		
8.	Jum'at, 10 April 2025	Bimbingan BAB IV		
9.	Kamis, 17 April 2025	Bimbingan BAB IV & arahan penyusunan BAB V beserta penyusunan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan abstrak		
10.	Jum'at, 25 April 2025	Bimbingan BAB I - V dan penyempurnaan kalimat		
11.	Senin, 28 April 2025	Bimbingan penyempurnaan kalimat (typo) & revisi abstrak serta arahan penyusunan PPT		
12.	Selasa, 06 Mei 2025	Bimbingan dan penandatanganan berkas syarat pendaftaran munaqosah		

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 06 Mei 2025
Desen Pembimbing

Dr. Laila Mauliyah, M.Pd.
NIP. 19761203 2023212 004

lampiran 12 Hasil Lolos Cek Plagiasi

REV - skripsi_masrurotul_1817401024

ORIGINALITY REPORT

22 %	20 %	12 %	8 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	4%
2	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	2%
3	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
4	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
6	Wainah, Wainah. "Manajemen Program Internalisasi Nilai Religius Siswa Di SD Muhammadiyah Cipete Cilongok Banyumas", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022 Publication	<1%
7	ediferi.blogspot.com Internet Source	<1%
8	123dok.com Internet Source	<1%
9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
10	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%

**IAIN PURWOKERTO**

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/010/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

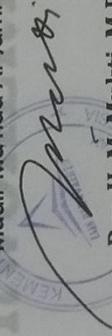
MASRUROTUL MAGHIROH

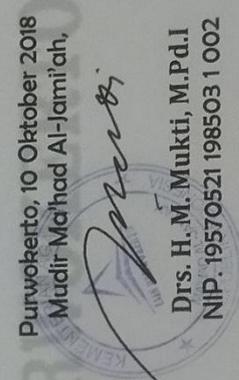
1817401024

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	75
2. Tartil	78
3. Tahfidz	73
4. Imlia'	70
5. Praktek	70

NO. SERI: MAJ-2018-MB-065

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 10 Oktober 2018
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002







lampiran 16 Sertifikat UKBA Bahasa Inggris


IAIN PURWOKERTO

**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

EPTIP CERTIFICATE
(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)
Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/10105/2018

This is to certify that

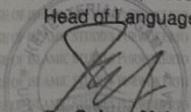
Name : MASRUROTUL MAGHFIROH
Date of Birth : BANYUMAS, June 13th, 2000

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 51
2. Structure and Written Expression	: 53
3. Reading Comprehension	: 52

Obtained Score : **518**

The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto,
Purwokerto, December 12th, 2018
Head of Language Development Unit,


Dr. Subur, M.Ag.
NIP: 19670307 199303 1 005


ValidationCode



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Masrurotul Maghfiroh
 2. Jenis Kelamin : Perempuan
 3. Tempat Tgl Lahir/Usia : Banyumas, 13 Juni 2000/24 Tahun
 4. Agama : Islam
 5. Alamat : Desa Cipete RT 03 RW 03 Kecamatan
Cilongok Kabupaten Banyumas, Desa Cipete,
Cilongok
 6. Kewarganegaraan :Indonesia
 7. Nama orang tua :Mufti Munawir/Taswiyah
 8. Status Perkawinan : Belum menikah
 9. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD Muhammadiyah Cipete (2006 - 2012)
 - b. SMP Negeri 1 Cilongok (2012 - 2015)
 - c. MAN 2 Banyumas (2015 - 2018)
 10. Pengalaman organisasi
 - a. Komunitas Leadership tahun 2019-2020 sebagai wakil ketua
 - b. HMJ MPI tahun 2020 sebagai departemen pendidikan,
kemahasiswaan dan olahraga
 - c. HMI Komisariat Agussalim
- 