

---

# STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI SMK AL-MA'SHUM MARDIYAH KECAMATAN CUGENANG KABUPATEN CIANJUR

**Ahmad Rustandi<sup>1</sup>**

STAI Al Hidayah Bogor, Indonesia (arseven.arust@gmail.com)

**M. Hidayat Ginanjar**

STAI Al Hidayah Bogor, Indonesia (m.hidayatginanjar@gmail.com)

**Heriyansyah**

STAI Al Hidayah Bogor, Indonesia (heristai@gmail.com)

---

## **Kata Kunci:**

Strategi, pemasaran,  
peserta didik

---

## **ABSTRACT**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Al-Ma'shum Mardiyah Cianjur. Jenis penelitian ini ialah penelitian deskriptif pendekatan kualitatif. Hasil penelitian yang didapat dari penelitian yaitu: (1) Strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Al-Ma'shum Mardiyah yaitu: Menentukan sekolah berbasis kejuruan, penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan, bekerjasama dengan sekolah tingkat SMP untuk merekomendasikan SMK Al-Ma'shum Mardiyah, publikasi sekolah dengan penyebaran brosur dan pemasangan spanduk, publikasi sekolah lewat media sosial, dan membekali siswa yang siap kerja. (2) Faktor pendukung: Sarana dan prasarana, serta faktor lingkungan dan tempat yang strategis. (3) Hambatan: Kurangnya pemahaman masyarakat akan pentingnya pendidikan, faktor ekonomi, dan faktor keuangan lembaga. (4) Solusi mengatasi hambatan: Penyuluhan tentang makna penting pendidikan dan publikasi secara konsisten kepada masyarakat serta calon peserta didik, meyakinkan masyarakat bahwa dengan menyekolahkan anaknya di sekolah kejuruan maka akan meningkatkan taraf ekonomi keluarga karena anak mereka telah dibekali kompetensi siap kerja, serta bernegosiasi dan berdiskusi dengan pihak Yayasan terkait perencanaan dan pengelolaan sekolah ke depannya.

---

---

<sup>1</sup> Correspondence author

## A. PENDAHULUAN

Lembaga Pendidikan ialah lembaga non-profit sebagaimana yang dikutip oleh Bilqis Asrori dari Alma bahwa 'Lembaga pendidikan dikategorikan sebagai lembaga nonprofit organization. Namun, kata-kata komersial sering dihubungkan dengan kegiatan mencari laba. Peneliti mengetahui istilah komersil dengan konsep negatif yaitu "dikomersialkan", yaitu segala sesuatu yang dikomersialkan, jika ada uang maka ada layanan, pokoknya suatu kegiatan itu harus mendatangkan keuntungan dalam bentuk uang (Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho, 2016).

Manajemen adalah proses *planning organizing*, memimpin, dan *controlling* upaya anggota organisasi dengan menggunakan segala kekuatan organisasi guna menggapai tujuan yang telah ditentukan (M. Munir, 2018).

Sedangkan Pemasaran merupakan kegiatan sosial dan manajerial yang dimana individu dan kelompok akan memperoleh kebutuhan dan keinginan bersama dengan membuat, menawarkan dan saling bertukar sesuatu yang bernilai (Fitriana Ahmad, 2016).

Manajemen pemasaran sangat diperlukan untuk suatu lembaga, terutama untuk lembaga pendidikan (sekolah) dengan alasan-alasan berikut: Sekolah sebagai lembaga nonprofit yang bergerak di bidang jasa pendidikan dalam tingkat apa saja, pihak pengelola harus meyakinkan masyarakat dan "pelanggan pendidikan" bahwa sekolah yang dikelola masih bisa tetap eksis, untuk meyakinkan masyarakat dan "pelanggan pendidikan" bahwa layanan jasa pendidikan yang disediakan sungguh relevan dan tepat dengan kebutuhan mereka, dan eksistensi lembaga pendidikan yang pihak pengelola sediakan dapat diterima dan tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas dan "pelanggan pendidikan" potensial (Maskub Abrori, 2015).

Salah satu yang menjadi tolok ukur suksesnya manajemen pemasaran di instansi pendidikan ialah meningkatnya daya tarik masyarakat terhadap lembaga tersebut. Semakin banyak peserta didik yang mendaftar, maka semakin besar pula minat masyarakat terhadap sekolah tersebut.

Keberadaan sekolah tergantung dengan adanya peserta didik. Kegiatan sekolah ini tidak akan terlaksana jika peserta didiknya tidak ada. Mengingat kebutuhan peserta didik ini penting bagi sekolah, maka harus ada strategi dalam pengadaan peserta didik (Pupu Saeful Rahmat, 2019).

Dalam hal ini, sekolah biasanya mengadakan program tahunan yang disebut dengan istilah PPDB atau penerimaan peserta didik baru. Dalam hal PPDB ini, sektor manajemen pemasaran memiliki tanggung jawab untuk menyusun strategi yang tepat. Jika masalah strategi ini ditangani dengan tepat, maka peserta didik yang mendaftar ke sekolah akan semakin banyak.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil lokasi penelitian di SMK Al-Ma'shum Mardiyah Cianjur sebagai objek penelitian. Sekolah ini dari awal pembangunannya jumlah siswa setiap tahunnya semakin banyak dan bertambah. Disamping ketersediaan fasilitas yang masih dalam tahap pengadaan, namun minat siswa kepada sekolah ini semakin banyak dari tahun ke tahun.

### **Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik**

#### **a. Pengertian Strategi**

Secara garis besar strategi memiliki definisi haluan untuk bertindak dalam usaha menggapai tujuan yang telah ditentukan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia,

kata strategi dimaksud sebagai rencana-rencana yang cermat mengenai sebuah aktivitas guna mencapai target khusus (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016).

Strategi secara bahasa berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang berarti "Panglima" atau "Jenderal", sehingga strategi didefinisikan sebagai ilmu kepanglimaian atau ilmu kejendralan. (Kusumawati, N dan Maruti, E. S., 2019)

Ansoff mendefinisikan strategi sebagai "*a set of decision making rules for guidance for ganizational behavior*", yakni sekumpulan cara guna membuat keputusan yang dipakai sebagai tolak ukur sebuah Lembaga (Qoimah, 2018).

Disimpulkan bahwa strategi memiliki arti sebagai dasar-dasar yang sudah direncanakan sebelumnya untuk menjadi tolak ukur dari suatu kegiatan, sehingga kegiatan yang akan diadakan menjadi lebih optimal dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

#### b. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen ialah ilmu yang berada dalam jiwa seorang leader guna memanfaatkan setiap kekuatan atau kemampuan lembaga melalui upaya perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Kegiatan ini menyertakan seluruh unsur dalam organisasi sesuai dengan kegunaannya masing-masing dengan maksud untuk menggapai tujuan yang telah ditentukan secara tepat dan praktis meningkatkan pengetahuan dan skills peserta didik (Miftah Wangsadanureja, 2018).

Handoko menyebutkan manajemen ialah suatu progres perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan melalui pemberdayaan anggota dan kekuatan atau kemampuan organisasi yang bermaksud mencapai arah yang sudah ditentukan (Iqbal Asid M, 2021).

Adapun definisi pemasaran menurut KBBI diartikan sebagai wadah untuk jual beli dan permintaan, tempat penjual yang hendak menukar jasa atau barang dengan uang, dan pembeli yang hendak menukar uang dengan jasa atau barang. Sedangkan pemasaran didefinisikan sebagai progres mempromosikan produk yang ingin di jual (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016).

Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai bentuk salah satu dasar yang dipakai dalam penyusunan perencanaan secara total (Nabilla dan Tuasela, 2021).

Dari berbagai pemaparan para ahli sebelumnya, maka arti dari manajemen pemasaran ialah seni dalam merencanakan, mengorganisasikan, pelaksanaan dan pengawasan dalam progres memenuhi kebutuhan-kebutuhan masyarakat secara umum.

#### c. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen pemasaran pendidikan ialah sebuah progres manajerial dan sosial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan. Cara untuk memperolehnya yakni dengan cara barter dan memanfaatkan jasa (kuantitas dan kualitas sekolah atau instansi pendidikan serta sistem pengajaran yang telah ditawarkan dalam kegiatan promosi) dengan pengguna layanan pendidikan (orang tua siswa/wali murid) (M. Munir, 2018)

#### d. Pengertian Peserta Didik

Menurut M. Arifin beliau mengartikan istilah peserta didik dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama yakni bersifat makro, yakni tidak ada istilah khusus dalam penyebutan orang yang menuntut ilmu pengetahuan. Di manapun dan kapanpun

baik anak kecil maupun orang dewasa yang berpengetahuan, atau seorang penuntut ilmu pada asalnya mereka disebut peserta didik dan guru. Sementara arti peserta didik yang bersifat mikro yakni disebut dengan mereka yang duduk di bangku instansi pendidikan secara garis besar (M. Arifin, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa peserta didik ialah masyarakat yang menginginkan berkembangnya bakat yang melekat dalam diri mereka masing-masing melalui progres pembelajaran dalam wasilah jalan pendidikan.

#### e. Pengertian Peningkatan Jumlah Peserta Didik

Arti dari peningkatan jumlah peserta didik yang diterima sekolah ialah upaya-upaya yang diadakan sekolah dalam usaha meningkatkan kegiatan mencari calon peserta didik yang dilaksanakan menjelang tahun ajaran baru (Fitriana Ahmad, 2016).

### **Faktor Pendukung Meningkatnya Jumlah Peserta Didik**

#### f. Sumber Daya Yang Memadai

Musfiqon menyebutkan bahwa sekolah unggul memiliki cara guna mengoptimalkan sumber daya yang dapat digunakan untuk menggapai tujuan pendidikan. Sumber daya pendidikan di sekolah diklasifikasikan:

- 1) Sumber daya bukan manusia, yang mencakup program sekolah dan kurikulum.
- 2) SDM, yang meliputi kepala sekolah, guru, staf, tenaga pendidikan lainnya, siswa, wali murid, dan masyarakat yang mempunyai rasa simpati terhadap sekolah.
- 3) Sumber daya fisik, mencakup bangunan, ruangan, peralatan, alat peraga pendidikan, waktu belajar, dan penampilan fisik sekolah, dan sumber daya keuangan, yang mencakup secara global dana pengelolaan sekolah baik dari pemerintah maupun masyarakat (Musfiqon, 2015).

#### g. Sarana dan Prasarana Yang Memadai

Ananda menyebutkan bahwa adanya manajemen sarana dan prasarana yang baik sangat diperlukan agar tercipta sekolah yang nyaman, rapi dan indah sehingga tercipta suasana yang positif baik bagi guru maupun peserta didik. (Ananda, 2017)

#### h. Mempunyai Website

Website menjadi wadah promosi dan sumber bahan ajar yang dipakai oleh setiap individu ataupun lembaga, sehingga hampir setiap instansi sekolah mempunyai website. Dari website setiap insan mendapatkan informasi yang *update* di suatu tempat, bagi pihak sekolah pun website menjadi wadah pemasaran yang praktis dan menghemat waktu (Wiryotinoyo, 2020).

#### i. Eksistensi Sekolah

Keberadaan sekolah ialah tentang usaha menjaga kualitas guna memenuhi harapan yang digapai. Sekolah dengan tujuan yang baik harus berusaha untuk mempertahankan keberadaannya dalam kehidupan sosial, lembaga harus berinovasi untuk mendapatkan pengakuan dan citra positif di masyarakat untuk lebih menarik perhatian dari semua kalangan (Agnes Sixtin Lady Ayu Dita, 2018).

#### j. Prestasi Sekolah

Prestasi sekolah berpengaruh baik terhadap citra sekolah. Untuk meningkatkan prestasi, sekolah tidak boleh mengabaikannya dan harus perhatian dalam hal tersebut. Prestasi sekolah tidak mudah dilakukan. Prestasi sekolah dapat digapai

dengan kerja keras. Prestasi peserta didik dapat diciptakan dengan semangat belajar dan pembinaan yang masif oleh pembimbing (Yadnya, I Gusti Agung Oka, 2020).

### **Kendala dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik**

#### k. Kurangnya pemahaman akan IT

Hambatan dihadapi oleh setiap lembaga dalam meningkatkan jumlah peserta didik ialah kurangnya pemahaman manajemen pemasaran dalam IT, padahal era sekarang adalah eranya memasarkan sekolah dengan website sekolah.

- 1) Nurfadilah menyebutkan bahwa kegunaan jaringan komputer bagi sekolah antara lain: Berbagi sumber daya.
- 2) Up to date nya arus informasi.
- 3) Media komunikasi.
- 4) Keamanan data.
- 5) Integrasi data.
- 6) Efisiensi dan penghematan (Nurfadilah, Ira, 2017).

#### l. Kurang maksimal dalam promosi sekolah

Strategi promosi sekolah dapat dibangun dengan membangun komunikasi pribadi (melalui persentase atau melalui tatap muka), melalui iklan, promosi (diskon pendaftaran atau diskon biaya masuk atau diskon pemeliharaan, publikasi media (acara, kontes, sponsorship berbagai acara, website), bahan ajar (buku panduan, bahan ajar siswa), dan design Lembaga ( logo, seragam, gedung, dan fasilitas (Murniati, 2021).

#### m. Persaingan dengan sekolah lain

Hambatan selanjutnya semakin membludaknya sekolah-sekolah sehingga lahir persaingan antar sekolah dan menonjolkan keunggulannya masing-masing. Akibat dari kompetisi yang mudah dirasakan sekolah swasta pilihan kedua ialah penurunan jumlah siswa. Jumlah SMA yang semakin banyak ditambah dengan peningkatan jumlah SMK merupakan suatu faktor pemicu menurunnya jumlah siswa (Martono, Nanang, 2018).

#### n. Sarana dan prasarana yang belum memadai

Sarana dan prasarana sekolah adalah hal yang sangat urgent guna menopang keberhasilan KBM di sekolah. Hal ini akan terwujud bila ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai disertai dengan pemanfaatan dan perawatan secara maksimal (Ronia dan Sahadati, 2021).

#### o. Lokasi sekolah yang sulit dijangkau

Lokasi sulit dijangkau ialah suatu hal yang menjadi masalah bagi wali murid dalam memilih sekolah. Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi pertimbangan calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis dan terjangkau akan menjadi daya pikat tersendiri (Machali, Imam, 2018).

### **Solusi mengatasi kendala dalam meningkatkan jumlah peserta didik**

#### p. Menjalin koneksi dan kerjasama dengan sekolah terdekat

Solusi yang harus dicermati oleh setiap lembaga agar tidak terjadi penurunan jumlah siswa baru ialah dengan menjalin relasi dengan sekolah sekitar. Sebab siswa yang bersekolah di sekolah terdekat adalah target utama yang wajib diamati pihak sekolah.

Manajemen hubungan sekolah dan masyarakat berbasis sekolah merupakan pengaturan hubungan sekolah dan masyarakat yang mencakup aktivitas *planning*,

mengorganisasikan, *actuating*, dan penilaian atau evaluasi program kegiatan hubungan sekolah dan masyarakat (Rahmat dan Husain, 2020).

q. Manfaatkan media sosial untuk promosi sekolah

Sekolah perlu mengetahui cara menggunakan media sosial. Media sosial menjadi trik dan ajang pemasaran yang harus dilakukan ketika sekolah mendapati jumlah siswa baru yang semakin berkurang.

r. Pertahankan kualitas pelayanan

Pelayanan yang mencukupi etika dan moralitas, antara lain:

- 1) Proses pelayanan mencukupi ketepatan waktu.
- 2) Ketepatan pelayanan.
- 3) Kesopanan dan keramahan.
- 4) Tanggung jawab dan kecepatan menyelesaikan permasalahan.
- 5) Ketersediaan dan kecukupan fasilitas dan bahan yang dibutuhkan.
- 6) Ketersediaan dan kelayakan ruang tempat pelayanan, fasilitas belajar, laboratorium, perpustakaan, tempat parkir, sarana ibadah, ketersediaan informasi dan petunjuk lainnya.
- 7) Kondisi lingkungan, kebersihan, dan fasilitas pendukungnya (Sagala, Syaiful, 2013).

s. Jaga keaktifan peran serta masyarakat terhadap sekolah

Menjaga keaktifan peran serta masyarakat terhadap sekolah adalah hal yang wajib dipikirkan oleh setiap lembaga, karena urgentnya peran masyarakat dalam usaha peningkatan mutu pendidikan, maka pihak sekolah harus memberdayakan mereka. Partisipasi masyarakat tidak akan muncul sendirinya. Sekolah perlu secara proaktif dan kreatif meningkatkan ikatan kerjasama yang harmonis dan sinergis dengan masyarakat (Rahmat, Abdul, 2021).

## **B. METODE**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Moleong metode kualitatif deskriptif ialah penelitian dengan menggabungkan data-data berupa kata-kata, gambar. Yang nantinya data-data tersebut adalah inti terhadap apa yang sudah di teliti. (Susilowati, 2017).

### **Sumber Data Penelitian**

Data yang dikenakan dalam menyajikan hasil penelitian ini menggunakan data kualitatif. Penelitian kualitatif berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya ialah data-data tambahan. Data-data tambahan tersebut berbentuk dokumen atau sumber data tertulis, foto, dan statistik. Orang-orang yang diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat *via* catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tape, pengambilan foto. Sedangkan sumber data tambahan dari buku dan majalah ilmiah. (Ahmad Rijali, 2018).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang diperlukan guna pengumpulan data dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara dan dokumentasi, guna memperoleh data-data yang real atau nyata, sehingga penelitian ini bersifat ilmiah.

a. Observasi

Hasil dari pengamatan/observasi ini bisa berupa kejadian, aktivitas, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Observasi diadakan guna mendapatkan gambaran nyata dari sebuah kejadian. (Mudjia Rahardjo, 2011).

#### b. Wawancara

Wawancara ialah proses interaksi guna mendapatkan informasi dengan cara QnA antara peneliti dengan informan. Dengan menggunakan metode wawancara diharapkan mendapatkan informasi lebih rinci tentang sebuah isu yang menjadi tema dalam penelitian. (Mudjia Rahardjo, 2011)

#### c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yakni pengambilan gambar-gambar selama penelitian berlangsung, atau pengambilan data dari referensi buku, dari internet. Menurut Sugiyono dokumen ialah ulasan kejadian yang sudah berlalu. Teknik ini dipakai sebagai tambahan sekaligus penyempurnaan dari teknik observasi dan wawancara (Nuning Indah Pratiwi, 2017)

#### d. Prosedur analisis data

Metode analisis data dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode analisis lapangan. Secara umum, Miles dan Huberman berpandangan bahwa analisis terdiri dari 3 alur usaha yang terjadi bersamaan yakni: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi. (Albi Anggito dan Johan Setiawan, 2018)

##### 1) Reduksi data

Proses penyeleksian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data didapatkan dari penelitian. Kegiatan inti dari reduksi data adalah meringkas, memilih data-data yang pokok, dan membuang data yang tidak diperlukan. (Sandu Siyoto dan Ali sodik, 2015)

##### 2) Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan data-data yang sudah didapat biasanya berwujud naratif, lalu dirangkum tanpa mengurangi isinya. dengan melihat gambaran dari bagian-bagian tertentu dari pandangan keseluruhan.

##### 3) Kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan berdasarkan reduksi, interpretasi dan penyajian data yang telah dilaksanakan sebelumnya. Kegiatan analisis dan pengumpulan data melalui ketiga jalur tersebut bersifat interaktif dan siklis. (Ahmad Rijali, 2018).

Kesimpulan-kesimpulan tersebut diverifikasi selama analisis berlangsung. Cara memverifikasi kesimpulan:

- a) Melakukan pemikiran berulang selama penulisan.
- b) Melakukan peninjauan kembali catatan lapangan
- c) Meninjau kembali dan tukar pikiran dengan orang lain agar
- d) Melakukan usaha-usaha yang secara umum guna memposisikan salinan sebuah temuan dalam seperangkat data yang lain (Ahmad Rijali, 2018).

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **Strategi Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMK Al-Ma'Shum Mardiyah Cianjur**

Sekolah ini dalam hal strategi manajemen pemasaran menerapkan beberapa strategi, diantaranya: (1) Menentukan sekolah berbasis kejuruan, (2) penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan, (3) bekerjasama dengan sekolah tingkat SMP, (4) publikasi sekolah dengan penyebaran brosur dan pemasangan spanduk, (5) publikasi sekolah lewat media sosial, (6) mempersiapkan siswa-siswi yang

siap kerja, dan kami pun membentuk Bursa Kerja Khusus (BKK). (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah sebagai berikut:

a. Menentukan sekolah yang berbasis kejuruan

Dari hasil wawancara dengan Kepala SMK Al-Ma'shum Mardiyah Cianjur diketahui bahwa strategi yang di jalankan oleh pihak sekolah dalam usaha meningkatkan jumlah siswa ialah dengan tiga fase antara lain: fase formulasi, fase implementasi, dan fase evaluasi. (Fridiyanto, 2022)

Dirumuskannya sekolah berbasis kejuruan di SMK Al-Ma'shum Mardiyah merupakan suatu cara yang efektif dan efisien, sebab selaras dengan kondisi masyarakat setempat yang bekerja sebagai petani sehingga umumnya mereka condong mengarahkan anaknya bekerja. Hal ini sesuai dengan hal yang disampaikan oleh Kepsek SMK Al-Ma'shum Mardiyah, beliau mengutarakan: Hal ini bermanfaat untuk menjaring anak-anak yang ada di Desa Galudra yang umumnya orang tuanya petani, sebab pada saat lulus dari sekolah ini bisa langsung bekerja. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Hal ini sesuai dengan teori Kumaat Hernie dalam bukunya "Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Sebagai Upaya Memasuki Dunia Kerja" Secara garis besar peserta didik yang belajar di SMK sangat giat belajar agar mereka lulus dari sekolah, sehingga di salurkan kerja dan dapat memperbaiki keuangan keluarga. (Kumaat Hernie, 2021)

b. Penyuluhan Kepada Masyarakat Tentang Pentingnya Pendidikan

Cara selanjutnya yang dilaksanakan oleh SMK Al-Ma'shum Mardiyah ialah dilaksanakannya penyuluhan-penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan. Hasil wawancara dengan Kepsek beliau mengutarakan: "Memberikan penyuluhan kepada warga desa galudra dan sekitarnya mengenai betapa pentingnya Pendidikan. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Hasil Penelitian di atas sudah sesuai dengan teori dalam buku "Konsep Dan Aplikasi Landasan Pendidikan Dalam Sekolah", menerangkan dengan adanya penyuluhan menyadarkan akan *urgently* pendidikan formal untuk memajukan pola pikir budaya masyarakat pedesaan untuk berkembang lebih maju. Tanpa adanya penyuluhan guna menyadarkan pentingnya pendidikan akan sulit bagi mereka untuk berkembang dan menghadapi perubahan zaman. (Daryono, 2022)

c. Bekerjasama dengan sekolah tingkat SMP untuk merekomendasikan SMK Al-Ma'shum Mardiyah

Cara pemasaran yang dilakukan oleh SMK Al-Ma'shum Mardiyah untuk meningkatkan jumlah siswa pada setiap tahunnya adalah dengan mengadakan kerja sama dengan sekolah-sekolah tingkat SMP di luar unit Yayasan maupun di dalam unit Yayasan yang sama. Sehingga diharapkan peluang bertambahnya siswa pada setiap tahunnya semakin meningkat. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Hal ini sejalan dengan teori dalam buku "Public Relations Pendidikan Era Pandemi". Persekutuan dengan berbagai lembaga menjadi keharusan bagi sekolah karena sekolah merupakan instansi hubungan sosial yang tidak dapat lepas dari masyarakat secara keseluruhan. Sehingga dengan terlaksananya persekutuan yang baik antar semua pihak maka akan terwujudnya hubungan yang harmonis, dan

membentuk saling pengertian baik itu antar sekolah, orang tua, masyarakat, dan lembaga-lembaga lain yang ada di masyarakat. (Purwanto Harry, 2021)

d. Publikasi sekolah dengan penyebaran brosur dan pemasangan spanduk

Cara yang dilakukan oleh SMK Al-Ma'shum Mardiyah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa ialah dengan promosi secara konsisten yang dilaksanakan kepada publik, entah itu dengan penyebaran brosur ke sekolah ataupun pemasangan spanduk di lokasi yang tepat. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Strategi-strategi tersebut diantaranya, pembuatan brosur guna promosi ke sekolah baik dari program, testimoni alumni dan juga ditambah dengan pengerahan alumni guna menyokong promosi sekolah dan penjangkaran siswa baru, ditambah juga dengan siswa aktif dalam hal ini OSIS SMK Al-Ma'shum Mardiyah anggotanya diberdayakan guna melakukan strategi peningkatan jumlah peserta didik tersebut. (Fahri Irwan, S.Si, Wawancara, 25-06-2022).

Dari beberapa hal yang dijabarkan di atas walaupun pembuatan brosur dan pemasangan spanduk merupakan suatu hal yang umum namun dampaknya dapat diperhitungkan dalam memasarkan sekolah. Kegiatan promosi seharusnya tidak cukup hanya dengan program periklanan, komunikasi langsung atau personal selling. Pentingnya promosi dan penyiaran tentang aktivitas sekolah yang dapat membangun nama baik sekolah di mata masyarakat juga penting diadakan. (Rahmat Abdul, 2020).

e. Publikasi sekolah lewat media sosial

Seiring dengan majunya teknologi maka kegiatan promosi tidak cukup *via* media cetak atau tulisan saja, apalagi di era digital seperti ini yang mana orang tua ataupun siswa mayoritas lebih sering berselancar di dunia maya. Publikasi lewat media sosial sangatlah efektif dan efisien, karena dengan 1 postingan ratusan bahkan ribuan orang bisa langsung melihat. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Penggunaan media internet sebenarnya bisa dilakukan oleh lembaga sebagai media publikasi. Selain terjangkau harganya, media internet pasti lebih efektif sebab hampir disetiap waktu orang mengaksesnya terutama kalangan remaja. (Rahmat Abdul, 2020).

f. Mempersiapkan peserta didik berkompeten yang siap kerja

Strategi ini dijalankan dengan cara membekali para murid dengan kemampuan kejuruan. Sehingga ketika lulus, sekolah akan dapat meningkatkan penilaian yang baik ditengah-tengah masyarakat dan tentunya akan menjadi daya pikat bagi para siswa SMP yang ingin melanjutkan pendidikannya di sekolah tersebut. Alasan dari strategi ini ialah ingin mewujudkan kepercayaan masyarakat kepada sekolah ini. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Keseriusan sekolah dalam hal ini dibuktikan dengan dibuatnya Bursa Kerja Khusus (BKK) sebagai penyalur atas siswa yang telah lulus ke perusahaan ataupun instansi terkait. (H. Dharsono Sumardjo, M.Pd, Wawancara, 20-11-2020).

Melahirkan tenaga kerja yang mumpuni adalah tujuan dari SMK. Tentunya juga selaras dengan visi SMK yang dikeluarkan oleh Direktorat SMK yakni lahirnya insan dan lingkungan pendidikan yang berkarakter dengan berasaskan gotong royong. Tentunya juga hal ini senada dengan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2013 pasal

18 ayat 3 “Pendidikan kejuruan adalah pendidikan menengah yang membekali siswa untuk bekerja dalam berbagai bidang”. (Krisphianti Yuanita Dwi, 2022).

### **Faktor Pendukung Meningkatnya Jumlah Peserta Didik di SMK Al-Ma’shum Mardiyah Cianjur**

#### **a. Sarana dan Prasarana**

Faktor pendukung yang tak terpisahkan dalam menaikkan jumlah peserta didik siswa SMP yang akan lulus dan orang tua yang ingin mendaftarkan anaknya, yakni sarana dan prasarana yang memadai, sebab hal tersebut menjadi faktor utama yang dilihat oleh calon pendaftar, sehingga daripada itu pihak lembaga senantiasa memperhatikan serta meningkatkan sarana dan prasarana yang ada di sekolah. (Fahri Irwan, S.Si., Wawancara, 25-06-2022).

Hal ini berkaitan dengan pentingnya manajemen sarana dan prasarana pendidikan karena untuk menyesuaikan dan menyokong kegiatan dan progres pembelajaran di sekolah secara baik dan praktis. (Novita Mona, 2017).

#### **b. Faktor lingkungan dan tempat yang strategis**

Faktor lingkungan dan tempat strategis adalah salah satu sebab yang kalah penting sebagai bentuk upaya guna meningkatkan jumlah siswa baru disetiap tahunnya.

“Faktor lingkungan dan tempat yang strategis menjadi faktor pendukung kenapa bersekolah di sini, dan tempat yang cukup baik, sebab tempatnya yang cukup sejuk sehingga sangat paham dengan siswa baru. (Fahri Irwan, S.Si, Wawancara, 25-06-2022).

Fina Ridhasari selaku guru di sekolah tersebut mengatakan bahwa: “Faktor lingkungan dan tempat menjadi salah satu sebab pendukung karena mayoritas wali murid di daerah sekolah SMK Al-Ma'shum Mardiyah yakni menginginkan jarak yang dekat di mana jarak dari rumah ke sekolah itu lebih dekat. (Fina Ridhasari, S. Pd., Wawancara, 27-07-2022)

Hal ini selaras dengan pendapat seorang ahli didalam bukunya “*The Handbook of Education Management*”, Lokasi sekolah menjadi pilihan calon pendaftar dalam menetapkan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman, dan mudah terjangkau akan menjadi daya pikat tersendiri, dibanding dengan lokasi sekolah yang dekat pemukiman, dikenal angker, dekat market. (Machali Imam, 2018).

### **Kendala-Kendala Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMK Al-Ma’shum Mardiyah Cianjur**

#### **a. Kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya Pendidikan**

Hambatan pertama yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman masyarakat akan *urgently* Pendidikan sudut pandang masyarakat yang lebih mengutamakan kerja dibanding sekolah, sebagaimana yang di katakan oleh 2 narasumber;

Hasil wawancara dengan humas SMK Al-Ma’shum Mardiyah mengatakan bahwa: Rendahnya riwayat pendidikan masyarakat sehingga merasa dan memandang bahwa sekolah hanya akan merugikan mereka, padahal itu akan menguntungkan mereka terutama setelah anak-anak mereka lulus dari SMK Al-Ma’shum Mardiyah. (Fahri Irwan, S.Si., Wawancara, 25-06-2022).

Fina Ridhasari selaku guru di sekolah tersebut juga mengatakan bahwa: “Kendala tersebut bisa muncul karena itu minat belajar peserta didik yang kurang serta wali

siswa yang menginginkan anaknya bekerja agar tidak menjadi beban keluarga. Jadi penyebab adanya hambatan tersebut, yakni kurangnya minat dari siswa dan dari keluarga. (Fina Ridhasari, S.Pd., Wawancara, 27-07-2022)

Hasil dari wawancara disimpulkan bahwa kurangnya kesadaran masyarakat akan *urgently* pendidikan merupakan faktor utama yang dapat berakibat buruk bagi kemajuan Indonesia. Sebagian masyarakat berpikir bahwa mayoritas orang bisa sukses tanpa harus bersekolah. (Syarifuddin Andi Alfian, 2020)

#### b. Faktor ekonomi masyarakat

Faktor ekonomi masyarakat yang bisa dikatakan menengah ke bawah, maka untuk menyekolahkan anaknya mereka berpikir terlebih dahulu atau adanya kekhawatiran tidak mampu membiayai kedepannya.

Fina Ridhasari selaku guru di sekolah tersebut mengatakan bahwa: “Hambatan itu datang ketika tidak adanya minat belajar dari siswa dan hambatan itu datang dari keluarga yakni ekonominya kurang mampu. Hambatan itu juga bisa muncul karena itu minat belajar siswa yang kurang, kemudian orang tua yang menginginkan anaknya bekerja supaya tidak menjadi beban keluarga. (Fina Ridhasari, S.Pd, Wawancara, 27-07-2022)

Dari apa yang diuraikan sangat jelas bahwa salah satu hambatan yang dihadapi oleh manajemen pemasaran SMK Al-Ma’shum Mardiyah adalah faktor ekonomi masyarakat sekitar yang kurang mampu dalam membiayai Pendidikan anak-anaknya.

Sekolah merupakan sarana menyelenggarakan pendidikan, akan tetapi faktor ketidakmampuan dalam hal ekonomi maupun kurangnya kesadaran masyarakat pinggiran tentang pentingnya pendidikan untuk perubahan dalam hidupnya. (Widodo Slamet, 2020).

#### c. Faktor keuangan lembaga

Masalah yang krusial dan juga lumrah pada setiap sekolah khususnya sekolah swasta adalah faktor keuangan yang tidak terlalu tersedia setiap saat.

Sebagaimana hasil wawancara dengan ketua PPDB dijelaskan bahwa: “Kadang dari yayasan kita sedikit sekali meng-accproposol atau ajuan yang kita ajukan. Untuk operasional BKK pun sangat dihemat oleh yayasan. Karena jika dana ini bisa lebih banyak, kita mungkin bisa menambah banyak fasilitas sekolah yang memadai, sehingga anak-anak bakal calon siswa bisa lebih tertarik untuk daftar kesekolah ini. (M. Panji Adi Nugroho, SE, Wawancara, 20-03-2020)

Hal di atas menggambarkan bahwa pentingnya anggaran atau pembiayaan dalam kelancaran program pendidikan. Zahroh dalam strategi peningkatan mutu pendidikan usia dini mengatakan: Manajemen pembiayaan pendidikan yang baik dapat mewujudkan mutu pendidikan lebih baik. Meliputi segala aspek yang ada dalam pendidikan, diantaranya masukan, proses, keluaran, biaya, sarpras, dan tenaga kependidikan. (Luluk Arirotu Zahroh, 2014).

### **Solusi Mengatasi Kendala-Kendala Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik SMK Al-Ma’shum Mardiyah Cianjur**

#### a. Penyuluhan tentang arti penting pendidikan dan publikasi secara terus menerus kepada masyarakat serta target calon peserta didik

Penyuluhan tentang arti esensial pendidikan sangatlah penting ditumbuhkan atas hati supaya dapat merubah mindset masyarakat menjadi lebih luas lagi. Kepsek

SMK Al-Ma'shum Mardiyah mengutarakan bahwa: Memberikan penyuluhan kepada warga desa galudra dan sekitarnya terkait betapa *urgently* Pendidikan. Jadi kami pada saat itu sering buat suatu kegiatan yang disela-sela acara tersebut diselipi materi terkait pentingnya Pendidikan. (H. Dharsono Sumardjo, M. Pd., Wawancara, 20-11-2020).

Disamping melakukan penyuluhan akan arti penting pendidikan, pihak sekolah pun terus melakukan publikasi atau promosi kepada masyarakat serta calon peserta didik. Sebagaimana hasil wawancara dengan humas dan guru SMK Al-Ma'shum Mardiyah: "Cara yang dilakukan oleh sekolah ialah sering-sering melakukan promosi atau terus melakukan promosi dan juga publikasi. (Fahri Irwan, S. Si., Wawancara, 25-06-2022).

Finia Ridhasari selaku guru di sekolah tersebut mengutarakan bahwa: "Cara tersebut dipakai sebab cukup banyak pengaruhnya, praktis dan juga hemat. (WP-FR-G-SMKMM-27-07-2022).

Dari wawancara di atas menerangkan bahwa unsur penting dalam menghadapi kendala tersebut di atas ialah dengan dijalankannya publikasi dan promosi dengan konsisten. Pentingnya publikasi tentang aktivitas kegiatan sekolah yang dapat membangun nama baik lembaga dalam pandangan masyarakat. (Rahmat Abdul, 2020).

b. Memahami dan meyakinkan masyarakat bahwa dengan menyekolahkan anaknya di sekolah kejuruan maka akan meningkatkan taraf ekonomi keluarga karena anak mereka telah dipersiapkan dengan kompetensi untuk siap kerja

Salah satu keyakinan yang masih mashyur dibenak masyarakat ialah bahwasannya hanya dengan bekerja sang anak dapat menaikkan taraf ekonomi keluarga. Maka dari itu sekolah senantiasa menanamkan keyakinan kepada masyarakat terkait manfaat menyekolahkan anaknya di sekolah kejuruan. Humas SMK Al-Ma'shum Mardiyah mengutarakan bahwa: "Solusi yang diadakan oleh sekolah ialah terus menerus mengadakan penyuluhan serta terus melakukan promosi dan publikasi. (Fahri Irwan, S.Si, Wawancara, 25-06-2022).

Untuk menekankan hal ini pihak sekolah memiliki Bursa Kerja Khusus (BKK), Sebagaimana Kepsek SMK Al-Ma'shum Mardiyah mengutarakan bahwa: Dalam hal ini, kami sudah mempersiapkan peserta didik lulusan SMK Al-Ma'shum ini siap kerja. Kami juga sudah membentuk badan khusus untuk penyaluran lulusan sekolah ini agar tidak sulit mencari pekerjaan yang disebut BKK (Bursa Kerja Khusus). Kami sudah bekerja sama dengan beberapa perusahaan. (H. Dharsono Sumardjo, M. Pd., Wawancara, 20-11-2020).

c. Bernegosiasi dan berdiskusi dengan pihak Yayasan terkait perencanaan dan pengelolaan sekolah ke depannya

Solusi selanjutnya ialah dengan kontinu bersama-sama mengupayakan perencanaan dan pengelolaan *system* dengan efektif.

Hasil wawancara dengan humas SMK Al-Ma'shum Mardiyah: Terus bernegosiasi dan berdiskusi penuh bersama yayasan sehingga kita dapat prioritas guna meningkatkan pelayanan pembelajaran dalam hal ini sarana gedung serta sarana pembelajaran seperti lab komputer dan seterusnya. (Fahri Irwan, S. Si., Wawancara, 25-06-2022).

Dapat disimpulkan bahwa pihak sekolah akan terus berupaya bersama-sama merencanakan dan melakukan pengelolaan dengan baik. Baik itu dengan Kepala

Sekolah, kesiswaan, osis, maupun meminta saran dari para alumni. Hal ini selaras dengan teori Hamid M. Abi dalam buku “Pengelolaan Pendidikan”. Pengelolaan pendidikan yang baik wajib dilaksanakan secara bersama-sama dalam suatu lembaga pendidikan tersebut agar tujuan yang telah dicanangkan dapat terwujud dengan baik. (Hamid M Abi, 2021).

#### **D. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka dapat diambil beberapa temuan terkait Strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Al-Ma’shum Mardiyah Cianjur, diantaranya,

*Pertama*, (a) Menentukan sekolah berbasis kejuruan, (b) penyuluhan kepada masyarakat tentang pentingnya pendidikan, (c) bekerjasama dengan sekolah tingkat SMP untuk merekomendasikan SMK Al-Ma’shum Mardiyah, (d) publikasi sekolah dengan media cetak (e) publikasi sekolah lewat media sosial, (f) mempersiapkan siswa SMK Al-Ma’shum sebagai siswa yang siap kerja.

*Kedua*, Faktor Pendukung Meningkatnya Jumlah Peserta Didik antara lain: (a) Sarana dan Prasarana, mayoritas calon pendaftar menentukan sekolah karena sarana dan prasarana disekolah sudah memadai. (b) Faktor lingkungan dan lokasi yang strategis,

*Ketiga*, Kendala-Kendala Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik, (a) Kurangnya pemahaman masyarakat akan pentingnya pendidikan, sehingga cara pandang seperti itu diwarisi pula oleh anak-anaknya. (b) Faktor ekonomi masyarakat, sehingga mereka khawatir tidak mampu membiayai kedepannya. (c) Faktor keuangan lembaga, masalah yang krusial pada setiap sekolah khususnya sekolah swasta sebab faktor keuangan yang tidak terlalu ada setiap waktu.

*Keempat*, Solusi Untuk Mengatasi Kendala-Kendala Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik ialah: (a) Penyuluhan tentang arti pendidikan dan publikasi kontinu kepada masyarakat dan juga calon peserta didik. (b) Memahami masyarakat bahwa dengan menyekolahkan anaknya di sekolah kejuruan maka akan meningkatkan taraf ekonomi keluarga dan dipersiapkan dengan kompetensi siap kerja. (c) Bernegosiasi dan berdiskusi dengan pihak Yayasan perencanaan dan pengelolaan yang baik sekolah ke depannya, dengan terus bersama-sama mengupayakan pengelolaan sistem dengan baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abrori, Maskub. (2015). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PG/Tk Samarinda. Samarinda: IAIN Samarinda, Indonesia

Ahmad, Fitriana. (2016). Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di MI Darul Hikmah Bantarsoka Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas.”*skripsi*. Purwokerto: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto.

Ananda & Banurea. (2017). Manajemen Sarana dan Prasarana Pendidikan. Medan. CV Wisya Puspita. h. 26

- Anggito, Albi dan Johan Setiawan, S.Pd.(2018). *Metotodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Asid, Iqbal M. (2021). *Manajemen Pendidikan Islam Periode Madinah Perspektif Al Mubarakfuri: Vol 4*. Bogor: e-Journal STAI AL-HIDAYAH.
- Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *skripsi*. Surabaya: Jurusan Pendidikan Non Formal, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya.
- Daryono. (2022). *Konsep Dan Aplikasi Landasan Pendidikan Dalam Sekolah Penggerak*. Pasuruan. Lembaga Academic & Research Institute. h. 75
- Dita, Agnes Sixtin Lady Ayu. (2018). Program Keislaman Sekolah Negeri Dalam Menjaga Eksistensi Dan Persaingan Dengan Sekolah Islam Terpadu (Studi Kasus SMKN 2 Rejang Lebong). *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Agama Islam. IAIN Curup.
- Fridiyanto. (2022). *Manajemen Strategik Konsep Bisnis Bagi Lembaga Pendidikan Islam*. Batu. Literasi Nusantara. h. 56
- Hamid, M Abi. (2021). *Pengelolaan Pendidikan*. Yayasan Kita Menulis. h. 5.
- Indah, Nuning P. (2017). *Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi*. Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*, Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (diakses 25 Maret 2021, Pukul 19.20 WIB)
- Krisphianti, Yuanita Dwi. (2022). *Ground, Understand, Revise, Use (Guru) Untuk Percaya Diri Remaja SMK Bisa*. Pasuruan. Qiara Media. h. 2.
- Kumaat Hernie. (2021) *Persepsi Masyarakat Terhadap Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Sebagai Upaya Memasuki Dunia Kerja*. Seminar Internasional. APTEKINDO. h. 504
- Kusumawati, N., & Maruti, E. S. (2019). *Strategi Belajar Mengajar di Sekolah Dasar (1st ed.)*. Magetan: CV. AE Media Grafika.
- Luluk Arirotu Zahroh. (2014). *Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Usia Dini*. Jogjakarta. Lentera Kreasindo. h. 26-27
- Machali, Imam. (2018). *The Handbook of Education Management*. Jakarta. Prenada Media. h. 293.
- Machali, Imam. (2018). *The Handbook of Education Management*. Jakarta. Prenada Media. h. 293.
- Martono, Nanang. (2018). *Kematian Sekolah Swasta*. Jakarta. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Munir, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik*. *Jurnal*. Nganjuk: Manajemen Pendidikan Islam Volume 1, Nomor 2, STAI Darussalam Krempyang Nganjuk.

- Murniati. (2021). Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan Kejuruan Pengembangan Sekolah Menengah Kejuruan Sebagai Sekolah Berbasis Sistem Ganda (Dual Based System) Dan Kewirausahaan (School Based Entrepreneurship). Yogyakarta. Deepublish
- Musfiqon. (2015). Mendesain Sekolah Unggul. Sidoarjo. Nizamia Learning Center. h. 115
- Nabilla & Tuasela. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika. Jurnal Kritis (5). h. 22
- Novita Mona. (2017). Sarana Dan Prasarana Yang Baik Menjadi Bagian Ujung Tombak Keberhasilan Lembaga Pendidikan Islam. Jurnal Nur El –Islam. (4). h. 127
- Nurfadilah, Ira. (2017). Hubungan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dengan Pelayanan Administrasi Tata Usaha di SDIT Asy Syifa Qolbu Bogor. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Kependidikan UIN syarif Hidayatullah Jakarta.
- Purwanto, Harry. (2021). Public Relations Pendidikan Era Pandemi. Surabaya. Media Karya. h. 38
- Qoimah. (2018). Membangun *Pelayanan Publik yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan*. Vol.1 No. 2. Bogor: e-Journal STAI Al-Hidayah.
- Rahardjo, Mudjia. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. Disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rahmat & Husain. (2020). Manajemen Berbasis Sekolah. Yogyakarta. Zahir Publishing. h. 66
- Rahmat, Abdul. (2020). Hubungan Sekolah Dan Masyarakat (Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu sekolah). Yogyakarta. Zahir Publishing. h. 4
- Rahmat, Pupu Saeful. (2019). Strategi Belajar Mengajar. Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Rijali, Ahmad (2018). Analisis data kualitatif. Jurnal Alhadharah Vol. 17 No. 33. Suharyadi dan Purwanto. (2011). Statistika: Untuk Ekonomi Keuangan Modern ed. 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ronia & Sahadati. (2021). Praktik Gerakan Sekolah Menyenangkan. Yogyakarta. UAD Press. h. 244
- Sagala, Syaiful. (2013). Etika Dan Moralitas Pendidikan. Jakarta. Kencana Prenamedia Group. h. 66
- Sandu Siyoto dan Ali sodik. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Susilowati (2017). Kegiatan Humas Indonesia Bergerak di Kantor Pos Depok II Dalam Meningkatkan Citra Instansi Pada Publik Eksternal. Jurnal Komunikasi Volume VIII No 2 September 2017.
- Syarifuddin, Andi Alfian. (2020). Hitam Putih. Gowa. Jariah Publishing. h. 27
- Wangsadanureja, Miftah. (2018). *Urgensi Manajemen Pendidikan Pesantren dalam Keluarga*. Vol. 1 No.2. Bogor: e-Journal STAI Al-Hidayah.

Widodo Slamet. (2020). Yayasan Emeyodere Dalam Pelayanan Pendidikan Masyarakat Kokoda di Kota Sorong. Sleman. Deepublish. h. 2.

Wirytinoyo. (2020). Pemanfaatan Website Sebagai Media Promosi dan Sumber Belajar di Sekolah Menengah. Jurnal Abdi Pendidikan. (01). h. 2

Yadnya, I Gusti Agung Oka. (2020). Peran Strategis Pengawas Sekolah menjawab Globalisasi Pendidikan. Jakarta. Guepedia. h. 130