

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DAN KEPUASAN ORANG TUA UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PESERA DIDIK DI MADRASAH IBTIDAIYAH DARUSSALAM KECAMATAN NATAR KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Auliani Oktavia¹, Dafyar Eliadi H², Edi Mulyadi³

Program Pascasarjana Universitas Islam Syekh-Yusuf, Indonesia, 15118

E-mail Corespondent: dafyar711@unis.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam dalam meningkatkan minat dan kepuasan orang tua, serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi kepuasan orang tua dalam memilih madrasah ini sebagai tempat pendidikan anak-anak mereka. Fokus penelitian pada analisis strategi promosi dan tingkat kepuasan orang tua dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam Kecamatan Natar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan informan yang terdiri dari kepala madrasah, staf pengajar, orang tua siswa, dan pihak terkait kebijakan pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi promosi, kepuasan orang tua, serta faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Teknik analisis data menggunakan analisis tematik dan triangulasi sumber untuk memastikan kredibilitas data, dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan keadaan yang ada serta hubungan antar variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam efektif dalam meningkatkan minat orang tua, melalui penggunaan media sosial, kegiatan promosi langsung seperti open house dan seminar, serta pemanfaatan testimoni orang tua dan alumni. Kepuasan orang tua terhadap layanan madrasah menunjukkan tingkat yang tinggi, terutama terkait dengan kualitas pendidikan yang mengutamakan akademik dan karakter, komunikasi yang efektif antara madrasah dan orang tua, serta fasilitas yang memadai. Beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi keberhasilan strategi promosi dan kepuasan orang tua meliputi kualitas pendidikan, komunikasi yang baik, dan fasilitas yang mendukung. Namun, terdapat faktor penghambat seperti keterbatasan anggaran untuk promosi dan fasilitas, serta keterbatasan waktu orang tua untuk terlibat dalam kegiatan madrasah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam efektif dalam meningkatkan minat orang tua, melalui penggunaan media sosial, kegiatan promosi langsung seperti open house dan seminar, serta pemanfaatan testimoni orang tua dan alumni. Kepuasan orang tua terhadap layanan madrasah menunjukkan tingkat yang tinggi, terutama terkait dengan kualitas pendidikan yang mengutamakan akademik dan karakter, komunikasi yang efektif antara madrasah dan orang tua, serta fasilitas yang memadai. Beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi keberhasilan strategi promosi dan kepuasan orang tua

meliputi kualitas pendidikan, komunikasi yang baik, dan fasilitas yang mendukung. Namun, terdapat faktor penghambat seperti keterbatasan anggaran untuk promosi dan fasilitas, serta keterbatasan waktu orang tua untuk terlibat dalam kegiatan madrasah.

Kata kunci: Strategi Promosi, Kepuasan Orang Tua, Kualitas Pendidikan, Fasilitas Madrasah.

Abstract

This study aims to analyze the promotional strategies implemented by Madrasah Ibtidaiyah Darussalam to boost parental interest and satisfaction, as well as to identify the supporting and inhibiting factors influencing parental satisfaction in choosing this madrasah for their children's education. The research focuses on analyzing promotional strategies and the level of parental satisfaction regarding the increase in student enrollment at Madrasah Ibtidaiyah Darussalam in Natar District. A qualitative approach was employed, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation. Interviews were conducted with informants including the madrasah principal, teaching staff, parents, and stakeholders involved in the madrasah's educational policies. The collected data underwent thematic analysis to identify factors influencing promotional strategies and parental satisfaction, as well as the supporting and inhibiting factors affecting student enrollment growth. Data analysis involved thematic analysis and source triangulation to ensure data credibility, alongside a descriptive approach to illustrate the existing situation and the relationships between the variables under study. The results indicate that the promotional strategies implemented by Madrasah Ibtidaiyah Darussalam are effective in increasing parental interest through the use of social media, direct promotional activities (such as open houses and seminars), and the utilization of testimonials from parents and alumni. Parental satisfaction with the madrasah's services is high, particularly regarding the quality of education – which prioritizes both academics and character – effective communication between the madrasah and parents, and adequate facilities. Supporting factors contributing to the success of promotional strategies and parental satisfaction include educational quality, good communication, and supportive facilities. However, inhibiting factors exist, such as budget limitations for promotion and facilities, as well as parents' limited time to participate in madrasah activities. The findings demonstrate that the promotional strategies implemented by Madrasah Ibtidaiyah Darussalam are effective in boosting parental interest through social media, direct promotional events like open houses and seminars, and the use of testimonials from parents and alumni. Parental satisfaction with madrasa services is high, particularly regarding the quality of education – which prioritizes both academics and character – effective communication between the madrasa and parents, and adequate facilities. Key factors contributing to the success of promotional strategies and parental satisfaction include educational quality, good communication, and supportive facilities. However, there are also inhibiting factors, such as limited budgets for promotion and facilities, as well as parents' limited time to participate in madrasa activities.

Keywords: Promotional Strategy, Parental Satisfaction, Educational Quality, Madrasa Facilities.

A. Pendahuluan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia, pada tahun 2024 terdapat lebih dari 100.000 sekolah di seluruh Indonesia, dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Sebagai bagian dari sistem pendidikan nasional, Madrasah Ibtidaiyah memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk karakter dan memberikan pendidikan dasar bagi anak-anak di Indonesia, termasuk di daerah-daerah yang lebih

terpencil. BPS mencatat bahwa hingga tahun akademik 2022/2023 terdapat lebih dari 26.500 lembaga Madrasah Ibtidaiyah di seluruh Indonesia. Rata-rata siswa per madrasah juga menunjukkan angka yang signifikan, meski distribusinya sangat beragam antara wilayah perkotaan dan daerah terpencil. Hal ini menunjukkan bahwa seharusnya madrasah memiliki potensi besar dalam menyerap siswa, sebagai implementasi kebijakan pendidikan dasar yang universal.

Namun, meskipun penting, jumlah peserta didik di Madrasah Ibtidaiyah masih sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama di daerah-daerah tertentu seperti Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan. Di banyak wilayah, tantangan utama dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah kurangnya strategi promosi yang efektif dan rendahnya tingkat kepuasan orang tua terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Hal ini mengakibatkan banyak orang tua memilih untuk mengirimkan anak-anak mereka ke sekolah lain yang dianggap memiliki fasilitas lebih baik atau lebih terkenal, meskipun Madrasah Ibtidaiyah juga memiliki potensi yang sama untuk memberikan pendidikan berkualitas.

Strategi promosi dalam dunia pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan orang tua dalam memilihkan sekolah untuk anak-anak mereka. Salah satu faktor yang menentukan adalah kepuasan orang tua terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Kepuasan orang tua tidak hanya bergantung pada fasilitas yang ada, tetapi juga pada kualitas pengajaran, komunikasi antara pihak sekolah dan orang tua, serta lingkungan pendidikan yang mendukung perkembangan anak. Oleh karena itu, penting bagi Madrasah Ibtidaiyah Darussalam untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan orang tua dan mengintegrasikan hal tersebut dalam strategi promosi mereka. Berdasarkan data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2023), kualitas pendidikan di madrasah seringkali dipandang sebelah mata dibandingkan dengan sekolah-sekolah umum, meskipun madrasah memiliki kurikulum yang sangat mendalam dalam hal pembelajaran agama. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui promosi yang lebih efektif dan terarah. Ini termasuk penggunaan berbagai media, peningkatan kualitas pengajaran, serta penguatan hubungan dengan masyarakat sekitar.

Selain itu, peran orang tua sangat krusial dalam proses pendidikan anak. Orang tua yang merasa puas dengan pendidikan yang diterima oleh anak mereka cenderung lebih aktif dalam mendukung program-program sekolah, termasuk dalam hal penyebaran informasi mengenai kualitas pendidikan yang ada. Namun, pada kenyataannya, tidak semua orang tua merasa puas dengan kualitas pendidikan di madrasah, terutama terkait dengan masalah fasilitas dan metode pengajaran yang diterapkan. Oleh karena itu, penting untuk menilai kepuasan orang tua terhadap Madrasah Ibtidaiyah Darussalam dan menggunakan feedback tersebut untuk menyusun strategi promosi yang lebih efektif.

Strategi adalah seni merancang operasi dalam perang, seperti bagaimana mengatur posisi atau taktik dalam perang seperti tentara atau angkatan laut. Secara umum, strategi adalah teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Menurut O'Malley dan Chamot (Ismuratno, Hamdani, and Prahastiwi 2021), Strategi adalah seperangkat alat yang secara langsung melibatkan orang untuk mengembangkan bahasa kedua atau bahasa asing. Strategi sering dikaitkan dengan kinerja bahasa dan keterampilan bahasa.

Untuk lebih memahami arti strategi, ini terutama terkait dengan istilah pendekatan dan metode. Fokus adalah proses, tindakan, atau jenis fokus. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fokus adalah sikap atau pandangan terhadap sesuatu yang biasanya berupa anggapan. Metode merupakan rencana induk penyajian materi secara cepat dan teratur. Karakter dari sebuah metode adalah procedural. Manajemen strategis merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang dihasilkan dari proses formulasi dan implementasi rencana dengan tujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Manajemen strategis terdiri dari analisis, keputusan (decisions) dan aksi (actions) dari organisasi untuk menciptakan dan melestarikan keunggulan kompetitif. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan manajemen strategis adalah suatu rencana yang proses pembuatan dan pengolahannya memperhitungkan berbagai aspek yang memiliki tujuan agar rencana tersebut ketika diimplementasikan dapat memberikan dampak positif bagi organisasi yang bersangkutan secara jangka panjang.

Promosi pendidikan merupakan upaya untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi masyarakat terhadap pendidikan. Hal ini mencakup berbagai strategi seperti kampanye publik, program informasi, penggunaan media sosial dan kegiatan lain untuk meningkatkan akses dan meningkatkan kualitas pendidikan, sebagaimana dikemukakan Herdiana dalam bukunya —Managing Marketing Strategies, promosi pendidikan adalah suatu kompleks dalam pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai pelanggan atau menciptakan kualitas pendidikan dalam ingatan calon siswa, serta pertukaran informasi yang bertujuan untuk mengubah hubungan dan mengubah perilaku pelanggan. Dasar pengembangan aktivitas promosi jasa pendidikan adalah komunikasi pemasaran jasa pendidikan. Melalui komunikasi pemasaran jasa pendidikan, siswa, guru, karyawan sekolah, pemimpin sekolah atau masyarakat dapat melakukan interaksi secara efektif. Oleh karena itu, sekolah harus menginformasikan tujuan, aktivitas serta penawaran program pendidikan kepada pelanggan jasa pendidikan agar tertarik dengan sekolah tersebut (Kunci 2024).

Jadi, Strategi Manajemen Promosi Pendidikan Suatu kegiatan yang telah direncanakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan konsumen agar memilih lembaga pendidikan tersebut. Strategi ini dilakukan untuk mencapai target pemasaran, meningkatkan citra, dan memenuhi target output yang telah ditetapkan.

Kepuasan orang tua dalam pendidikan mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan mereka terhadap layanan pendidikan yang diterima dengan kenyataan yang dirasakan. Orang tua tidak hanya berperan sebagai konsumen layanan pendidikan, tetapi juga sebagai mitra utama dalam mendukung perkembangan anak melalui dukungan moral, finansial, dan sosial. Dalam konteks lembaga pendidikan berbasis agama seperti madrasah, kepuasan orang tua menjadi indikator penting keberhasilan layanan yang mencakup aspek akademik, nilai-nilai spiritual, dan pengembangan karakter siswa. Lebih lanjut, Sholeh et al. (2022) menyoroti bahwa dalam konteks madrasah, kepuasan orang tua tidak hanya dipengaruhi oleh aspek pendidikan formal, tetapi juga oleh keberhasilan lembaga dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam proses pembelajaran. Hal ini menjadi nilai tambah yang membedakan madrasah dari lembaga pendidikan lain. Dengan demikian, kepuasan orang tua tidak hanya berfungsi sebagai indikator

keberhasilan layanan, tetapi juga menjadi aset strategis dalam memperkuat daya tarik madrasah di mata masyarakat.

Kepuasan orang tua, menurut Kamal dan Nursahwal (2023), terdiri dari berbagai dimensi, seperti kualitas pengajaran, fasilitas sekolah, komunikasi yang efektif, dan hasil belajar anak. Dimensi-dimensi ini menjadi pendorong utama yang membangun loyalitas, karena memberikan nilai tambah bagi orang tua yang merasakan bahwa ekspektasi mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Sebagai contoh, orang tua yang puas dengan kualitas pengajaran guru tidak hanya merasa percaya terhadap lembaga pendidikan, tetapi juga merasa tenang bahwa anak-anak mereka berada di tangan yang tepat.

Peserta didik merupakan bagian penting dan tak terpisahkan keberadaannya dalam suatu system pendidikan, karena orientasi akhir dari dunia pendidikan adalah menjadikan para peserta didik sukses mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Dan lebih jauh dari itu, dunia pendidikan dikatakan sukses ketika berhasil menghantarkan para peserta didik mencapai kesuksesan di masa depannya (Muspawi 2020a). Penerimaan peserta didik baru (PPDB) tahunan yang diselenggarakan oleh pemerintah dan sekolah bukannya tanpa kendala, karena persaingan antara satu sekolah dengan sekolah lainnya bisa berujung pada perebutan siswa terbaik. Padahal, sebagai lembaga pendidikan formal yang dipercaya masyarakat, pengelola sekolah harus konsisten menjalankan tugasnya. (Saadah, Wastri, and Trisoni 2023).

Sejak diberlakukannya Kebijakan Pendidikan Nasional 2020, banyak program yang menekankan pada pentingnya kolaborasi antara sekolah dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Dalam hal ini, kolaborasi antara Madrasah Ibtidaiyah Darussalam dengan orang tua menjadi hal yang sangat penting, terutama dalam menumbuhkan rasa percaya masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan.

Dengan permasalahan tersebut diatas , maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam dalam meningkatkan jumlah peserta didik?
2. Bagaimana tingkat kepuasan orang tua terhadap layanan yang diberikan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi promosi dan kepuasan orang tua untuk meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, tehnik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada generalisasi.. Dengan informan yang diwawancari sebanyak 11 orang informan. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam Natar, yang beralamatkan di Dusun Ciramai II, Desa Banjar Negeri, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan. Dilaksanakan pada semester genap 2024/2025, dari bulan Januari sd Mei 2025.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Dan Kepuasan Orang Tua di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam

Pelayanan yang ramah dan cepat tanggap terhadap kebutuhan orang tua dapat menciptakan kepercayaan dan loyalitas dari orang tua terhadap madrasah. Ketika orang tua merasa bahwa mereka mendapatkan perhatian yang baik dan sesuai dengan harapan mereka, mereka akan merasa lebih puas dan cenderung untuk terus memilih madrasah tersebut bagi pendidikan anak-anak mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam sangat efektif dalam meningkatkan minat orang tua untuk memilih madrasah ini sebagai tempat pendidikan anak-anak mereka. Kualitas pendidikan, komunikasi yang terbuka, keterlibatan orang tua, fasilitas yang memadai, dan pelayanan yang ramah dan profesional menjadi faktor utama yang mendukung kepuasan orang tua terhadap pelayanan yang diberikan.

Peningkatan kualitas dalam kelima aspek ini tidak hanya membantu madrasah dalam menarik lebih banyak peserta didik, tetapi juga dalam mempertahankan hubungan yang baik dengan orang tua. Untuk itu, madrasah perlu terus berinovasi dalam hal strategi promosi, pengembangan fasilitas, serta peningkatan kualitas pelayanan agar tetap menjadi pilihan utama bagi orang tua dalam pendidikan anak-anak mereka.

Berdasarkan temuan-temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang efektif, yang mencakup kualitas produk pendidikan, harga yang terjangkau, promosi melalui berbagai saluran, dan pelayanan yang memuaskan, dapat meningkatkan minat dan kepuasan orang tua terhadap Madrasah Ibtidaiyah Darussalam. Implementasi strategi pemasaran pendidikan berbasis Total Product Concept dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan reputasi madrasah di mata masyarakat. Dengan pendekatan yang holistik dan berfokus pada kepuasan orang tua, Madrasah Ibtidaiyah Darussalam dapat terus berkembang dan berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan di tingkat dasar. Bagaimana strategi mitigasi sekolah terhadap kenakalan remaja di sekolah?

Berdasarkan wawancara dengan informan yang terdiri dari pengawas, kepala madrasah, kesiswaan, bimbingan konseling, wali kelas, lembaga pemerintahan (polres), dan orangtua wali murid, diperoleh gambaran bahwa manajemen sekolah memahami pentingnya kerjasama dengan lembaga pemerintah dan pembinaan dari pihak sekolah dalam strategi mitigasi kenakalan remaja. Namun efektivitasnya masih memerlukan sistem pengorganisasian dan upaya pembinaan secara terstruktur. Dengan usaha pembinaan yang terarah, para remaja akan mengembangkan diri dengan baik sehingga keseimbangan diri yang serasi antara aspek rasio dan aspek emosi akan dicapai. Pikiran yang sehat akan mengarahkan para remaja kepada perbuatan yang pantas, sopan dan bertanggung jawab yang diperlukan dalam menyelesaikan kesulitan atau persoalan masing-masing. Usaha pencegahan kenakalan remaja secara khusus dilakukan oleh para pendidik terhadap kelainan tingkah laku para remaja. Pendidikan mental di sekolah dilakukan oleh guru, guru pembimbing dan psikolog sekolah bersama dengan para pendidik lainnya. Usaha pendidik harus diarahkan terhadap remaja dengan

mengamati, memberikan perhatian khusus dan mengawasi setiap penyimpangan tingkah laku remaja di rumah dan di sekolah. Sekolah adalah lembaga pendidikan formal yang memiliki pengaruh kuat terhadap perkembangan remaja. Ada banyak hal yang bisa dilakukan pihak sekolah untuk memulai perbaikan remaja, di antaranya melakukan program “monitoring” pembinaan remaja melalui kegiatan-kegiatan keagamaan, dan kegiatan ekstrakurikuler yang ada di sekolah. Strategi madrasah menjadi sebuah bentuk dari perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan juga rangkaian yang bisa bersatu menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi dalam bidang pendidikan adalah suatu kerangka kerja yang terencana dan terstruktur untuk mencapai hasil pendidikan yang diinginkan, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi proses pembelajaran. Bentuk dari perencanaan madrasah terintegrasi melalui visi, misi, dan strategi yang telah di buat dengan tujuan terciptanya pembinaan yang efektif dalam mencapai tujuan dari strategi mitigasi kenakalan remaja yang secara berkala di monitoring oleh kepala madrasah.

2. Kepuasan Orang Tua terhadap Pelayanan Madrasah Ibtidaiyah Darussalam

Kepuasan orang tua terhadap pelayanan yang diberikan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam merupakan elemen yang sangat penting dalam mengukur keberhasilan institusi pendidikan tersebut. Sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada anak-anak di tingkat dasar, keberhasilan madrasah tidak hanya diukur dari pencapaian akademis siswa, tetapi juga dari kepuasan orang tua terhadap kualitas pelayanan yang diterima oleh anak-anak mereka. Kepuasan orang tua dalam konteks ini mencakup berbagai dimensi, mulai dari kualitas pendidikan, komunikasi antara madrasah dan orang tua, fasilitas yang tersedia, hingga bagaimana pelayanan madrasah dapat memenuhi harapan orang tua. Komunikasi yang baik antara madrasah dan orang tua juga merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Noncy, pihak madrasah selalu berusaha untuk menjaga komunikasi yang terbuka dan transparan dengan orang tua melalui berbagai saluran, baik itu pertemuan rutin, platform digital seperti WhatsApp, maupun rapat-rapat berkala untuk membahas perkembangan siswa. Komunikasi yang efektif ini memungkinkan orang tua untuk tetap mendapatkan informasi terbaru mengenai kegiatan anak mereka, baik itu perkembangan akademik maupun kegiatan ekstrakurikuler. Pelayanan yang ramah dan profesional menjadi faktor utama dalam menciptakan kepuasan orang tua. Berdasarkan wawancara dengan Ustadz Sabki Ali, ia menjelaskan bahwa pihak madrasah berusaha untuk memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan tanggap terhadap keluhan atau pertanyaan yang disampaikan oleh orang tua. Orang tua merasa dihargai ketika mereka mendapatkan pelayanan yang cepat dan sesuai dengan harapan mereka.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Strategi Promosi Dan Kepuasan Orang Tua Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Ibtidaiyah Darussalam

Kualitas pendidikan yang diutamakan oleh madrasah ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kurikulum yang sesuai dengan standar pendidikan nasional, hingga pendidikan agama yang diberikan secara mendalam kepada siswa. Hal ini memungkinkan madrasah untuk mencetak generasi yang tidak hanya cerdas, tetapi juga memiliki akhlak yang baik. Keterlibatan orang tua dalam proses pendidikan

meningkatkan rasa percaya orang tua terhadap madrasah. Hal ini sangat penting karena orang tua yang merasa terlibat cenderung lebih puas dengan pendidikan yang diterima anak-anak mereka dan lebih berkomitmen untuk mempromosikan madrasah kepada keluarga dan teman-teman mereka. Selain itu, madrasah perlu menyediakan tanggapan cepat terhadap setiap keluhan atau masukan dari orang tua. Ketersediaan saluran pengaduan atau umpan balik yang mudah diakses oleh orang tua sangat penting untuk meningkatkan pelayanan pendidikan. Orang tua sering kali memiliki kekhawatiran atau saran yang berharga yang dapat membantu madrasah memperbaiki kualitas pengajaran dan pelayanan yang diberikan. Dengan menyediakan sistem tanggapan yang cepat dan responsif, madrasah dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan orang tua dan menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap masukan yang diberikan. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap madrasah dan membuat mereka merasa dihargai serta diperhatikan. Media sosial memungkinkan madrasah untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat dan orang tua, memberikan update informasi secara cepat, serta memperkenalkan nilai-nilai yang dijunjung tinggi di madrasah. Konten yang dibagikan mencakup foto kegiatan siswa, prestasi akademik, dan kegiatan sosial yang diadakan oleh madrasah. Ini membuat orang tua dan calon siswa dapat melihat langsung kualitas pendidikan dan aktivitas yang terjadi di madrasah. Selain itu, penggunaan media sosial juga membuka kesempatan bagi madrasah untuk melakukan promosi dengan biaya yang lebih rendah namun tetap efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

D. Kesimpulan

1. Strategi promosi yang diterapkan oleh Madrasah Ibtidaiyah Darussalam efektif untuk meningkatkan minat orang tua dalam memilih madrasah ini sebagai tempat pendidikan anak-anak mereka. Strategi yang digunakan meliputi penggunaan media sosial, kegiatan promosi langsung seperti open house dan seminar, serta pemanfaatan testimoni orang tua dan alumni untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Pendekatan yang menggabungkan informasi yang jelas dan terperinci mengenai kualitas pendidikan serta fasilitas yang ada membantu meningkatkan kesadaran dan minat orang tua untuk memilih Madrasah Ibtidaiyah Darussalam.
2. Kepuasan orang tua terhadap layanan yang diberikan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh madrasah. Kepuasan ini terutama berkaitan dengan kualitas pendidikan yang mengutamakan akademik dan pendidikan karakter, komunikasi yang efektif antara madrasah dan orang tua, serta fasilitas yang memadai untuk mendukung pembelajaran. Madrasah Ibtidaiyah Darussalam berhasil menciptakan hubungan yang baik dengan orang tua melalui komunikasi terbuka dan layanan yang cepat tanggap terhadap keluhan atau permintaan mereka.
3. Terdapat beberapa faktor pendukung yang mempengaruhi keberhasilan strategi promosi dan kepuasan orang tua. Faktor-faktor ini meliputi kualitas pendidikan, komunikasi yang baik, fasilitas yang mendukung, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Di sisi lain, terdapat beberapa faktor penghambat seperti keterbatasan anggaran untuk kegiatan promosi, keterbatasan fasilitas, serta waktu orang tua yang terbatas untuk terlibat dalam kegiatan yang diadakan madrasah. Meskipun

demikian, dengan mengatasi faktor-faktor penghambat ini, Madrasah Ibtidaiyah Darussalam dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.

Referensi

Buku

- Putranto, Agung Tri. (2024). *Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dalam Penelitian Sains*.
- Wahid, N. H. (2018). Kepuasan Orang Tua Siswa Atas Layanan Pendidikan di MI Modern Satu Atap Al Azhary Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Wati, Y. N. A. (2022). Pengaruh Strategi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih Sekolah. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Yoyon Bahtiar Irianto dan Eka Prihatin. (2022). *Pemasaran Pendidikan Dalam Manajemen Pendidikan*, Ed. Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas
- Yuniarsi, D. (2020). Analisis Kepuasan Orang Tua terhadap Layanan Pendidikan di MI Nurul Huda Kota Bengkulu. *Skripsi*. IAIN Bengkulu.

Jurnal

- — —. (2020). Strategi Menjadi Kepala Sekolah Profesional. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20 (2): 402. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i2.938>.
- Anonim. (Tanpa Tahun). Akuntansi Manajemen, Kepribadian Wirausaha, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Pengelola Usaha, Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kecamatan Sanggar, Kabupaten Bima. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2 (1): 175–85. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i1.194>.
- Ansori, N. (2021). —The Role of Safety Silence Motives to Safety Communication and Safety Participation in Different Sectors of Small and Medium Enterprises: Investigation Results on Two Kinds of Industries in Indonesia. *Safety and Health at Work*, 12 (2): 192–200. <https://doi.org/10.1016/j.shaw.2020.10.001>.
- Arifin, I. (2024). Strategi pemasaran pendidikan dalam perspektif Total Product Concept pada Madrasah Ibtidaiyah di Purbalingga. [Repository UIN SAIZU]. Retrieved from <https://repository.uinsaizu.ac.id> Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam. *Isema*, 6.2:131–48.
- Defrizal, Defrizal., Radaputri, Appin Purisky., Narundana, Vonny Tiara., Nurdiawansyah Nurdiawansyah., & Dharmawan, Yanuarius Yanu. (2022). The Merdeka Belajar Kampus Merdeka Program: An Analysis of the Success Factors. *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2 (1): 123–40. <https://doi.org/10.14421/njpi.2022.v2i1-8>.
- Ferinda, Yunika., Anggara, Baldi., & Rozali, Ibnu. (2024). Penerapan Pembelajaran Berdiferensiasi Berbasis Rancangan Understanding by Design (UbD) Terhadap Minat Belajar Siswa. *Wahana Karya Ilmiah Pendidikan*, 8 (01): 56–68. <https://doi.org/10.35706/wkip.v8i01.11737>.
- Fitrianiingtyas, Anjar., & Jumi atmoko Jumi atmoko. (2023). Sosialisasi Pentingnya Pendidikan Karakter Anak Usia Dini Di Era Digital. *Murhum : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 4
- Hartinah, Sitti., Patimah, Lilis., Faruk, Ahmad., Zulkarnain, Ferdi., Mardikawati, Budi., & Prastawa, Singgih. (2024). Inovasi Pendidikan Berkarakter Menciptakan Generasi Emas 2045. *Journal on Education*, 06 (02): 13230–37.
- Hasvia., Gebee, Tasya., Lady Lady, Utami, Nevi Ariyu De., Aulia, Gita., & Jones, Joy Happy Jones. (2023). Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Lembaga Sekolah Dasar Islam Insan Cendekia Pacitan. *KREATIF: Jurnal Studi Pemikiran Pendidikan Agama Islam*, 19 (1): 16.

- Ilmi, Fiki Amaliatul., Zuhri, M. Saipuddin., & Yanti, Reni Puspita. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam: Studi Di Madrasah Aliyah Sabilul Muttaqin Mojokerto. *Bustanul Ulum Journal of Islamic Education*, 1 (2): 148–59. <https://doi.org/10.62448/bujie.v1i2.30>.
- Istiqomah, Fika. (2023). Buku Manajemen Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Kamal, St. Ibrah Mustafa, and Nursahwal. (2023). Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupten Gowa. *Jambura Economic Education Journal*, 5 (1): 60–69.
- Kunci, Kata. (2024). Efektifitas Promosi Pendidikan. 1 (2): 40–51.
- Lestari, Yuni., Muhtarom, Yusuf., Lestari, Yuni., & Muhtarom, Yusuf. (2023). Implementing the Humanistic Approach in 21st -Century Interactive Arabic Language Learning at Madrasah Ibtidaiyah Implementing the Humanistic Approach in 21 St -Century Interactive Arabic Language Learning at Madrasah Ibtidaiyah.
- Maula, Ismatul, Avid Leonardo Sari, Dorce Sisfiani Sarimin, Rolly H S Rondonuwu, Stai AlHikmah, Benda Dua, Kec Sirampog, et al. (2023). Pendidikan Untuk Pemerataan Pembangunan: Memperjuangkan Hak Semua Anak. *Journal on Education*, 05 (04): 13153– 65.
- Muluk, Mujibur Rahman Kharirul, Oscar R Danar, and Lia Rahmawati. (2020). Community Participation and Development Planning in Local Government Level: A Study on the Formulation of Batu City Medium-Term Development Plan. *Bisnis & Birokrasi Journal* 26
- Muspawi, Mohamad. (2020). Memahami Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20 (3): 744. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i3.1050>.
- Oktafiana, Alma., Laksanti, Yolanda Fitria., & KD, Dian Suluh. (2019). Implementasi Kebijakan Pemerintah Tentang Penerimaan Peserta Didik Baru Berdasarkan Sistem Zonasi Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Pemerintahan*, 5 (2): 93–105. <https://doi.org/10.37058/jipp.v5i2.1410>.—Peran Digital Marketing Dalam Pengembangan Kegiatan Promosi UMKM Windish.
- Rahmawati, Lili., Lestari, Indah., Wismanto Wismanto., Mardianto, Khalid., & Yuliandari, Sari. (2024). Analisis Tentang Konsep Peserta Didik Dalam Pendidikan Islam. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2 (2): 732–41. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i2.268>.
- Saadah, Nailis., Wastri, Linda., & Trisoni, Ridwal. (2023). Analisis Kebijakan Sistem Penerimaan Peserta Didik Baru Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pendidikan. *Al-Qalam: Jurnal Kajian Islam Dan Pendidikan*, 15 (2): 227–38. <https://doi.org/10.47435/alqalam.v15i2.2366>.
- Sarini, S. (2023). Pengaruh Brand Image dan Kepuasan Layanan terhadap Keputusan Orang Tua dalam Memilih SD/MI. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 10(2).
- Sarini, S. (2023). Pengaruh brand image dan kepuasan layanan terhadap keputusan orang tua dalam memilih SD/MI. *E-Journal ADPGMI Indonesia*. Retrieved from <https://e-journal.adpgmiindonesia.com>
- Shelemo, Asnamaw Alemaheyu. (2023). —No Title. *Nucl. Phys*, 13 (1): 104–16.
- Sholeh, Muhammad B., Ahsin, Noor., Alany, Zulfa., & Fatimah Fatimah. (2022). The Integration of Religious Moderation Values in English Language Teaching in Madrasah. *Proceedings of the International Conference on Madrasah Reform 2021 (ICMR 2021)* 633 (Icmr 2021): Toto Suharto. 2011. Filsafat Pendidikan Islam.
- Utami, Fajar Sri., Mudofir., & Supriyanto. (2022). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan. *Allrsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 105 (2): 79.

Wahyuni., Eka, Herawati., & Irwandani. (2024). Transformation of Education at State Elementary School 1 Nunggalrejo through the 'SIKOP' Program (Santun, Inovatif, Kolaboratif, Obyektif, and Profesional).|| *SAKAGURU: Journal of Pedagogy and Creative Teacher*, 1 (1): 1-16. <https://doi.org/10.70211/sakaguru.v1i1.42>.

Internet

Hadi, T. (2021). Pengaruh promosi terhadap pendaftaran peserta didik baru di Madrasah Ibtidaiyah. Retrieved from <https://sumber.university.com>

Wati, Y. N. A. (2022). Pengaruh strategi produk dan promosi terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Eprints Walisongo. Retrieved from <https://eprints.walisongo.ac.id>

Yuniarsi, D. (2020). *Analisis kepuasan orang tua terhadap layanan pendidikan di MI Nurul Huda Kota Bengkulu*. [Repository IAIN Bengkulu]. Retrieved from <https://repository.iainbengkulu.ac.id>