

STRATEGI PEMASARAN SD SWASTA ISLAM AL-FATIH TANJUNG MORAWA DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB)

Ahmad Syafrizal*

Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah, Deli Serdang

*corresponding Email: ahmadsyahrizal2005@gmail.com

Abstract

This research originated from a phenomenon that occurred at Al-Fatih Islamic Private Elementary School (SD) in Bangun Sari Baru village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency, North Sumatra. Al-Fatih Islamic Private Elementary School which is a beginner school and has only graduated three batches but when admitting new students, the number of registrants exceeds its capacity. Therefore, this study wants to find out how the marketing strategy of SD Swasta Islam Al-Fatih Tanjung Morawa in the acceptance of new students (PPDB). In this study, the type of research used is qualitative research with a descriptive approach, in data collection techniques researchers use observation, interviews and documentation. The data analysis technique refers to the opinion of Miles and Humberman with the stages of data collection analysis, data reduction, data presentation and data verification. The results of this study show that the marketing strategy that has been carried out by Al-Fatih Islamic Private Elementary School in PPDB is effective and efficient by utilising the promotion of the school's flagship program, namely tahfız Al-Qur'an, establishing good interpersonal relationships between schools and student guardians and the effectiveness of organizational management of the PPDB committee.

Keywords: Marketing Strategy, SD Swasta Islam Al-Fatih, PPDB

Abstrak


Penelitian ini berawal dari suatu fenomena yang terjadi di Sekolah Dasar (SD) Swasta Islam Al-Fatih di desa Bangun Sari Baru Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara. SD Swasta Islam Al-Fatih yang merupakan sekolah tergolong pemula dan baru menamatkan tiga angkatan namun saat penerimaan peserta didik baru, jumlah pendaftar melebihi kapasitas yang dimiliki. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran SD Swasta Islam Al-Fatih Tanjung Morawa dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB). Dalam penelitian ini, jenis penelitian digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data merujuk kepada pendapat Miles dan Humberman dengan tahapan analisis pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang telah dilakukan SD Swasta Islam Al-Fatih dalam PPDB ternyata efektif dan efisien dengan memanfaatkan promosi program unggulan sekolah, yaitu tahfız Al-Qur'an, menjalin hubungan interpersonal secara baik antara sekolah dengan wali murid serta efektivitas pengelolaan organisasi panitia PPDB.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SD Swasta Islam Al-Fatih, PPDB

Article Info

Article History:

Received: 02-05-2024, Accepted: 03-12-2024, Publish: 29-12-2024

 : 10.51590/bashirah.v5i2.754



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Sekolah didalam memajukan kualitas instansinya tentu memiliki strategi yang relevan didalam persaingan antar lembaga pendidikan. Dalam hal ini lembaga memiliki strategi pemasaran dalam peningkatan kuantitas peserta didik barunya, oleh karenanya strategi pemasaran kini telah menjadi instrumen yang krusial dalam kesuksesan suatu lembaga pendidikan, terlebih saat penerimaan peserta didik baru (PPDB). Dalam hal ini strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam menarik perhatian orang tua calon siswa didik baru agar menyekolahkan anaknya dilembaga pendidikan tersebut.

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan kegiatan yang terencana didalam penyampaian keunggulan, serta value akan produk dan jasa kepada target pasar yaitu konsumen itu sendiri, kemudian menimbulkan ketertarikan, trust, dan sikap loyal.¹

Persaingan antar lembaga pendidikan sendiri tidak hanya memberikan manfaat dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru, melainkan juga bermanfaat dalam menciptakan elektabilitas positif pada lembaga pendidikan di tengah-tengah kompetisi antar lembaga yang kian hari semakin ketat. Dengan lembaga menerapkan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan suatu lembaga pendidikan mampu menarik calon peserta didik meskipun sekolah tersebut baru bergabung ditengah-tengah masyarakat.

Dalam pengaplikasiannya dalam dunia pendidikan, strategi pemasaran telah menunjukkan kerbermanfaatan lewat berbagai pendekatan. Syahrial Labaso dalam salah satu penelitiannya menunjukkan bahwa lembaga pendidikan yang mampu memanfaatkan kompetensi unggulan yang dimiliki sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam sehingga dapat menyasar masyarakat muslim memiliki daya tarik yang lebih tinggi.² Sama halnya dengan penelitian Aditia Fradito, dkk menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran pendidikan sangat bergantung pada kemampuan sekolah dalam membangun kerjasama yang efektif dan berkelanjutan antara pihak sekolah dan orang tua.³ Dalam hal ini, strategi pemasaran bukan hanya tentang promosi program unggulan sekolah, tetapi juga tentang membangun hubungan timbal balik yang bersifat berkelanjutan. Hal yg sama dilakukan SD Swasta Islam Al-Fatih dalam pemasarannya.

Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap SD Swasta Islam *Al-Fatih* dilakukan promosi dan pemasaran yang masif. Salah satunya adalah melalui penggunaan media sosial,

¹ Kotler, P., & Armstrong, G, *Principles of Marketing* (Gary Armstrong, University of North Carolina, 2018), h.96

² Syahrial Labaso, “*Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*” (Jurnal: UIN Sunan Kalijaga, 2018) Jil.3, No. 2

³ Aditia Fradito, dkk, “*Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*” (Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam, 2020) Jil. 10, No. 1

facebook, brosur, dan sepanduk. Melibatkan para guru, wali murid, dan pihak-pihak yg terkait lainnya juga tak kalah penting. Kerjasama dengan pemerintah dan dinas terkait, agenda perlombaan dapat menjadi strategi cukup efektif.

Menjaga kualitas program unggulan juga perlu diperhatikan. Memberikan hasil yang memuaskan wali muird akan keberhasilan program dan meningkatkan fasilitas dan layanan sekolah yang dapat menciptakan stikma positif dan meningkatkan hubungan baik dengan wali murid.

Gambar 4: Periklanan PPDB



Sumber: Facebook, Dokumentasi peneliti dan Arsip Sekolah

Sekolah ini juga memiliki program unggulan, yaitu *tahfız* Al-Qur'an, yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi masyarakat. Selain itu, hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dan wali murid serta pengelolaan panitia PPDB yang terstruktur dan terorganisir juga memberikan kontribusi besar pada keberhasilan strategi pemasaran sekolah. Dalam hal ini, peneliti melihat kesenjangan yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama pada sekolah-sekolah yang baru berdiri. Fenomena ini menunjukkan adanya keberhasilan strategi pemasaran yang efektif serta efisien, namun disatu sisi kajian mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan masih sedikit.

Tabel 1: Riwayat PPDB SD Swasta Islam Al-Fatih

No	Tahun Ajaran	Jumlah Pendaftar
1	2016/2017	20 Orang
2	2017/2018	20 Orang

3	2018/2019	40 Orang
4	2019/2020	56 Orang
5	2020/2021	66 Orang
6	2021/2022	87 Orang

Sumber: Kepala SD Swasta Islam *Al-Fatih*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan peningkatan jumlah siswa-siswi SD Swasta Islam *Al-Fatih* dalam enam tahun terakhir, dimana di tahun pertamanya hanya menerima 20 siswa baru. SD Swasta Islam *Al-Fatih*, sekolah yang baru menamatkan tiga angkatan, namun telah berhasil menarik jumlah pendaftar yang melebihi kapasitasnya dalam satu kelas. Menurut Badan Pusat Statistik Deli Serdang pada tahun 2018 jumlah sekolah dasar di kecamatan Tanjung Morawa mencapai 108 sekolah. SD Swasta Islam *Al-Fatih* harus bersaing dengan 53 sekolah negeri, 24 sekolah swasta dan 31 madrasah ibtidaiyah negeri dan swasta dan ini belum termasuk sekolah non-formal setingkat sekolah dasar atau madrasah.⁴

Agar penelitian ini tidak jauh dari pembahasan, pemeneleti hanya fokus tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini tidak menganalisis mendalam sampai kurikulum sekolah, manajemen organisasi sekolah, atau aspek finansial lainnya. Pendekatan ini bertujuan agar memberikan fokus lebih pada strategi komunikasi pemasaran dan seberapa bsesar pengaruhnya terhadap keberhasilan PPDB. Fokus permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran SD Swasta Islam *Al-Fatih* dalam PPDB. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi program unggulan sekolah, yaitu *tahfız* Al-Qur'an, bagaimana hubungan interpersonal antara sekolah dengan wali murid serta seberapa efektivitas pengelolaan organisasi panitia PPDB.

Materi dan Metode Penelitian

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan serangkaian tahapan yang dilakukan oleh sebuah organisasi/lembaga untuk menciptakan suatu *value* bagi konsumen untuk mendapatkan keuntungan dan *feedback*. Dalam dunia pendidikan, strategi ini berkonsentrasi pada cara

⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang, *Kecamatan Tanjung Morawa Dalam Angka* (Tanjung Morwa: BPS Kabupaten Deli Serdang, 2019), h. 29.

menyampaikan informasi mengenai program yang sekolah miliki kepada calon peserta didik dan orang tua mereka.

Philip Kotler berasumsi bahwa strategi pemasaran adalah suatu bentuk pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mendapatkan maksud dan tujuan dari pemasaran itu sendiri. Strategi pemasaran terdiri dari berbagai strategi bersifat spesifik yang diperuntukan bagi target pasar, bauran pemasaran, *positioning* dan *budgeting*. Jadi, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian rencana yang terpadu, terstruktur dan menyeluruh pada bidang pemasaran, yang memberfungsi sebagai pijakan dalam mengarahkan seluruh tahapan yang akan dijalankan agar tercapainya maksud dan tujuan sekolah.⁵

Penelitian Muhaimin berasumsi bahwa pemasaran yang dilakukan sekolah berfungsi untuk membangun citra positif bagi lembaga itu sendiri dan meningkatkan kuantitas calon peserta didik. Maka dari pada itu, tujuan pemasaran dilakukan sekolah harus punya orientasi pada target pasar yaitu peserta didik. Dalam hal inilah perlunya lembaga pendidikan untuk paham tentang kebutuhan apa yang diinginkan agar mau bersekolah di sekolah tersebut.⁶

Konsep kunci dari penelitian Strategi Pemasaran SD Swasta Islam Al-Fatih dalam PPDB, yaitu: strategi pemasaran yang dengan tujuan untuk mengetahui promosi program unggulan sekolah, yaitu *taḥfīz* Al-Qur'an, bagaimana hubungan interpersonal antara sekolah dengan wali murid serta seberapa efektivitas pengelolaan organisasi panitia PPDB, melalui aspek pengenalan *promotion* dan *people* karena peneliti menganggap strategi pemasaran yang ideal dalam konteks pendidikan dalam studi ini sebagai berikut :

Promosi Keunggulan Sekolah

Program unggulan dapat diartikan menjadi suatu rangkaian kegiatan yang terprogram dengan sistematis dan terstruktur untuk menciptakan siswa yang bermutu saat lulus nantinya. Keunggulan dalam lulusan (output) yang dimaksud peneliti disini ada keunggulan siswa dalam bidang ilmu dasar dari daya nalar, daya tangkap dan akhlaknya serta penguasaan ilmu pengetahuan secara umum, mulai dari ekonomi, sosial, politik, sosiologi dan budaya termasuk dalam ilmu penerapannya yaitu mulai dari komunikasi dan lainnya.⁷

Sekolah diharuskan mampu menunjukkan hal yang jadi daya tarik dan minat lewat program-program unggulan yang dimiliki sekolah, walaupun program tersebut juga dimiliki oleh kompetitor lain akan tetapi sekolah harus memamerkan kualitas dari program sekolah

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007) hlm. 168-169

⁶ Aditia Fradito, dkk, "*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah*" (Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam) Vol. 10 No. 1, Juni 2020 hlm. 14

⁷ Titi Kurniati, "*Peningkatan Mutu Sekolah melalui Program Unggulan Berbasis Keagamaan*", (Jurnal Kependidikan: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto) Vol. 9, No. 1 Mei 2021, Hlm. 155

yang membuat orang tua calon peserta didik untuk tertarik, serta mempertahankan keunggulan dan kualitas program agar terus konsisten yang disebar luaskan kemedial sosial, media cetak, maupun pemasaran secara langsung.

Program unggulan berbasis agama adalah serangkaian tindakan yang dilaksanakan dalam urutan tertentu untuk mencapai keunggulan dalam hasil (output) pendidikan dengan menerapkan aktivitas keagamaan yang bersifat spiritual. Pemetaan program ini selaras dengan kebutuhan masyarakat yang menginginkan anak-anak mereka tidak tertinggal dalam belajar mengaji atau di bidang agama, meskipun bersekolah di institusi yang menerapkan full day school hingga sore hari.

Di sisi lain, program keagamaan dirancang agar institusi pendidikan memiliki keunggulan dan karakteristik yang unik dibandingkan dengan sekolah-sekolah lainnya. Hal ini sangat berpengaruh untuk menjadikan sekolah lebih kompetitif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan negeri yang berlandaskan nilai-nilai Islami, sekaligus tetap beradaptasi dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. SD Swasta Islam Al-Fatih memiliki program unggulan, *taḥfīz* Al-Qur'an memberikan daya tarik yang cukup besar dalam menarik minat calon peserta didik baru dalam pasar dunia pendidikan.

A. Ragam program unggulan

1. Sistem belajar Full-Day

Sistem belajar Full-day merupakan bentuk peningkatan durasi belajar serta berbagai aktivitas yang bermanfaat yang dilakukan di dalam lingkungan sekolah. Meskipun demikian, segala hal yang berkaitan dengan pendidikan tidak lain hanyalah untuk meraih tujuan pembelajaran yang selaras dengan prinsip-prinsip pembelajaran, serta demi tercapainya pendidikan berkualitas dan bermutu untuk calon guru, fasilitator, dan peserta didik sebagai subjek di mana proses belajar mengajar berlangsung.⁸

2. Program Pembinaan karakter religious

Program pengembangan karakter religius merupakan upaya sistematis yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menanamkan nilai-nilai agama pada peserta didik. Program tersebut meliputi pembelajaran, pembiasaan dan penguatan akhlak yang berlandaskan nilai-nilai agama serta bertujuan untuk mengembangkan manusia

⁸ Siti Aminuriyah, dkk, "Upaya Guru Mengatasi Kejenuhan Belajar Siswa Full Day School Di Sdit Nur Hidayah Surakarta", (Jurnal Humaniora: UMS) Volume 09, Nomor 03, Juni 2022, Hal. 168

yang beriman dan bertakwa serta berakhlak mulia. Tujuan pengembangan karakter religius adalah membantu siswa menginternalisasikan nilai-nilai spiritual dan moral dalam kehidupan sehari-hari agar menjadi individu yang bermoral dan bertanggung jawab. Program ini tidak hanya mendidik peserta didik secara akademis, namun juga mengembangkan mereka menjadi manusia yang berguna bagi masyarakat dan berakhlak mulia.

3. Program Pembinaan Minat Anak

Inisiatif Pengembangan Ketertarikan Anak merupakan salah satu metode yang dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan yang berlandaskan agama untuk meningkatkan jumlah pendaftaran dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Tujuan dari inisiatif ini adalah untuk memperkenalkan nilai-nilai keagamaan serta kelebihan lembaga tersebut kepada anak-anak dan orang tua sejak usia dini, sehingga mereka merasa terpesona dan memiliki kehidupan dengan lembaga tersebut. Deskripsi tentang Kegiatan Ekstrakurikuler dan Bimbingan memberikan pengalaman menarik bagi anak-anak melalui aktivitas seperti kelas agama, seni Islami, olahraga, penghafalan kitab suci, atau pendampingan. Hal ini menciptakan rasa nyaman dalam lingkungan pendidikan berbasis agama.

Pembinaan minat anak menjadi perhatian orang tua dan sekolah. Sekolah mendukung keterampilan individu siswa, sosial, akademik, serta minat yang diinginkan. Aktivitas ini meliputi keahlian menulis dan membaca Al-Qur'an, menciptakan kaligrafi, seni tilawah Al-Qur'an, dan kemampuan sebagai pendakwah cilik melalui aktivitas ekstrakurikuler khitobah, yang diadakan dalam acara keagamaan dan akan diperlombakan. Program ini sangat bermanfaat dan mengembangkan keterampilan siswa-siswi melalui kegiatan ekstrakurikuler. Siswa mendapatkan bekal yang cukup untuk mempersiapkan diri dan beradaptasi dengan masyarakat yang berdasarkan prinsip agama, serta bisa menjadi benteng dalam menghadapi tantangan arus global saat ini, seperti kecanduan game online, gadget, dan penurunan moral dan akhlak di kalangan remaja.

4. Program Penjaminan Mutu Lulusan

Program penjaminan mutu lulusan adalah serangkaian tindakan sistematis dan terencana yang dilakukan oleh suatu lembaga pendidikan untuk memastikan lulusannya dibekali untuk memenuhi standar pendidikan nasional atau persyaratan dunia kerja. Program ini mencakup pengendalian kualitas proses pendidikan, pengelolaan sumber daya, dan evaluasi hasil pembelajaran secara berkelanjutan.

Program ini membantu menghasilkan lulusan berkualitas yang dipercaya masyarakat. Keyakinan tersebut mempengaruhi semakin besarnya minat masyarakat untuk menyekolahkan anak, dan berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 28 Tahun 2016 tentang Penjaminan Mutu Bidang Pendidikan, tetap dipertahankan lulusan yang unggul sebuah gelar. Mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi dan memasuki dunia kerja. Keberhasilan lulusan suatu sekolah seringkali menjadi indikator kualitas yang meningkatkan daya tariknya di mata siswa baru.

B. Peran Kepala Sekolah Dalam Peningkatan Mutu Program Unggulan

Peran kepala sekolah sebagai manajer tidak lepas dari keberhasilan pelaksanaan program unggulan yang penuh tantangan. Sebagai seorang manajer, klien harus mampu melakukan tugas-tugas administratif. Peningkatan mutu ini tentunya tidak terlepas dari peran kepemimpinan kepala sekolah. Oleh karena itu, keberhasilan suatu organisasi sekolah dalam menentukan mutu pendidikan terutama ditentukan oleh keberhasilan kepala sekolah dalam menjalankan peran dan tugasnya. Fungsi kepemimpinan kepala sekolah adalah menggerakkan, mempengaruhi, memotivasi, dan mengarahkan orang-orang dalam suatu lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁹ Setidaknya ada tiga tugas yang harus dilaksanakan Kepala Sekolah yaitu:

1. Kemampuan merencanakan, mengatur, dan melaksanakan proses pengendalian. Pertama, perencanaan dalam arti sederhana dapat digambarkan sebagai proses mempersiapkan apa yang harus dilakukan di masa depan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. atau serangkaian langkah untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan menentukan tujuan yang harus dicapai organisasi, menentukan peraturan dan pedoman pelaksanaan yang harus diikuti, dan menguraikan serangkaian biaya yang diperlukan dan penerimaan kas yang diharapkan, menetapkan perilaku Tugas pertama kepala sekolah sebagai administrator adalah mengembangkan rencana yang menentukan tujuan dan arah sekolah sebelum mengatur, memobilisasi, dan mengawasi sekolah.
2. Pengorganisasian berarti mengelompokkan kegiatan-kegiatan yang diperlukan, yaitu menentukan struktur organisasi, tugas dan fungsi setiap unit dalam organisasi, serta menentukan kedudukan dan sifat hubungan antar masing-masing unit. Sebagai seorang administrator, kepala sekolah tidak hanya harus mampu menentukan rencana

⁹ *Ibid*, Hal.155

program, tetapi juga mengatur, mengatur, mengarahkan, dan mengkoordinasikan seluruh anggota untuk melaksanakan rencana program yang telah ditetapkan ya. Oleh karena itu, kita dapat mengatakan bahwa pengorganisasian adalah suatu cara merancang struktur formal untuk menggunakan sumber daya yang ada. Cara suatu organisasi mengelompokkan aktivitasnya dan cara setiap kelompok ditugaskan seorang manajer yang diberi wewenang untuk mengawasi anggota kelompok. waka kesiswaan senantiasa memantau dan memperhatikan kinerja dan tanggung jawab guru dalam menyelenggarakan kegiatan kemahasiswaan dan senantiasa mendorong guru untuk mencapai tujuan program sekolah, khususnya program berbasis keimanan yang bermutu.

3. pengawasan (*controlling*) sering juga disebut pengendalian merupakan suatu bentuk evaluasi dan melakukan koreksi seperlunya untuk memastikan bahwa perilaku bawahan diarahkan pada arah yang benar dengan tujuan mencapai tujuan fungsi manajemen yang telah ditetapkan. Awal mula. Dalam melaksanakan kegiatan pengelolaan, manajer melakukan pengendalian dan memastikan bahwa kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan tujuan yang ingin dicapai. Pengawasan melibatkan penetapan standar kinerja untuk tujuan perencanaan, membandingkan aktivitas aktual dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, mengidentifikasi dan mengukur penyimpangan, dan memastikan bahwa semua sumber daya organisasi digunakan secara paling efektif untuk mencapai tujuan bahwa sistem digunakan dengan benar dan efisien. digunakan. tujuan organisasi. Hasil pemantauan juga dapat dijadikan barometer keputusan untuk perencanaan selanjutnya.

Hubungan Interpersonal

Dalam dunia pendidikan, hubungan harmonis dengan orang tua siswa sangatlah penting. Hal ini tidak hanya menciptakan lingkungan belajar yang positif bagi siswa, tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Keyakinan ini berkontribusi langsung pada peningkatan angka PPDB, karena orang tua cenderung memilih sekolah yang mereka yakini peduli, responsif, dan berkualitas.

Menjalin hubungan yang baik dengan wali murid dan komunitas lokal menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan dan loyalitas. dengan adanya loyalitas yang tinggi dari wali murid membuat penyebaran informasi tentang sekolah dapat dengan mudah di ketahui oleh masyarakat. Dengan sekolah membangun hubungan yang harmonis dengan wali murid,

diharapkan akan menimbulkan kepercayaan (*trust*) serta ketergantungan, yang pada akhirnya akan menimbulkan simbiosis mutualisme antara sekolah dan wali murid.

Informasi dapat cepat tersebar kemasyarakat dengan mudah didukung oleh wali murid yang telah menjalin hubungan yang baik dengan sekolah, wali murid akan menyebarkan informasi lewat mulut ke mulut kepada orang-orang yang dilingkungan mereka, hal ini sangat berdampak positif pada peningkatan PPDB, disisi lain juga sekolah tidak perlu mengeluarkan anggaran untuk besar untuk kegiatan seperti ini

Komunikasi pemasaran dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Marketing*) merupakan komunikasi tentang produk dan jasa antara orang-orang yang dianggap independen dari perusahaan yang menyediakan produk atau jasa, dalam medium yang akan dianggap independen dari perusahaan. Komunikasi ini dapat berupa percakapan, atau hanya satu arah testimonial. Sebagai contohnya, berbicara langsung, melalui telepon, sosial media, atau sarana komunikasi lainnya.¹⁰

Word of Mouth sebagai sumber informasi yang kuat dalam memengaruhi keputusan pembelian manfaatnya adalah sumber informasi yang independen dan jujur (ketika informasi datang dari seorang teman itu lebih kredibel karena tidak ada association dari orang dengan perusahaan atau produk). *Word of mouth* sangat kuat karena memberikan manfaat kepada yang bertanya dengan pengalaman langsung tentang produk melalui pengalaman teman dan kerabat. *Word of mouth* disesuaikan dengan orang-orang yang terbaik di dalamnya. Seseorang tidak akan bergabung dengan percakapan, kecuali mereka tertarik pada topik diskusi. *Word of mouth* menghasilkan media iklan informal. *Word of mouth* dapat mulai dari satu sumber tergantung bagaimana kekuatan influencer dan jaringan sosial itu menyebar dengan cepat dan secara luas kepada orang lain. *Word of mouth* dapat menembus ruang, waktu dan ikatan sosial, keluarga atau hambatan fisik lainnya.

Penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilakukan wali murid menjadi strategi pemasaran yang tepat dimana sekolah tidak perlu mengeluarkan badget atau anggaran untuk pemasaran sekolah. Oleh karenanya, Sekolah membangun hubungan interpersonal yang kuat antara wali murid dengan sekolah hingga terbentuknya symbiosis mutualisme.

¹⁰ *Ibid.*

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus yang mana penelitian lebih fokus mendeskripsikan ketimbang berbicara tentang angka. Studi kasus adalah metode yang lazim digunakan untuk menganalisis data yang berkenaan dengan suatu kasus tertentu. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan kunci yang terdiri dari Kepala Sekolah SD Swasta Islam Al-Fatih, Ketua panitia PPDB dan Orang tua. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui data pendukung yang diperoleh dari informasi dan publikasi yang bersifat umum dan telah dikeluarkan oleh lembaga dan telah mendapatkan izin untuk diakses seperti brosur, sepanduk, periklanan disosial media dan lain sebagainya.¹¹ Menurut Miles dan Huberman mengemukakan teknik analisis data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut.

Pada sebuah penelitian kualitatif deskriptif, tahapan analisis data sangatlah dibutuhkan, karena hal tersebut peneliti akan lebih terfokus dan terarah dalam menjawab dari rumusan masalah penelitian¹². Miles dan Humberman, mereka berasumsi bahwa kegiatan dalam menganalisis data dilakukan secara langsung dan bersifat interaktif secara berkesinambungan, sehingga data yang diperoleh bersifat jenuh dengan cara mengumpulkan data dengan observasi di tempat penelitian berbarengan dengan studi dokumentasi kemudian wawancara mendalam dengan narasumber dan gabungan ketiga teknik pengumpulan data ini biasa disebut dengan (triangulasi).

Setelah data yang diperoleh peneliti merasa cukup selanjutnya data akan direduksi. Reduksi adalah kegiatan berfikir kritis yang membutuhkan perhatian lebih dan ketekunan yang mendalam, Dengan data direduksi peneliti akan memilih data yang dirasa penting, kemudian peneliti berfokus kepada data yang berkaitan dengan penelitian, lalu merangkum dan memberi rincian pada sub tema pembahannya.

Setelah data dan informasi direduksi, kemudian selanjutnya data akan di sajikan (*display data*), dengan demikian akan memudahkan peneliti untuk kembali terfokus mencari jawaban dari rumusan masalah yang sudah disepakati diawal penelitian. Dengan demikian maka peneliti dengan mudah menarik kesimpulan sementara dan memverifikasi data dari hasil penelitian. Hasil penelitian masih dapat berubah bila terdapat temuan yang autentik yang mampu membantah temuan peneliti. Kesimpulannya adalah semua tahapan yang diatas diatas

¹¹ Burhan Bungin, “*Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*”. (Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2007), h. 107.

¹² *Ibid*, h. 245.

merupakan instrumen yang membantu peneliti di dalam sebuah penelitian kualitatif deskriptif yang memudahkan peneliti dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada SD Swasta Islam *Al-Fatih* merupakan Sekolah Dasar berbasis Islam yang berada di bawah naungan Yayasan Ajyal Cendikia Tanjung Morawa, yang berdiri sejak tahun 2014 dengan Kepala Sekolah saat ini Ustaz Ahmad Solihin SH.I. yang juga menjadi informan kunci dalam penelitian. SD Swasta Islam *Al-Fatih* berada di jalan Sultan Serdang, Gang Harapan, Dusun IX, Desa Bangun Sari, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian berfokus pada Strategi Pemasaran SD Swasta Islam Al-Fatih dalam PPDB. PPDB merupakan agenda tahunan penerimaan murid di setiap jenjang sekolah baik negeri maupun swasta yang telah ditentukan berdasarkan Permendikbud nomor 1 tahun 2021. Kegiatan ini diselenggarakan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbud) dengan tujuan pemerataan akses dan kualitas pendidikan seluruh Indonesia.¹³

SD Swasta Islam Al-Fatih sebagai lembaga pendidikan formal dibawah pemerintah dinas pendidikan mengemban amanat untuk menciptakan dan ikut andil dalam mendukung visi dan misi pendidikan di indonesia. Maka dari pada itu, SD Swasta Islam Al-Fatih memiliki visi dan misi yang menjadi batu pijakan untuk meniti jalan dalam mencapai tujuan pendidikan yang sama-sama dicita-citakan. Visi SD Swasta Islam Al-Fatih adalah “Menjadi Sekolah Dasar unggul yang menghasilkan calon pemimpin yang muslim, mukmin dan cendikia.” Untuk mewujudkan visi tersebut, sekolah menyusun misinya sebagai berikut:

- 1) Membangun institusi pendidikan dasar Islam yang unggul, efektif dan kompetitif.
- 2) Melaksanakan pembelajaran yang aktif, inovatif, kreatif dan menyenangkan berbasis karakter Islam, iman, dan ihsan dengan mengintegrasikan akidah dan syariat Islam ke dalam kurikulum dan sistem pendidikan.
- 3) Mengembangkan sistem pendidikan holistik yang menyinergikan potensi sekolah, rumah dan lingkungan.
- 4) Mempersiapkan calon pemimpin masa depan yang muslim, mukmin dan cendikia.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa:

1. Promosi Program Unggulan (Tahfiz Al-Qur'an)

¹³ Nadiem Anwar Makarim, *Peraturan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*, diakses dari <http://ditpsd.kemdikbud.go.id>, pada tanggal 25 Maret 2023 pukul 2.56 WIB.

Sebagaimana yang telah dipaparkan diatas tentang kegiatan dan program unggulan yang dimiliki SD Swasta Islam *Al-Fatih* diantaranya *tahfīz Al-Qur'an* (5 Juz' Akhir), tahsin tilawah *Al-Qur'an*, penerapan kurikulum nasional, pengayaan materi ilmu agama Islam, pembelajaran bahasa Arab dan bahasa Inggris, praktek & bimbingan ibadah. Namun yang paling menarik perhatian yaitu program *tahfīz Al-Qur'an* satu tahun satu juz', karena dengan program ini lah yang membuat calon orang tua siswa tertarik menyekolahkan anak mereka di SD Swasta Islam *Al-Fatih*, karena bagi kebanyakan wali murid, suatu kebanggaan besar bagi mereka bila mana anak-anak mereka dapat membaca terlebih lebih menghal *Al-Qur'an*. Sebagai mana hadis yang disampaikan Utsman bin Affan yang diriwayatkan Al-Bukhari, Abu Dawud dan At-Tirmidzi, bahwa "Rasulullah ﷺ bersabda,

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

Artinya: "Sebaik-baik kalian ialah orang yang mempelajari *Al-Qur'an* dan mengajarkannya". Di dalam hadis ini diterangkan bahwa sebaik-baik keutamaan akan diberikan bagi siapa saja yang menghafal *Al-Qur'an* dan mengamalkannya, lalu mengajarkannya kepada manusia¹⁴. Sebagaimana dalam firman-Nya di surah Al-Ankabut ayat 49 :

بَلْ هُوَ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ فِي صُدُورِ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ وَمَا يَجْحَدُ بِآيَاتِنَا إِلَّا الظَّالِمُونَ

Artinya: "Sebenarnya, *Al-Qur'an* itu adalah ayat-ayat yang nyata di dalam dada orang-orang yang diberi ilmu. Hanya orang-orang yang zalim yang mengingkari ayat-ayat kami"¹⁵. Jika seseorang yang telah mendapatkan sebaik-baik petunjuk, dan dengannya menyebabkan orang lain bisa sepertinya, maka ia digabungkan dengan sebagian derajat kenabian, dan ia termasuk dalam barisan para shiddiqin yang melaksanakan hak-hak Allah *ta'ala* dan hak-hak hamba-Nya.¹⁶

Dari hasil pemantauan yang peneliti ketahui kebanyakan dari wali murid adalah orang awam yang memahami Islam hanya sekedarnya saja, akan tetapi pada akhirnya mereka termotivasi mengamalkan nilai-nilai Islam walaupun itu terlihat sepele bagi sebagian orang seperti mengenakan hijab / menutup aurat setiap saat mengantar anak ke sekolah, hal dikarenakan anak mereka membawa nilai-nilai tersebut kedalam rumah dan nilai-nilai tersebut diperoleh anak dari SD Swasta Islam *Al-Fatih*.

¹⁴ Faishal bin Abdul Aziz Alu Mubarak, *Tathiz Riyadhush Shalihin*, terj. Arif Mahmudi (Jakarta Timur: Ummul Qura, 2014), h.629.

¹⁵ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, h. 302

¹⁶ *Ibid*, h. 630.

2. Pengelolaan Hubungan dengan Wali Murid

SD Swasta Islam *Al-Fatih* membangun hubungan baik dengan orang tua adalah bentuk usaha yang direncanakan dengan sengaja secara terus-menerus, guna untuk membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara sekolah dan para wali murid, dengan demikian akan membentuk kepercayaan dan ketergantungan antar keduanya.

Dalam melancarkan pemasaran sekolah, SD Swasta Islam *Al-Fatih* membangun hubungan baik dengan wali murid, dengan mulai dengan memahami karakteristik sikap dan perilaku mereka. Sikap wali murid mungkin diketahui dari perilakunya akan tetapi, sikap tidak sama dengan perilaku karena sikap dapat mendorong konsumen kearah perilaku tertentu atau menarik konsumen dari perilaku tertentu.¹⁷

Oleh karenanya dengan mengetahui karakteristik sikap setiap wali murid dapat dengan mudah bagi SD Swasta Islam *Al-Fatih* di dalam membangun hubungan yang harmonis serta dapat membentuk ketergantungan dan sikap saling percaya satu sama lain dengan wali murid.

3. Peran Organisasi Panitia PPDB

Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya bahwa panita PPDB dibuat untuk memperlancar pelaksanaan seleksi penerimaan peserta didik baru. Panitia dibagi berdasarkan kelompok dan tugasnya masing-masing, semua panita berkerja dibawah tanggung jawab kepala sekolah disamping mereka juga tetap melakukan kegiatan belajar mengajar dikelas.

Dalam kepanitaan PPDB terdapat seksi yang bertanggung jawab sebagai *public relation* atau humas dan publikasi yang bertugas menyampaikan informasi dan membangun citra sekolah. Humas dalam PPDB adalah seluruh dewan guru tanpa terkecuali, jadi seluruh guru berperan menyebar luaskan promosi *outdoor* lewat brosur / banner dan penyebaran informasi lewat mulut kemulut sekaligus mempersuasi lewat komunikasi dengan harapan para orang tua menyebarkan informasi yang mereka dapat di sekitar lingkungan mereka.

Suksesnya PPDB ini tidak terlepas dari baiknya sistem organisasi kepanitiaan PPDB yang dibuat oleh SD Swasta Islam *Al-Fatih*. Kepanitan ini dibuat terukur dan terstruktur dan di rancang jauh-jauh hari dengan penetapan anggaran dan penentuan panitai yang kompetitif dan kredibel. Pengelompokan kegiatan yang di perlukan untuk

¹⁷ *Ibid.*

penetapan susunan panitia, serta membagi tugas dan fungsi-fungsi dari setiap seksi yang ada dalam suatu organisasi serta menetapkan kedudukan dan hubungan satu sama lain antara masing-masing seksi.

Pengorganisasian dapat diartikan dan dirumuskan sebagai keseluruhan aktivitas manajemen dalam mengelompokkan orang-orang serta penetapan tugas, wewenang, fungsi dan tanggung jawab masing-masing dengan tujuan agar terciptanya aktivitas-aktivitas yang efektif dan efisien dalam mencapai maksud dan tujuan yang ditentukan sebelumnya.¹⁸ Namun disayangkan panitia PPDB yang dibentuk bukanlah organisasi yang secara khusus dibentuk SD Swasta Islam *Al-Fatih* yang menangani PPDB yang di mana tugas intinya adalah merekrut calon peserta didik baru, sehingga dalam pelaksanaannya akan terjadi *double jobdes*, karena hampir seluruh panitia PPDB adalah guru yang juga mengajar di kelas.

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menarik kesimpulan hasil bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan SD Swasta Islam *Al-Fatih* dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang telah berjalan sebelumnya dengan baik dan sesuai berdasarkan langkah-langkah dalam baruan pemasaran, sebelumnya terdapat catatan dan kekurangan mungkin menjadi bahan evaluasi. Dalam komunikasi pemasaran, sekolah / instansi telah membuat promosi dan periklanan yang dilakukan sepanjang masa penerimaan peserta didik baru (PPDB), panitia PPDB berperan dalam mengukuhkan agenda tahunan ini dengan manajemen organisasi yang baik berdasarkan tugas dan tanggung jawabnya masing-masing yang diawasi koordinator dan di tanggung jawab kepala sekolah.

Dalam strategi pemasaran SD Swasta Islam *Al-Fatih* dalam (PPDB) mengacu kepada perilaku konsumen sesuai dengan teori atribusi (*attribution theory*), teori atribusi mengarah ke arah psikologis merujuk kepada suatu tindakan konsumen yang berhubungan dengan emosional yang berkaitan dengan perilaku konsumen itu sendiri, mengingat konsumen cenderung memiliki keterlibatan secara langsung di dalam pemilihan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.¹⁹ Hal ini terlihat dari sejak awal berdirinya SD Swasta Islam *Al-Fatih* hingga saat PPDB saat ini, dimana sekolah berusaha memahami emosional wali murid tentang kebutuhan akan pendidikan anak-

¹⁸ Baba Mukmin, "Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu", (Jurnal, UIN Sunan Gunung Djati, 2020). h.106

¹⁹ Primadhany Kartana Putri, "Aplikasi Pendekatan-Pendekatan Persuasif Pada Riset Komunikasi Pemasaran: Iklan Melibatkan Penciptaan dan Penerimaan Pesan Komunikasi Persuasif Mengubah Perilaku Pembelian", (Jurnal: Universitas Semarang, 2016). h. 9.

anak mereka dan SD Swasta Islam *Al-Fatih* selalu berusaha mewujudkannya dengan membangun hubungan yang harmonis dengan wali murid, maka tidak hanya faktor-faktor dan strategi komunikasi pemasaran saja yang dibutuhkan, melainkan pemahaman tentang faktor eksternal dan internal terhadap pengaruh perilaku emosional wali murid perlu dilakukan di dalam merancang komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien.

Berkat organisasi panitia PPDB yang teratur, penerimaan siswa mampu berlangsung dengan lancar karena kekuatan kolektif. Media yang terstruktur dan jejaring komunikasi yang berbasis masyarakat (*reading platform*) adalah salah satu faktor kunci dari sukses PPDB. Oleh karena penggunaan sosial media dan *platform* seperti *facebook* dan lainnya yang sesuai mampu mengkomunikasikan informasi dengan baik, dan membuat SD Swasta Islam Al-fatih semakin kenal oleh masyarakat. Komunikasi yang baik antara orang tua siswa dengan pemasaran langsung atau sebaliknya lewat sosial media juga akan membawa imbas positif bagi orang tua memilih sekolah.

Penutup

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan SD Swasta Islam Al-Fatih dalam PPDB ternyata efektif dan efisien dengan memanfaatkan promosi program unggulan sekolah, yaitu *tahfīz* Al-Qur'an, menjalin hubungan interpersonal secara baik antara sekolah dengan wali murid serta efektivitas pengelolaan organisasi panitia PPDB yang baik juga mendukung keberhasilan ini. Selain itu, penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilakukan wali murid juga berpengaruh dalam peningkatan jumlah PPDB.

Pustaka Acuan

Alquran Al-Karim

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2007.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2007.

Firmansyah, M. Anang, *Komunikasi Pemasaran*, Pasuruan: Penerbit Qiara Media, 2020.

Mubarak, Faishal bin Abdul Aziz Alu. *Tathiz Riyadhush Shalihin*, terj. Arif Mahmudi. Jakarta Timur: Ummul Qura, 2014.

Kotler, P., & Armstrong, G. *Principles of Marketing*. Gary Armstrong: University of North Carolina, 2018.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2021.

_____, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Umar Sidiq, dkk. "*Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*.", Ponorogo: CV. Nata Karya, 2019

Sumber Lain

Aminuriyah, Siti, dkk. *Upaya Guru Mengatasi Kejenuhan Belajar Siswa Full Day School Di Sdit Nur Hidayah Surakarta*. Jurnal Humaniora: UMS, 2022.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang.

Chrismardani, Yustina, *Komunikasi pemasaran terpadu: Implementasi untuk UMKM*, Jurnal, Universitas Trunojoyo, 2014.

Fradito, Aditia dkk. *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah*. Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam, 2020.

Hasanah, Hasyim, *Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*. Jurnal: UIN Walisongo Semarang, 2017.

Herawati, Nenden Ineu. *Pendidikan Inklusif*. Jurnal: UPI, 2016.

Kurniati, Titi. *Peningkatan Mutu Sekolah melalui Program Unggulan Berbasis Keagamaan*. Jurnal Kependidikan: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. 2021

Mighfar, Shokhibul, *Social Exchange Theory: Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial*, Jurnal: IAI Ibrahimy, 2015.

Mukmin, Baba, *Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu*, Jurnal, UIN Sunan Gunung Djati, 2020.

Labaso, Syahrial. *Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*. Jurnal: UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Rudi, Muhamad. *Efektivitas Penerimaan Peserta Didik Menggunakan Sist Zonasi Dalam Meningkatkan Mutu Sekolah*. Jurnal: UNP, 2018.

<http://ditpsd.kemdikbud.go.id>.