



# Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Menarik Peserta Didik Baru di MI Melalui Hubungan Masyarakat

Ja'far\*

Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Yasini Pasuruan, Indonesia

Email: sbgjakfar86@gmail.com

DOI: 10.38073/nidhomiyah.v5i1.1203

Received: November 2023

Accepted: December 2023

Published: December 2023

## Abstract :

This research aims to determine the marketing management of educational services in attracting new students at MI Roudlotul Mubtadiin through public relations. The research method uses a descriptive qualitative approach, namely by describing and explaining the marketing management of educational services in attracting new students at MI Roudlotul Mubtadiin through public relations. Marketing of educational services at MI Roudlotul Mubtadiin in attracting new students uses a marketing mix, namely: providing integrated skills and knowledge to students, free registration fees and tuition fees, a comfortable, safe and suitable location for carrying out the teaching and learning process, promotion through communication and networking. relations with the community, have supporting and adequate infrastructure, the learning process follows the Madrasah curriculum/government curriculum. Public relations management in attracting new students at MI through community relations, namely carrying out national holiday commemorations involving the entire community, next are events commemorating Islamic holidays, compensation for orphans, birthdays in the month of Rabiul Awal, visiting almost all students, parents of students who are ill, illness, condolences to all students, students' families, communities around MI who have died and visits by institutional leaders to local communities who are less fortunate in order to receive scholarships or discounts on funding.

**Keywords:** *Marketing, Public Relations, New Learners*

## Abstrak :

Penelitian ini bertujuan mengetahui manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Mubtadiin melalui hubungan masyarakat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, yakni dengan cara menggambarkan dan menjelaskan tentang manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Mubtadiin melalui hubungan masyarakat. Pemasaran jasa pendidikan di MI Roudlotul Mubtadiin dalam menarik peserta didik baru menggunakan bauran pemasaran yaitu: memberikan kemampuan dan pengetahuan terpadu pada siswa, menggratiskan biaya pendaftaran dan biaya SPP, Lokasi yang nyaman, aman dan cocok untuk melakukan proses belajar mengajar, Promosi melalui komunikasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat, memiliki sarana prasarana yang mendukung dan memadai, Proses pembelajaran mengikuti kurikulum Madrasah/ kurikulum pemerintah. Manajemen humas dalam menarik peserta didik baru di MI melalui hubungan masyarakat yaitu melaksanakan peringatan hari besar nasional yang melibatkan seluruh masyarakat, berikutnya acara memperingati hari besar Islam, Santunan anak yatim, Maulid di bulan Rabiul Awal, mengunjungi hampir seluruh siswa, orang tua siswa yang sedang sakit, takziah ke seluruh siswa, keluarga siswa, masyarakat sekitar MI yang meninggal dunia dan kunjungan pimpinan lembaga ke masyarakat sekitar yang tidak mampu agar mendapat beasiswa atau potongan pembiayaan.

**Kata Kunci:** *Pemasaran, Hubungan Masyarakat, Peserta Didik Baru*

## PENDAHULUAN

Sekolah menyediakan layanan pendidikan yang dibutuhkan masyarakat untuk mengembangkan dan meningkatkan kemampuannya. Dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan sumber daya manusia, layanan pendidikan merupakan hal yang sangat penting. Saat memasarkan layanan pendidikan, penting melaksanakan prinsip-prinsip menyeluruh. Pedoman menyeluruh ini membahas hubungan masyarakat, periklanan, komunikasi pemasaran, dan inisiatif lain yang mendukung pemasaran layanan pendidikan.<sup>1</sup> Jelas sekali bahwa keterlibatan masyarakat mempunyai peranan penting dalam keberhasilan suatu organisasi pendidikan; oleh karena itu, agar organisasi bisa berhasil sesuai rencana, kolaborasi, dan komunitas yang kuat harus ditingkatkan.<sup>2</sup>

Paradigma sosial saat ini mengenai cara pandang pendidikan mulai berubah. Pada mulanya pendidikan dipelajari dari sudut pandang sosial, namun kini pendidikan lebih dilihat dari sudut pandang korporasi. Yang dimaksud dengan lembaga pendidikan adalah perusahaan produksi yang menciptakan layanan pembelajaran yang dibeli pelanggan. Layanan pendidikan yang ditawarkan tidak akan berhasil di pasar jika produsen tidak mampu mempromosikannya karena ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitasnya.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, diperlukan keterampilan pengolahan yang profesional untuk dapat mempraktekkan dalam memasarkan pelayanan pendidikan yang mempunyai tujuan untuk memberikan pelayanan konsumen dan memberi kepuasan terhadap kebutuhan konsumen serta terus memperbaiki keinginan lembaga pendidikan.<sup>4</sup>

Seluruh lembaga pendidikan harus terus berupaya untuk tetap bertahan, berkembang, mampu bersaing dan mengungguli lembaga pendidikan lainnya. Oleh karena itu, madrasah harus memiliki strategi pemasaran yang aktif, kreatif dan inovatif serta terus berupaya mencapai pretensi pemasaran. Mengkondisikan penjualan pelayanan pendidikan yang dilakukan madrasah dapat mengubah penilaian pengguna jasa pendidikan terhadap kualitas akademi

---

<sup>1</sup> Budi Handayani and Bambang Ismanto, "Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Nonformal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat," 2020.

<sup>2</sup> Rian Noviantiani and Sri Harmonika, "Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Lombok Timur," *Jurnal Manajemen dan Budaya 1*, no. 1 (January 7, 2021): 11-16, <https://doi.org/10.51700/manajemen.v1i1.105>.

<sup>3</sup> Fajar Sri Utami, "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan," *Jurnal Pendidikan dan Konseling 4*, no. 4 (2022).

<sup>4</sup> Sarifudin Sarifudin and Rahendra Maya, "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (mat) Darul Fallah Bogor," *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 2*, no. 02 (July 31, 2019): 133, <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.

yang ada saat ini dan yang akan datang serta merupakan salah satu cara untuk membentuk penilaian positif madrasah secara keseluruhan.<sup>5</sup>

Salah satu lembaga pendidikan yang berperan sebagai penggerak kemajuan negara adalah madrasah. Namun keterlibatan komunitas madrasah keagamaan dalam proses ini masih mengalami pasang surut. Secara umum, opini masyarakat terhadap instansi pendidikan Islam telah berkembang. Instansi pendidikan Islam pernah dianggap sebagai lembaga pedesaan berkualitas rendah yang hanya melayani masyarakat pedesaan dan kelas menengah ke bawah. Namun seiring berjalannya waktu, sudut pandang ini semakin berkurang.<sup>6</sup>

Beberapa penelitian yang sama dengan penelitian yang kami lakukan diantaranya yaitu penelitian Erah Juraerah dengan judul Implementasi Bauran Pemasaran Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, peneliti Erah Juraerah memfokuskan pada aspek penggunaan bauran pemasaran (mix marketing) dalam pemasaran jasa pendidikan di SMK Bismillah. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Isnaini Munawaroh dan Akhmad Nur Ikhsan memilih judul Manajemen Pemasaran di MI Darussalam 02 Kartasura, tujuan Isnaini Munawaroh dan Akhmad adalah mendeskripsikan upaya-upaya yang dilakukan MI 02 Darussalam Kartasura dalam menarik pelanggan dan program-program yang ditawarkan kepada pengguna jasa pendidikan dalam kegiatan pemasaran. Penelitian berikutnya ditulis Muhammad Iqbal dengan judul Pemasaran pelayanan Pendidikan dan pelaksanaan sebagai Strategi Peningkatan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta, fokus dari penelitian ini adalah ada pada pengalaman dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pilihan siswa dalam melanjutkan studi di sekolah tersebut melalui beberapa strategi pemasaran pelayanan Pendidikan.

Penelitian ini dilakukan atas dasar alasan bahwa MI Roudlotul Mubtadiin sudah memiliki kualitas mutu dan prestasi siswa yang cukup baik, akan tetapi hal ini buka satu-satunya pertimbangan masyarakat memilih MI Roudlotul Mubtadiin mengingat SDM sebagian masyarakat masih sangat rendah ditambah fanatisme terhadap kelompok masih sangat tinggi dari beberapa alasan tersebut peneliti memilih judul penelitian Manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik peserta didik baru di MI melalui hubungan masyarakat dengan tujuan penelitian mendeskripsikan Pemasaran jasa pendidikan di MI dalam menarik

---

<sup>5</sup> Isnaini Munawaroh and Akhmad Nur Ikhsan, "Manajemen Pemasaran Di MI Darussalam 02 Kartasura," *Journal of Islamic Education Leadership* 2, no. 2 (December 25, 2022): 143-56, <https://doi.org/10.30984/jmpi.v2i2.365>.

<sup>6</sup> Fajri Dwiayama et al., "Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 1 (February 28, 2020): 63-71, <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.868>.

peserta didik baru dan Manajemen humas dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Mubtadiin.

## METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu mendeskripsikan dan menjelaskan manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Mubtadiin melalui kehumasan. Proses analisis deskriptif menghasilkan informasi yang jelas, tidak memihak, metodis, dan analitis

Kajian ini merupakan bagian dari penelitian kualitatif, yaitu suatu proses menganalisis dan meneliti fenomena sosial dan permasalahan kemanusiaan dengan menggunakan metodologi yang berpijak pada teori dan menyesuaikan penekanan penelitian dengan fakta aktual di lapangan. Selain itu, landasan teoritis berguna dalam memberikan ringkasan luas tentang latar belakang penelitian dan dalam menyediakan bahan untuk mendiskusikan temuan. Penelitian ini bersifat deskriptif, menggunakan metodologi yang meliputi penulisan, interpretasi data, dan kemudian analisis hasilnya.<sup>7</sup> Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan paparan pemasaran jasa pendidikan dan manajemen humas Pendidikan serta observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang lebih lengkap dan membandingkan hasil analisis wawancara dengan dokumen yang tersedia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran atau marketing mix merupakan alat pemasar yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan dapat berjalan sukses.<sup>8</sup> MI Roudlotul Mubtadiin dalam melakukan pemasaran jasa Pendidikan untuk menarik peserta didik baru menggunakan beberapa bauran pemasaran dengan 7 unsur pemasaran sebagai berikut:

### **Produk**

MI Roudlotul Mubtadiin berusaha untuk memberikan kemampuan dan pengetahuan terpadu pada siswa yakni pengetahuan umum dan pengetahuan agama di tambah juga ekstrakurikuler seperti pramuka, paskibra, al-banjari, qari dan Tahsin.

---

<sup>7</sup> Tohirin, Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling, Jakarta: Raja Grafindo Persada, (2016).hl 2

<sup>8</sup> Wahyu Abdillah and Andry Herawati, "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)," *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* 2, no. 2 (January 15, 2019): 309–25, <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>.

### **Harga**

MI Roudlotul Mubtadiin berada di tengah lingkungan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke bawah oleh karena itu MI Roudlotul Mubtadiin menggratiskan biaya pendaftaran dan biaya SPP, sementara untuk biaya operasional madrasah memaksimalkan dana bantuan pemerintah seperti dana BOS.

### **Lokasi**

MI Roudlotul Mubtadiin di Jl. Masjid Al-Atiq No.11, Dsn. Sumber Gentong, Ds. Jati Gunting, Kec. Wonorejo, Kab. Pasuruan. Lokasi ada di tengah-tengah dusun yang sangat nyaman, aman dan cocok untuk melakukan proses belajar mengajar.

### **Promosi**

Promosi melalui komunikasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat terutama wali murid RA Roudlotul Mubtadiin dan mempublikasikan kegiatan-kegiatan melalui media sosial seperti youtube dan facebook.

### **Sumber Daya Manusia**

Sekitar sembilan puluh persen Pendidik yang mengajar di MI Roudlotul Mubtadiin berijazah S1 sesuai bidangnya, dan ada sekitar empat puluh persen sudah sergur/sertifikasi guru untuk tenaga kependidikan 1 orang berijazah MA dan bagian kebersihan berijazah MTS.

### **Bukti Fisik**

Dalam proses kegiatan belajar mengajar MI Roudlotul Mubtadiin memiliki sarana prasarana yang mendukung kelancaran proses belajar mengajar. Adapun beberapa fasilitas yang ada di MI Roudlotul Mubtadiin: 1. Seluruh ruangan kelas di lengkapi dengan kipas angin. 2. Tempat ibadah/Masjid. 3. Ruangan kelas sudah sesuai standar, dilengkapi papan tulis blackboard dan perlengkapan lainnya. 4. Perpustakaan. 5. Lab. komputer sudah terkoneksi jaringan internet Wi-Fi. 6. Ruangan keterampilan, 7 Tempat olahraga, lapangan voli dan tempat senam. 8. Kamar mandi. 9 kantin.

### **Proses**

Proses pembelajaran di MI Roudlotul Mubtadiin mengikuti kurikulum Madrasah/ kurikulum pemerintah, memberikan beberapa pelayanan dan fasilitasi untuk mendukung kegiatan belajar mengajar, sarpras yang sudah standar dan beberapa kegiatan program ekstrakurikuler seperti pramuka, paskibra, al -ban jari, qari dan Tahsin. Semua kegiatan sangat penting perannya dalam membantu kegiatan belajar mengajar agar dapat menambah ketertarikan calon siswa baru.

Pemasaran jasa pendidikan harus terus dilakukan agar dapat menarik calon sis wabar. Manajemen pemasaran pelayanan pendidikan harus mengetahui apa yang diinginkan, dibutuhkan masyarakat dan peserta didik dengan tetap memperhatikan kemampuan MI Roudlotul Mubtadiin dalam melakukan kegiatan sehingga mempermudah manajemen dalam menyusun

rencanaan kegiatan, pembagian tugas, melaksanakan di lapangan, mengontrol kegiatan dan pengevaluasian/perbaikan sehingga dapat menarik calon siswa baru.

Hasil penelitian ini melengkapi dan memperkuat konsep pemasaran layanan pendidikan, yang dapat membuat sekolah terhindar dari kesulitan melalui peningkatan layanan pendidikan.<sup>9</sup> Hasil penelitian tersebut mendukung dan mempertegas bahwa pemasaran jasa pendidikan diperlukan untuk menarik minat calon siswa baru sehingga sekolah dapat menghilangkan kemerosotan minat masyarakat khususnya peserta didik baru. Dengan memasarkan MI Roudlotul Muftadiin dapat bersaing dengan lembaga lain. Persaingan sekolah menjadi semakin kompleks, dan Mempromosikan lembaga pendidikan merupakan pendekatan yang sangat tepat untuk menghadirkan lembaga pendidikan kepada masyarakat umum dan calon peserta didik.<sup>10</sup>

Melalui pemasaran jasa pendidikan MI Roudlotul Muftadiin bisa menarik masyarakat dan peserta didik baru karena di situ ada strategi dan perencanaan yang matang. Sekolah dapat menggunakan teknik pemasaran layanan pendidikan untuk menyoroti produk berkualitas tinggi yang mereka tawarkan dan untuk memperkenalkan diri kepada klien melalui rantai pasokan berkelanjutan yang memenuhi permintaan mereka.<sup>11</sup> Penting juga meningkatkan kualitas MI Roudlotul Muftadiin. Citra (kualitas) suatu lembaga pendidikan sangat penting karena dapat mempengaruhi jumlah peserta didik yang dapat diserap nya diserap.<sup>12</sup>

Humas adalah usaha yang dilakukan madrasah dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu madrasah dengan pihak masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik antara keduanya sehingga timbullah hubungan yang harmonis, saling mempercayai dan menciptakan citra yang positif diantara keduanya.<sup>13</sup> Manajemen humas dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Muftadiin sebagai berikut.

## **Perencanaan**

Perencanaan humas di MI Roudlotul Muftadiin adalah mengidentifikasi tujuan dan menyusun perencanaan yang dilakukan kepala sekolah beserta seluruh

---

<sup>9</sup> Muhammad Iqbal, "Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta," *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (July 16, 2019): 127-46, <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>.

<sup>10</sup> Ninsiar Woliktol, "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Smp Negeri 7 Kendari," *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran* 2, no. 3 (2021).

<sup>11</sup> Munawaroh and Ikhsan, "Manajemen Pemasaran Di MI Darussalam 02 Kartasura."

<sup>12</sup> Ahmad Shiroth and Diningrum Citraningsih, "Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan," *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam* 6, no. 1 (January 31, 2023): 114-38, <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i1.544>.

<sup>13</sup> Ilmiah Nafhah Karimah, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Dan Partisipasi Masyarakat Di Man 3 Malang," *Ulul Amri: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (June 2, 2022): 32-44, <https://doi.org/10.18860/uajmpi.v1i1.822>.

dewan guru dan bagian tata usaha, perencanaan ini direncanakan sejak tahun ajaran baru adapun rencana beberapa acara yang direncanakan seperti acara memperingati hari besar nasional, kegiatan memperingati hari besar Islam, mengunjungi siswa dan orang tua siswa yang sedang sakit, takziah ke siswa, keluarga siswa dan masyarakat sekitar MI yang meninggal dunia semua kegiatan direncanakan dengan baik agar mudah mencapai tujuan.

### **Pengorganisasian**

Pada tahap ini pembagian tugas pelaksana kegiatan humas pendidikan di MI Roudlotul Muftadiin untuk kegiatan yang melibatkan masyarakat ketua pelaksana adalah waka humas dengan dibantu oleh dewan guru sementara untuk kegiatan yang diikuti wali siswa, siswa dan unsur sekolah lainnya ketua pelaksana adalah waka kesiswaan dan dibantu seluruh dewan guru.

### **Pelaksanaan**

Pelaksanaan humas dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Muftadiin melalui hubungan masyarakat yaitu melaksanakan peringatan hari besar nasional seperti karnaval kemerdekaan yang melibatkan seluruh masyarakat tua maupun muda kegiatan ini dilakukan tiap bulan agustus, berikutnya acara memperingati hari besar Islam seperti tahun baru Islam di bulan Sura/Muharam, Santunan anak yatim, Maulid Nabi di bulan Rabiul Awal, mengunjungi hampir seluruh siswa, orang tua siswa yang sedang sakit, takziah ke seluruh siswa, keluarga siswa, masyarakat sekitar MI yang meninggal dunia dan kunjungan pimpinan lembaga ke masyarakat yang tidak mampu agar mendapat beasiswa atau potongan pembiayaan.

### **Pengawasan**

Pengawasan dilakukan oleh ketua pelaksana kegiatan tepatnya memberi motivasi dan semangat kepada semua guru agar tetap Istiqamah melaksanakan pemasaran jasa pendidikan dalam menarik calon siswa baru di MI Roudlotul Muftadiin melalui hubungan masyarakat.

### **Evaluasi**

Evaluasi ini adalah langkah terakhir yang dilakukan oleh pihak humas MI Roudlotul Muftadiin pendidikan dalam menarik peserta didik baru di MI Roudlotul Muftadiin melalui hubungan masyarakat. Evaluasi ini dilakukan setiap tahun, melibatkan ketua, sekretaris yayasan dan seluruh pendidik dan tenaga kependidikan di MI Roudlotul Muftadiin. Penilaian ini dilakukan untuk memastikan program kegiatan yang berkelanjutan tetap berjalan sesuai rencana dan terus ditingkatkan sehingga proses pemasaran dapat berfungsi dengan baik.

Manajemen humas MI Roudlotul Muftadiin menjembatani kebuntuan hubungan MI dengan masyarakat. Humas pada lembaga pendidikan Islam dapat dikatakan merupakan suatu kegiatan yang direncanakan secara matang dan berkelanjutan oleh lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menjalin dan

membina hubungan yang harmonis.....<sup>14</sup> Dengan hubungan yang harmonis antara MI Roudlotul Muftadiin dengan masyarakat diharapkan mampu menarik peserta didik baru. Pengelolaan lembaga pendidikan dapat menarik peserta didik baru dengan baik Jika setiap sektor yang bergerak di bidang pendidikan mendukung pengelolaan lembaga-lembaga tersebut, maka mereka akan mampu menarik siswa baru.<sup>15</sup> MI Roudlotul Muftadiin akan terus hidup dan berkembang jika peran dan hubungan masyarakat sangat baik. Karena indikator efektivitas manajemen kelembagaan adalah seberapa banyak keterlibatan masyarakat mempromosikan pertumbuhan lembaga pendidikan.<sup>16</sup>

## KESIMPULAN

Pemasaran jasa pendidikan di MI Roudlotul Muftadiin dalam menarik peserta didik baru menggunakan bauran pemasaran yaitu: berusaha untuk memberikan kemampuan dan pengetahuan terpadu pada siswa, menggratiskan biaya pendaftaran dan biaya SPP, Lokasi ada di tengah-tengah dusun yang nyaman, aman dan cocok untuk melakukan proses belajar mengajar, Promosi melalui komunikasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat terutama wali murid RA Roudlotul Muftadiin, memiliki sarana prasarana yang mendukung dan sudah memadai, Proses pembelajaran di MI Roudlotul Muftadiin mengikuti kurikulum Madrasah/ kurikulum pemerintah.

Manajemen humas dalam menarik peserta didik baru di MI melalui hubungan masyarakat yaitu melaksanakan peringatan hari besar nasional seperti karnaval kemerdekaan yang melibatkan seluruh masyarakat tua maupun muda kegiatan ini dilakukan tiap bulan Agustus, berikutnya acara memperingati hari besar Islam seperti tahun baru Islam di bulan Sura/Muharam, Santunan anak yatim, Maulid di bulan Rabiul Awal, mengunjungi hampir seluruh siswa, orang tua siswa yang sedang sakit, takziah ke seluruh siswa, keluarga siswa, masyarakat sekitar MI yang meninggal dunia dan kunjungan pimpinan lembaga ke masyarakat sekitar yang tidak mampu agar mendapat beasiswa atau potongan pembiayaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Wahyu, and Andry Herawati. "Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)."

---

<sup>14</sup> Mustafa Habib et al., "Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam," *edu society: jurnal pendidikan, ilmu sosial dan pengabdian kepada masyarakat* 1, no. 2 (August 11, 2023): 269-75, <https://doi.org/10.56832/edu.v1i2.100>.

<sup>15</sup> Astuti Istikaroh, "Model Kepemimpinan Berkarakter dalam Konteks Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan," *Jurnal Kependidikan* 7, no. 1 (May 31, 2019): 1-16, <https://doi.org/10.24090/jk.v7i1.1928>.

<sup>16</sup> Dwiayama et al., "Manajemen Humas."

- Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi* 2, no. 2 (January 15, 2019): 309–25. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i2.1338>.
- Ahmad Shiroth and Diningrum Citraningsih. “Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan.” *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam* 6, no. 1 (January 31, 2023): 114–38. <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i1.544>.
- Dwiyama, Fajri, Adriani Adriani, Ismia Ismia, and Riska Oktafiana. “Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan.” *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 1 (February 28, 2020): 63–71. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.868>.
- Habib, Mustafa, Umi Masnah Sihombing, Utia Rahmadani, and Wirahayu Wirahayu. “Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam.” *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 1, no. 2 (August 11, 2023): 269–75. <https://doi.org/10.56832/edu.v1i2.100>.
- Handayani, Budi, and Bambang Ismanto. “Evaluasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Nonformal Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat,” 2020.
- Iqbal, Muhammad. “Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta.” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (July 16, 2019): 127–46. <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>.
- Istikaroh, Astuti. “Model Kepemimpinan Berkarakter dalam Konteks Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Kependidikan* 7, no. 1 (May 31, 2019): 1–16. <https://doi.org/10.24090/jk.v7i1.1928>.
- Karimah, Ilmiah Nafhah. “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Dan Partisipasi Masyarakat Di Man 3 Malang.” *Ulul Amri: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (June 2, 2022): 32–44. <https://doi.org/10.18860/uajmpi.v1i1.822>.
- Munawaroh, Isnaini, and Akhmad Nur Ikhsan. “Manajemen Pemasaran Di MI Darussalam 02 Kartasura.” *Journal of Islamic Education Leadership* 2, no. 2 (December 25, 2022): 143–56. <https://doi.org/10.30984/jmpi.v2i2.365>.
- Noviantiani, Rian, and Sri Harmonika. “Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Lombok Timur.” *Jurnal Manajemen dan Budaya* 1, no. 1 (January 7, 2021): 11–16. <https://doi.org/10.51700/manajemen.v1i1.105>.
- Sarifudin, Sarifudin, and Rahendra Maya. “Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (mat) Darul Fallah Bogor.” *Islamic*

- Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 02 (July 31, 2019): 133. <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.
- Utami, Fajar Sri. "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan." *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4, no. 4 (2022).
- Woliktol, Ninsiar. "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Smp Negeri 7 Kendari." *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran* 2, no. 3 (2021).
- Ahmad Shiroth & Diningrum Citraningsih. (2023). Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, 6(1), 114-138. <https://doi.org/10.54396/saliha.v6i1.544>
- Alfiyanto, A. (2020). Manajemen pemasaran jasa pendidikan berbasis budaya religius. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 53-62. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.867>
- Dwiyama, F., Adriani, A., Ismia, I., & Oktafiana, R. (2020). Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 63-71. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.868>
- Habib, M., Sihombing, U. M., Rahmadani, U., & Wirahayu, W. (2023). Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam. *Edu society: jurnal pendidikan, ilmu sosial dan pengabdian kepada masyarakat*, 1(2), 269-275. <https://doi.org/10.56832/edu.v1i2.100>
- Handayani, B., & Ismanto, B. (2020). *Evaluasi manajemen pemasaran jasa pendidikan nonformal pusat kegiatan belajar masyarakat*.
- Iqbal, M. (2019). Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 127-146. <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>
- Istikaroh, A. (2019). Model Kepemimpinan Berkarakter dalam Konteks Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Kependidikan*, 7(1), 1-16. <https://doi.org/10.24090/jk.v7i1.1928>
- Morrisan, (2010), *Manajemen publik relations strategi menjadi humas profesional*, Jakarata: Media Graika
- Munawaroh, I., & Ikhsan, A. N. (2022). Manajemen Pemasaran Di MI Darussalam 02 Kartasura. *Journal of Islamic Education Leadership*, 2(2), 143-156. <https://doi.org/10.30984/jmpi.v2i2.365>
- Noviantiani, R., & Harmonika, S. (2021). Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Lombok Timur. *Jurnal Manajemen dan Budaya*, 1(1), 11-16. <https://doi.org/10.51700/manajemen.v1i1.105>

- Sarifudin, S., & Maya, R. (2019). Implementasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di madrasah aliyah terpadu (mat) darul fallah bogor. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(02), 133. <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>
- Tohirin, (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling, Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Utami, F. S. (2022). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(4).
- Woliktol, N. (2021). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Smp Negeri 7 Kendari. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 2(3).