

# Metode Promosi Pendidikan Dalam Meningkatkan Santri Baru di Pondok Pesantren Ummul Qur'an Annurani Provinsi Riau

Nur Komariah<sup>1\*</sup>, Muhammad Fajri<sup>2</sup>, Yeni Lestari<sup>3</sup>, Zahra Assaufi Irawan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Indragiri  
dr.nurkomariah@gmail.com\*



e-ISSN: 2987-811X

**MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin**

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 2 No. 2 Juni 2024

Page: 951-960

## Article History:

Received: 28-05-2024

Accepted: 03-06-2024

**Abstrak** : Promosi dalam ranah pendidikan adalah bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh satuan pendidikan dengan tujuan meningkatkan nilai pelanggan, menginformasikan, mempengaruhi, dan meningkatkan capaian yang telah ditetapkan, dan mengubah sikap dan tingkah laku pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja metode promosi yang digunakan dalam mempromosikan pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani kepada masyarakat khususnya di wilayah Indragiri Hilir Riau. Penelitian ini menganalisis metode tersebut dengan pendekatan studi kasus kualitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan efektivitas metode promosi pendidikan dalam meningkatkan partisipasi pesantren dalam pendidikan formal dan nonformal. Ada dua metode yang digunakan pondok pesantren dalam mempromosikan lembaga pendidikannya yaitu: pertama, Pemilihan metode promosi yang diterapkan pondok pesantren An-Nurani adalah metode promosi offline (konvensional) melalui brosur, baliho, poster dan sejenisnya. Selain itu promosi juga dilakukan dengan cara sosialisasi ke sekolah-sekolah, membuat promosi diskon atau beasiswa, dan promosi dari mulut ke mulut. Kedua, Metode promosi online (kontemporer) yaitu: membuat website sekolah, mempromosikan sekolah melalui media audio visual (YouTube dan TikTok). Pondok pesantren Ummul Qur'an An Nurani telah menerapkan beberapa metode promosi pendidikan baik online maupun offline. Oleh karena itu, santri yang ada di Pondok Pesantren An Nurani berasal dari beberapa daerah dan mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ketahunnya.

**Kata Kunci** : Metode; Promosi; Pendidikan; Pesantren

## PENDAHULUAN

Promosi pendidikan menjadi isu penting dalam upaya meningkatkan kesadaran akan pentingnya pendidikan dan memperluas akses pendidikan ke seluruh lapisan masyarakat. Beberapa isu terkait yang tengah hangat dibicarakan meliputi

penggunaan media digital sebagai sarana promosi pendidikan yang efektif dengan jangkauan luas. Promosi pendidikan berperan penting dalam membentuk opini publik tentang pentingnya pendidikan serta mengedukasi bahwa semua individu memiliki kesempatan yang sama dalam mendapatkan pendidikan yang berkualitas.<sup>1</sup> Meskipun menjadi platform utama untuk menyebarkan informasi, media sosial juga membawa risiko distraksi dan penyebaran informasi tidak valid.

Menurut Buchari Alma dan Ratih Huriyati dalam Pratiwi, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.<sup>2</sup> Menurut Herdiana promosi adalah suatu bauran pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan nilai pelanggan atau membangun ekuitas merek dalam ingatan pelanggan.<sup>3</sup>

Dapat disimpulkan bahwa promosi adalah bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh satuan pendidikan tertentu dengan tujuan meningkatkan nilai pelanggan, menginformasikan, mempengaruhi, dan meningkatkan capaian yang telah ditetapkan, dan mengubah sikap dan tingkah laku pembeli. Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.<sup>4</sup> Tujuan promosi pendidikan, mencakup perluasan akses pendidikan, peningkatan mutu dan relevansi pendidikan, serta pembinaan generasi muda. Peran promosi pendidikan sangat penting dalam meningkatkan kesadaran akan nilai pendidikan, menciptakan lingkungan belajar yang baik, dan memperbaiki sistem pendidikan secara keseluruhan. Namun, kendala seperti keterbatasan ekonomi dan minimnya infrastruktur teknologi dapat menjadi tantangan dalam mencapai tujuan promosi pendidikan yang diinginkan. Diperlukan upaya bersama untuk mengatasi kendala-kendala tersebut guna memastikan pendidikan yang berkualitas dapat diakses oleh semua kalangan.<sup>5</sup>

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja metode promosi yang digunakan dalam mempromosikan pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani kepada masyarakat.

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian ini termasuk dalam jenis deskriptif yang bersifat kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Meskipun ada angka-angka akan tetapi sifatnya hanya sebagai penunjang. Data yang diperoleh meliputi catatan lapangan, foto, dokumen pribadi dan lain-lain.<sup>6</sup> Penelitian kualitatif mempunyai dua tujuan utama yakni menggambarkan dan mengungkapkan atau menjelaskan fenomena yang

---

<sup>1</sup>Umi Nur Fadhilah (2017). *Ini 3 Isu Utama Pendidikan di Indonesia*. Diakses pada 15 April 2024 di [Ini 3 Isu Utama Pendidikan di Indonesia | Republika Online](#).

<sup>2</sup>Eka, Zakiyah Pratiwi. 2017. *Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru*. Surakarta: IAIN, hal. 15

<sup>3</sup>Herdiana, Nana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, hal. 156

<sup>4</sup>Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press. Hal 121

<sup>5</sup>Samhis Setiawan (2024). *Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli*. Diakses pada 15 April 2024 di ["Promosi" Pengertian Menurut Para Ahli & \( Tujuan - Fungsi \) \(gurupendidikan.co.id\)](#)

<sup>6</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Cet. I; Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), hlm. 51.

terjadi di tempat penelitian.<sup>7</sup> Penelitian ini telah dilaksanakan di Pondok Pesantren Ummul Qur'an Annurani Provinsi Riau. Adapun metode dan prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Observasi, wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya dilakukan analisis data dengan melakukan langkah-langkah: observasi lapangan, tahap analisis data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Metode Promosi Pendidikan di Pondok Pesantren An- Nurani

Dalam rangka menarik minat calon siswa, setiap lembaga pendidikan akan melaksanakan promosi pendidikan setiap tahunnya. Penerimaan siswa baru di sekolah merupakan aspek yang krusial karena hal ini merupakan langkah awal bagi penyelenggaraan kegiatan pendidikan di sekolah. Untuk menarik minat siswa baru pada tahun ajaran yang baru, sekolah umumnya melakukan berbagai upaya promosi. Meskipun promosi dilakukan melalui berbagai media penelitian menunjukkan bahwa pengaruh media dalam mempengaruhi pilihan sekolah oleh calon siswa relatif kecil. Lebih banyak lagi, opini dan reputasi sekolah sendiri yang memainkan peran penting dalam keputusan calon siswa dan orang tua dalam memilih sekolah. Meskipun promosi sekolah dianggap memiliki dampak yang terbatas dalam pengambilan keputusan siswa, namun tetap merupakan faktor yang berpengaruh meskipun dalam tingkat yang lebih kecil dengan menerapkan metode promosi yang sesuai.<sup>8</sup> Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi diketahui bahwa Pondok pesantren menerapkan beberapa metode untuk mempromosikan pondok pesantrennya yakni melakukan periklanan baik secara *online* maupun *offline*.

#### 1. Metode Promosi *Offline* (Konvensional)

Metode ini adalah metode promosi yang dipakai oleh kebanyakan sekolah terutama sebelum masa pandemi. Seperti kebanyakan sekolah, teknik ini menggunakan media fisik maupun tatap muka. Diantaranya:

##### a. Membuat brosur, baliho, poster dan sejenisnya

Promosi dengan cara ini adalah metode promosi yang paling lazim digunakan. Biasanya media fisik seperti brosur dibagikan kepada calon siswa dan orang tua calon siswa. Sedangkan baliho dan poster ditempatkan atau ditempelkan di tempat-tempat strategis semisal pinggir jalan raya atau papan pengumuman di sekolah lain yang jenjang pendidikannya lebih rendah. Cara ini masih tergolong efektif dengan catatan bahwa penerima media promosi fisik adalah orang yang tepat sesuai dengan target yang dikehendaki oleh pihak sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Nurul Istiqomah menjelaskan: *“Selain meningkatkan mutu lulusan atau alumni kita berencana untuk lebih meningkatkan promosi pesantren melalui media sosial dan juga media visual seperti menyebarkan brosur dan memasang beberapa spanduk, walaupun kita sudah mencetak brosur tapi untuk saat ini kita tidak sebar secara langsung ke*

<sup>7</sup>Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* Cet. IV; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 60.

<sup>8</sup>Tyagita, B. P. A. (2016). Strategi pemasaran sekolah menengah atas swasta berasrama di Kabupaten Semarang 1. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(1), 67-79.

*masyarakat hanya jika ada calon santri atau wali santri yang datang untuk mencari informasi*<sup>9</sup>.

Dari hasil wawancara dengan jelas disebutkan bahwa panitia PPDB tidak melakukan penyebaran brosur secara langsung, akan tetapi brosur hanya diberikan kepada santri/wali santri yang datang ke pesantren untuk mencari informasi. Walaupun tidak disebarkan luaskan mereka tetap melakukan promosi di sosial media.

b. Sosialisasi ke sekolah lain

Cara efektif lainnya adalah dengan menyelenggarakan sosialisasi ke sekolah lain yang jenjangnya lebih rendah. Cara ini bisa dilakukan jika pihak sekolah ingin memperkenalkan sekolahnya kepada calon siswa agar mendapatkan perhatian dari calon siswa. Dalam melakukan promosi sekolah, pihak sekolah perlu menyiapkan tim sosialisasi dan memiliki pemahaman terhadap promosi sekolah. Melalui tim promosi yang merupakan bagian penting dari Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) harus melakukan berbagai metode promosi yang kreatif dan efektif untuk mendatangkan siswa baik ke sekolah (mendaftar) secara langsung atau melalui *website* PPDB *online*. Kegiatan yang dapat dilakukan saat sosialisasi ke sekolah lain bisa berupa memperkenalkan profil sekolah, fasilitas keunggulan sekolah, beasiswa, prestasi akademik dan non akademik, ekstrakurikuler, serta menjawab keraguan para calon siswa dalam memilih sekolah.

c. Membuat promo diskon atau beasiswa

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan, diketahui bahwa pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani juga menerima calon santri yang telah lulus dari SMA/MA sederajat jika ingin mengambil program Tahfidz Qur'an di pondok pesantren tersebut dengan biaya yang lebih murah dari calon santri yang tamat MI atau MTs untuk melanjutkan pendidikan, namun walaupun hanya mengikuti program tahfidz Qur'annya saja, calon santri tersebut tetap harus mengikuti segala aturan yang telah ditetapkan sama seperti para santri lainnya yaitu tidak boleh membawa *handphone*.

Sampai saat ini, promosi jenis ini masih banyak dipakai. Pemberian diskon bagi calon siswa yang mendaftar pada awal periode PPDB merupakan langkah jitu. Selain menguntungkan bagi pihak sekolah yaitu memastikan kuota siswa terpenuhi, pihak calon siswa atau orang tua siswa juga mendapatkan keuntungan berupa biaya yang terjangkau. Cara ini sangat efektif dilakukan jika calon siswa atau orang tua calon siswa sudah mengenal dekat dengan sekolah terlebih jika sudah ada kecenderungan memiliki rencana akan melanjutkan di sekolah tersebut. Pemberian beasiswa bagi siswa berprestasi juga akan menguntungkan pihak sekolah, misalkan dengan membebaskan dari biaya sumbangan uang gedung. Hal ini bisa menaikkan prestasi sekolah baik akademik maupun non-akademik sesuai dengan kemampuan siswa.

d. Promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*)

Teknik promosi konvensional yang paling ampuh adalah metode promosi dari mulut ke mulut. Teknik tidak bisa dibangun dengan instan. Pihak sekolah

---

<sup>9</sup>Wawancara bersama ustadzah Nurul Istiqomah

harus mampu memberikan layanan pendidikan terbaik bagi para siswa-siswinya terlebih dahulu. Sehingga mereka merasakan manfaatnya. Jika para alumni mendapatkan manfaat yang signifikan, maka tanpa diminta pun mereka akan dengan senang hati merekomendasikan sekolahnya. Bahkan tidak perlu menunggu para siswa itu lulus dulu, jika pelayanan pendidikan sekolah benar-benar berkualitas, mereka pun akan suka rela memberikan rekomendasi bagi kenalannya atau kerabatnya. Jika suatu sekolah telah mencapai titik ini, promosi sekolah menjadi hal yang mudah. Tugas sekolah hanya terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada siswa-siswinya.

Berdasarkan data wawancara diketahui bahwa Pondok pesantren Ummul Qur'an An Nurani mempromosikan pesantrennya melalui mulut ke mulut hal ini sebagaimana hasil wawancara bersama Ustadzah Intan Kumala Dewi selaku Panitia PPDB:

*"Kalau dari saya pribadi sebagai alumni dari pondok ini metode yang saya gunakan saat mempromosikan pondok ini adalah dengan secara lisan, bilang ke orang-orang bagi anak putrinya yang sudah lulus MI atau MTs kalau mau mondok bisa di parit 15, karena pondok ini khusus untuk putri"*<sup>10</sup>. Lebih lanjut hasil wawancara bersama Ustadzah Sulis Stiawati selaku kepala MA Ummul Qur'an Annurani:

*"Kami tidak memaksakan siapa pun anak itu ingin mondok di sini. Jadi saat mempromosikan itu kami hanya lewat lisan ke lisan bisa juga lewat WA, atau sebar brosur tidak ada beristilah kami dari pihak pondok terjun ke sekolah lain."*<sup>11</sup>

## 2. Metode Promosi Online (Kontemporer)

Metode ini muncul karena kemajuan teknologi dan juga karena tuntutan jaman. Melihat semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia, rasanya rugi jika suatu sekolah tidak memanfaatkan media *online* sebagai sarana promosi.

Hasil survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.<sup>12</sup> Dan penetrasi pengguna internet 75% berusia 13-18 tahun (usia sekolah). Tentu pihak sekolah tidak boleh menyalahgunakan kesempatan ini. Karena potensi yang sangat besar itulah promosi *online* merupakan salah satu kesempatan emas pihak sekolah dalam melakukan promosi. Di antara teknik promosi *online* adalah sebagai berikut:

### a. Membuat *website* sekolah

Cara paling mudah dalam melakukan promosi *online* adalah dengan membuat *website* sekolah. Namun membuat *website* sekolah tidak bisa asal-asalan jika sekolah menghendaki *website* dikunjungi oleh banyak orang. Dengan *website* sekolah, calon siswa akan mudah memperoleh informasi tentang sekolah yang

<sup>10</sup>Wawancara bersama ustadzah Intan Kumala Dewi.

<sup>11</sup>Wawancara bersama Ustadzah Sulis Stiawati

<sup>12</sup>APJII Jumlah pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diakses tanggal 27 Februari 2024. [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-jutaorang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-jutaorang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023)

akan menjadi tempat belajar lanjutannya, tanpa harus repot mendatangi. Karena dengan mencari informasi via *online* hasilnya akan sama dengan mencari informasi langsung ke sekolah. Bedanya dengan cara *online* informasi bisa sampai ke calon pengguna jasa sekolah secara cepat tanpa kunjungan fisik. Beberapa sekolah mengalami kendala dalam pembuatan *website* sekolah, misalnya keterbatasan waktu maupun SDM sekolah untuk mengelola *website*. Sehingga pembuatan *website* sekolah masih menjadi pertimbangan dan mungkin belum mendapatkan solusi yang cocok. Penggunaan jasa pembuatan *website* juga dirasa belum mampu menjawab persoalan pengelolaannya pasca *website online*. Sehingga tampilan *website* sekolah statis tanpa banyak perubahan dan terkesan kurang aktif. Untuk menjadikan *website* terus *update* mau tidak mau harus dilakukan sendiri oleh pengelola, oleh karena itu jika pengelola merangkap tugas lain di sekolah maka harus mencari cara agar mudah dan cepat dalam membuat dan mengatur *website*. Berdasarkan hasil observasi, pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani baru-baru saja menggunakan *website* untuk melakukan pendaftaran *online* bagi calon santri yang lokasi tempat tinggalnya lumayan cukup jauh dari pesantren tersebut. Sebagai bukti maka peneliti melampirkan *link* brosur dari beberapa tahun terakhir untuk melihat perbedaannya:

<https://www.instagram.com/p/B836dr1Hj6R/?igsh=bjY4aHB2Yzho><sup>13</sup>

<https://www.instagram.com/p/CYYnlTpPnv/?igsh=MWU5dXlwc><sup>14</sup>

<https://www.instagram.com/p/ClTjMkIPnJY/?igsh=MWJrcDltY3Vo><sup>15</sup>

<https://www.instagram.com/p/C3tivllvVic/?igsh=dDVIYTBmbDJz><sup>16</sup>

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ustazah Nurul Istiqomah saat diwawancara:

*"Media yang kita gunakan media offline dan online. Untuk Penerimaan Santri Baru pun kita fasilitasi offline dengan bisa langsung datang ke pesantren dan bagi masyarakat yang di daerah yang jauh jarak tempuhnya untuk ke pesantren kita menyediakan link pendaftaran online untuk memudahkan masyarakat untuk mendaftar dan mencari informasi."*<sup>17</sup> Adapun *link website PPDB online Pondok Pesantren Ummul Qur'an Annurani*: <https://bit.ly/ppdbuqa2024>.

b. Mempromosikan sekolah melalui media sosial

Selain membuat *website*, pihak sekolah juga bisa melakukan promosi melalui media sosial baik Facebook, Twitter maupun Instagram yang saat ini merupakan top media sosial di Indonesia. Dengan media sosial sekolah dapat berinteraksi secara intens dengan pengguna dan calon pengguna jasa sekolah. Ini akan menambah nilai lebih dari segi kedekatan hubungan, dan pada akhirnya akan berdampak pada kepercayaan dan jumlah pendaftar di sekolah. Pemanfaatan media sosial oleh lembaga pendidikan sebagai alat promosi juga merupakan pilihan tepat saat ini, karena media sosial juga menjadi alat

<sup>13</sup>Link brosur tahun ajaran 2021/2022

<sup>14</sup>Link brosur tahun ajaran 2022/2023

<sup>15</sup>Link brosur tahun ajaran 2023/2024

<sup>16</sup>Link brosur tahun ajaran 2024/2025

<sup>17</sup>Wawancara bersama ustazah Nurul Istiqomah.

aktivitas pemasaran digital. Menurut penelitian Muhammad Nasih yang menyatakan bahwa tujuan didirikannya media sosial disekolah tidak hanya sebagai sarana informasi bagi orang tua siswa, tetapi juga digunakan sebagai strategi pemasaran sebuah sekolah, yaitu sebagai alat untuk mempromosikan rekrutmen potensial pelajar karena media sosial mempermudah mempresentasikan sekolah kepada konsumen sasaran yang tepat sebagai proses *branding* dan periklanan sekolah.<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil observasi, pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani telah aktif menggunakan media sosial sebagai metode promosi berbasis *online*, bukan hanya sebagai wadah promosi melainkan juga sebagai tempat dokumentasi kegiatan santri. Berikut *link* sosial media pondok pesantren Ummul Qur'an annurani:

Facebook: <https://www.facebook.com/100083017166225/posts/385466357563933/?app=fbl>

Instagram: <https://www.instagram.com/p/C3tivllvVIc/?igsh=dDVIYTBmbDJzZDY5>

c. Promosi melalui media audio visual (Youtube dan TikTok)

Promosi *online* lainnya yang juga tidak kalah efektif dan menarik adalah melalui media audio visual atau video yang *diupload* di *channel* youtube dan akun TikTok sekolah. Promosi dengan media ini akan memudahkan calon siswa atau orang tua calon siswa mengenal sekolah lebih dekat. Dan harapannya dapat meningkatkan angka pendaftaran peserta didik di sekolah.

TikTok merupakan media sosial yang termasuk kategori pemain baru di Indonesia. Namun, minat pengguna media sosial asal China sudah cukup tinggi. Menurut direktur Pemasaran TikTok, Dina Bhirawa, TikTok memiliki 10 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia. Di sisi lain, jumlah pengguna per hari mencapai 5 juta pengguna. Ternyata data ini nyatanya sedikit diketahui oleh aktivitas media sosial dan internet di Indonesia. Hal itu bisa terjadi disebabkan karena TikTok masih merupakan pemain baru dan pengguna mayoritas adalah remaja dan anak-anak. Dilansir dari laman Sindo News menyebutkan bahwa pengguna TikTok terbesar di Indonesia adalah didominasi oleh remaja dan dewasa muda dengan rentan usia 16-24 tahun. Seiring berjalannya waktu, aplikasi TikTok.

Berdasarkan hasil observasi, pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani juga menggunakan media audio visual seperti YouTube dan TikTok, namun untuk saat ini media tersebut belum terlalu berkembang karena isi dari video tersebut banyak mengenai dokumentasi kegiatan santri saja seperti acara-acara hari besar Islam.

Link YouTube: <https://youtube.com/@ummulquranannurani>

Link TikTok: <https://vt.tiktok.com/ZSFnDPwjD>

Dari ketiga media *online* di atas, ada baiknya jika pihak sekolah mengombinasikan ketiganya. Dengan ketiga macam media promosi *online* itu,

---

<sup>18</sup>Nasih dan Ghozaly (2021). "Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Perekrutan Peserta Didik baru di SMP Plus Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi." Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID), 3(2), 270-291. DOI: <https://doi.org/10.30739/jmpid.v3i2.1320>

suatu sekolah akan terlihat lebih elegan, profesional dan meningkatkan kepercayaan di mata masyarakat.

## B. Hasil Promosi di Ummul Qur'an An- Nurani

Tidak dapat dipungkiri bahwa promosi pendidikan memiliki peranan penting untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Agar tujuan promosi dapat mencapai hasil yang diharapkan, maka kepala sekolah perlu mengembangkan strategi promosi yang tepat. Strategi pemilihan metode promosi pendidikan adalah tentang bagaimana sekolah memilih cara atau metode yang efektif untuk mempromosikan atau mengiklankan pendidikan kepada masyarakat agar mereka tertarik dan terlibat dalam program pendidikan yang ditawarkan. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian orang-orang, meningkatkan minat calon siswa, mengingatkan masyarakat tentang layanan pendidikan, mengubah persepsi, serta membantu dalam memilih masyarakat tentang layanan pendidikan. Dengan memilih metode promosi yang tepat, suatu lembaga pendidikan dapat mencapai lebih banyak orang dan mempengaruhi mereka untuk mengambil bagian dalam pendidikan.

Setiap strategi yang dikembangkan harus menjawab suatu pertanyaan “bagaimana” yaitu bagaimana kemajuan harus dilakukan untuk mencapai suatu sasaran.<sup>19</sup> Strategi dalam memilih cara untuk mempromosikan lembaga pendidikan harus disesuaikan dengan tujuan, target *audiens*, dan target yang ingin dicapai. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam memilih metode promosi pendidikan termasuk tujuan, target *audiens*, dan target lembaga pendidikan. Adapun tahapan strategi yang dapat digunakan sebagai berikut:<sup>20</sup>

**Tabel 1.** Data Jumlah Santri Pondok Pesantren Ummul Qur'an Annurani

NO	TAHUN AJARAN	JUMLAH		TOTAL
		MTS	MA	
1	2019/2020	93	60	153 Orang
2	2020/2021	120	90	210 Orang
3	2021/2022	108	76	184 Orang
4	2022/2023	115	75	190 Orang
5	2023/2024	115	82	197 Orang

Sumber : Data Panitia PPDB Pondok Pesantren Ummul Qur'an Annurani

Dari tabel di atas dapat terlihat jelas bahwa setiap tahunnya pondok pesantren Ummul Qur'an Annurani terus mendapatkan peningkatan jumlah santri terlebih lagi pada tahun ajaran 2020/2021. Namun, pada tahun setelahnya yaitu 2021/2021 terjadi penurunan pemasukan jumlah santri. Hal tersebut terjadi dikarenakan muatan bangunan yang tidak cukup untuk menampung banyak santri.

Dari penjelasan di atas dapat peneliti perkuat dengan hasil wawancara bersama Kepala MA Ummul Qur'an Annurani Ibu Sulis Stiawati sebagai berikut:

“Kalau yang namanya lembaga pendidikan pasti perkembangan tahun ada terjadi peningkatan dan penurunan santri, waktu awal-awal saya mengajar di sini tahun 2017, saat itu jumlah santri MA nya masih sekitar 31 orang. Jika melihat data memang ada terjadi penurunan, hal itu disebabkan karena jumlah daya tampung lokasi kami yang tidak cukup dan ada bangunan yang belum siap jadi terpaksa harus

<sup>19</sup>Kamus besar, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Balai Pusat, 2000), hal. 75.

<sup>20</sup>Cara Promosi Sekolah yang Efektif untuk Mengoptimalkan PPDB: diakses tanggal 06 Mei 2021 pukul 11.59: <https://mysch.id/blog/detail/72/cara-promosi-sekolah-yang-efektif-untuk-mengoptimalkan-ppdb>

kita batasi. Sekarang juga kita batasi standar 150 orang untuk MTs dan MA. Sebenarnya tiap tahun santri kami terus-terus meningkat tapi dari pihak kami yang belum bisa memenuhi kuota santri karena bangunan tadi.”<sup>21</sup>

Sebagai bahan penyempurnaan penelitian ini, peneliti juga melampirkan studi relevan dari penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian yang diselenggarakan oleh Asep Robbie Maulana Darmawan pada tahun 2023 dengan judul penelitian “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMP Al Muttaqin Tasikmalaya” sebagai berikut:<sup>22</sup>

SMP Al Muttaqin merupakan sekolah menengah pertama dengan model *full day school dan boarding School*, selain memberikan layanan kebutuhan akademik umum namun juga memperhatikan aspek spiritual peserta didik. Sesuai dengan visi sekolah tersebut yakni menjadikan sekolah yang unggul dan terdepan dalam akhlak, bahasa, tahfizh dan sains yang berlandaskan iman dan taqwa. Hal tersebut menjadi salah satu keunggulan SMP Al Muttaqin yang ditawarkan kepada sasaran pelanggannya. Sehingga sampai saat ini SMP Al Muttaqin mendapat kepercayaan dari masyarakat sekitar, terlihat dari data Penerimaan Peserta Didik Baru 5 tahun terakhir.

**Tabel 2.** Data SMP Al Muttaqin PPDB Tahun 2017-2022

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Siswa
1	2017/2018	236 siswa
2	2018/2019	242 siswa
3	2019/2020	248 siswa
4	2020/2021	248 siswa
5	2021/2022	240 siswa

Jika dilihat dari tabel di atas, pada tahun terakhir di tahun ajaran 2021- 2022 SMP Al Muttaqin mengalami penurunan angka penerimaan peserta didik baru. Hal ini mempertegas bahwa promosi yang dilakukan oleh SMP Al Muttaqin ini tidak selalu berjalan sesuai dengan rencana, terlebih banyak sekolah baru bermunculan yang menawarkan program-program unggulan dengan biaya yang lebih terjangkau. Masalah lain pun banyak bermunculan, seperti persepsi masyarakat tentang lembaga pendidikan unggulan yang tidak dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat karena biaya yang mahal.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Metode promosi pendidikan merupakan upaya untuk mengingatkan dan membujuk konsumen mengenai keberadaan, manfaat, dan keunggulan jasa pendidikan. Metode promosi pendidikan sangat penting dalam meningkatkan kesadaran, minat, dan penerimaan siswa baru di lembaga pendidikan. Pemilihan metode promosi harus disesuaikan dengan tujuan, target *audiens*, dan target lembaga pendidikan yang ingin dicapai. Adapun metode promosi yang digunakan oleh Pondok Pesantren Ummul Qur’an Annurani adalah metode promosi *offline* (konvensional): (1) Membuat brosur, baliho, poster dan sejenisnya, Sosialisasi ke sekolah lain (2) Membuat promosi diskon atau beasiswa, dan (3) Promosi dari mulut ke mulut. Metode promosi

<sup>21</sup>Wawancara bersama ustadzah Sulis Stiawati.

<sup>22</sup>Asep Robbie Maulana Darmawan (2023). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMP Al Muttaqin Tasikmalaya. Skripsi.

*online* (kontemporer) yakni membuat *website* sekolah, mempromosikan sekolah melalui media sosial, dan promosi melalui media audio visual (Youtube dan TikTok). Dari promosi yang dilakukan, minat santri untuk dapat mondok di pesantren terus mengalami kemajuan, apabila terjadi penurunan tidak mengalami penurunan yang signifikan. Promosi yang dilakukan oleh SMP Al Muttaqin ini tidak selalu berjalan sesuai dengan rencana, terlebih banyak sekolah baru bermunculan yang menawarkan program-program unggulan dengan biaya yang lebih terjangkau. Masalah lain pun banyak bermunculan, seperti persepsi masyarakat tentang lembaga pendidikan unggulan yang tidak dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat karena biaya yang mahal.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anonim, Kamus besar, Manajemen Strategik. Jakarta: Balai Pusat, 2000.
- [2] APJII Jumlah pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diakses tanggal 27
- [3] Eka, Zakiyah Pratiwi. 2017. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru. Surakarta: IAIN.
- [4] Februari 2024. [https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-jutaorang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20\(APJII\)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023Asep Robbie Maulana Darmawan \(2023\). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik di SMP Al Muttaqin Tasikmalaya. Skripsi.](https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-jutaorang#:~:text=Asosiasi%20Penyelenggara%20Jasa%20Internet%20Indonesia%20(APJII)%20mengumumkan%20jumlah%20pengguna%20internet,jiwa%20penduduk%20Indonesia%20tahun%202023Asep%20Robbie%20Maulana%20Darmawan%20(2023).%20Strategi%20Promosi%20dalam%20Meningkatkan%20Minat%20Calon%20Peserta%20Didik%20di%20SMP%20Al%20Muttaqin%20Tasikmalaya.%20Skripsi.)
- [5] Herdiana, Nana Abdurrahman. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [6] Nasih dan Ghozaly (2021). "Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Perekrutan Peserta Didik baru di SMP Plus Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi." Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID), 3(2), 270-291. DOI: <https://doi.org/10.30739/jmpid.v3i2.1320>
- [7] Nana Syaodih Sukmadinata, Metode Penelitian Pendidikan Cet. IV; Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008
- [8] Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Malang: UB Press.
- [9] Samhis Setiawan, Pengertian Promosi – Tujuan, Fungsi, Komponen, Bentuk, Para Ahli. Diakses pada 15 April 2024 di "Promosi" Pengertian Menurut Para Ahli & ( Tujuan - Fungsi ) ([gurupendidikan.co.id](http://gurupendidikan.co.id)). 2024
- [10] Sudarwan Danim, Menjadi Peneliti Kualitatif. Cet. I; Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002.
- [11] Tyagita, B. P. A. (2016). Strategi pemasaran sekolah menengah atas swasta berasrama di Kabupaten Semarang 1. Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan, 3(1), 67-79
- [12] Umi Nur Fadhilah (2017). Ini 3 Isu Utama Pendidikan di Indonesia. Diakses pada 15 April 2024 di Ini 3 Isu Utama Pendidikan di Indonesia | Republika Online.