

**STRATEGI PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT
SISWA MENDAFTAR DI SMA IT KHOIRU UMMAH
REJANG LEBONG**

**Di Ajukan Untuk Mengikuti Ujian Skripsi
Guna Memperoleh Gelar Sarjana satu (S.1)**



**Di susun oleh:
IMAN TRIYANA
NIM 21561023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

2025

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Curup

Di-

Tempat

Assalamualikum Wr. Wb

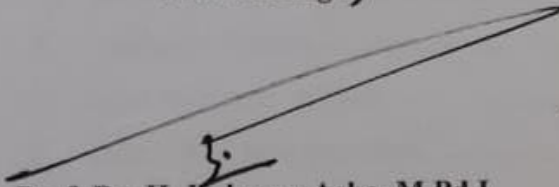
Setelah di adakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara Iman Triyana "Strategi Promosi untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

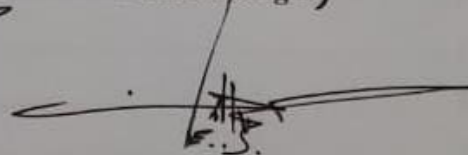
Curup, 23 Juni 2025

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Lukman Asha, M.Pd.I
NIP. 1959 0929 1992 031 001

Pembimbing II,



Dr. Amrullah, M.Pd.I
NIP. 1985 0328 2020 121 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Iman Triyana
NIM : 21561023
Fakultas : Tarbiyah
Jurusan : MPI
Judul : Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar Di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

Dengan ini menyatakan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar penulis bersedia menerima hukuman atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, agar dapat digunakan sebagai mana mestisnya.

Curup, 27 Juni 2025



Iman Triyana
NIM. 21561023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS TARBIYAH**

Jalan Dr. Ak Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <https://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 155/In.34/FT/PP.00.9/08/2025

Nama : Iman Triyana
NIM : 21561023
Fakultas : Tarbiyah
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul : Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar Di
SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup,
pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 19 Agustus 2025
Pukul : 13.00-14.30 WIB
Tempat : Ruang Sidang 03 Gedung Munaqasyah Fakultas Tarbiyah

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan (S.Pd) dalam bidang Ilmu Manajemen Pendidikan Islam

TIM PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Dr. H. Lukman Asha, M.Pd. I
NIP. 195909291992031001

Dr. Amrullah, M.Pd. I
NIP. 198503282020121001

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Muhammad Idris, S.Pd. I, M.A
NIP. 198104172020121007

Jenny Fransiska, M.Pd
NIP. 1988006302020122004

Mengesahkan
Dekan Fakultas Tarbiyah



Dr. Sufarto, S.Ag., M.Pd
NIP. 19740921 200003 1 003

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang berjudul "Strategi Promosi untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong" ini disusun sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah pendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong melalui strategi promosi yang efektif dan terencana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, kami ingin mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang telah berkontribusi di dalam penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya ucapan terimakasih dari peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Idi Warsah, M.Pd.I, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Prof. Dr. H. Yusefri, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
3. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM, selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
4. Bapak Dr. H. Nelson, S.Ag., M.Pd.I selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
5. Bapak Dr. H. Sutarto, S.Ag., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

6. Bapak Dr. Sakut Ansori, S.Pd.I, M.Hum., selaku Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
7. Ibu Dr. Bakti Komala Sari, M.Pd.I, selaku Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
8. Ibu Jeni Fransiska, M.Pd., selaku Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
9. Bapak Prof. Dr. H. Lukman Asha, M.Pd.I., selaku pembimbing I yang telah membimbing dan membantu peneliti dalam memberikan arahan dan masukan, serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Bapak Dr. Amrullah, M.Pd, selaku pembimbing II yang memberikan arahan dan masukan, serta bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Bapak Dr. Abdul Sahib, M.Pd., selaku dosen pembimbing akademik selama masa perkuliahan.
12. Seluruh Jajaran Akademik IAIN Curup dan semua pihak yang telah terlibat dalam membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini.
13. Erwanto, M.Pd, selaku Kepala Sekolah SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong beserta jajaran yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan membantu memberikan informasi yang di butuhkan peneliti.

Kami menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Harapan kami, skripsi ini dapat menjadi langkah awal yang positif dalam menarik minat siswa untuk mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong serta meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat.

Semoga Allah SWT selalu memberikan dan melimpahkan rahmat dan karunia nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam setiap usaha yang kita lakukan.

Curup, Juni 2025

Penulis,

Iman Triyana

ABSTRAK

Iman Triyana NIM 21561023 "**Strategi Promosi untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong**", Skripsi pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Curup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang telah di terapkan dalam menarik minat siswa mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, diantaranya: 1). Mengetahui pelaksanaan strategi promosi di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, 2). Mengetahui kelebihan dan kendala strategi promosi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan kepala sekolah, staf tata usaha, dan guru, serta dokumentasi terkait strategi promosi dalam menarik minat siswa di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong menggunakan berbagai strategi promosi, antara lain melakukan kegiatan ekspo/roadshow, kerjasama antar sekolah dan pemanfaatan media sosial, kunjungan ke sekolah-sekolah tingkat SMP, MTs, penyelenggaraan lomba dan seminar, serta promosi dari mulut ke mulut melalui jaringan alumni dan wali murid. Yang kedua kelebihan dari strategi promosi melalui media sosial terbukti paling efektif dalam menjangkau target audiens karena memiliki daya jangkau yang luas dan biaya yang relatif rendah. Selain itu, pendekatan personal melalui hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar juga memberikan pengaruh positif dalam membangun citra sekolah. Kendala dalam strategi promosi ini ialah tidak semua guru dan staf memiliki kemampuan khusus dalam mengelola media sosial dan membuat konten promosi yang menarik dalam mempromosikan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

Kata kunci: Strategi Promosi, Minat Siswa

MOTTO

Tidak Ada Yang Lebih Romantis

Dari Sujud Seorang Hamba

Kepada Tuhan-Nya

(Iman Triyana)

Strategi Di Perlukan Karena Masa Depan

Tidak Bisa Di Prediksi

(Steve Jobs)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Tanpa izin Allah maka penulis tidak akan pernah bisa berada sampai ke tahap ini, dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kepada Ibuku yang tercinta tanpa bimbingan dan perjuangan Ibu maka aku tidak mungkin sampai ke tahap ini, ibu selalu ada untukku, ketika dunia jahat kepadaku, Ibu ku selalu berdiri di depanku, selalu ada untukku, selagi prosesku masih di temani sang Ibu, maka duniaku akan baik” saja. Jangan terlalu keras kepada Ibumu, kamu tidak tahu seberapa keras dunia menghantamnya, namun dia tetap bertahan demi kehidupanmu. Ini masi proses awal perjalanan ku untuk sukses membahagiakanmu Ibu.
2. Untuk Almarhum Bapakku yang telah berada di sisi Allah Yang Maha Kuasa, Bapak pasti sekarang senyum kan melihat perjuangan Ibu untuk menemani prosesku yang sampai detik ini tak pernah lelah membimbingku dan mengarahkanku sampai aku bisa berada di titik ini. Tenang pak aku pasti akan menjadi tulang punggung keluarga yang hebat dan akan membahagiakan Ibu.
3. Dosen pembimbing dan seluruh Jajaran akademik, atas ilmu, arahan, dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi teman tawa, pelipur lara, dan penyemangat dalam perjalanan ini.
5. Dan untuk diriku sendiri, yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah terus melangkah, bahkan saat terasa ingin menyerah.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	11
C. Pertanyaan Penelitian	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa	14
1. Pengertian Strategi.....	14
2. Pengertian Promosi.....	17
3. Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa.....	18
B. Kelebihan dan Kendala Strategi Promosi Dalam Menarik Minat Siswa ...	21
C. Minat Belajar Siswa	23
D. Penelitian Relevan.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Subjek Penelitian.....	30
C. Jenis dan Sumber Data	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data	34
F. Uji Keabsahan Data.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
B.	Hasil Penelitian.....	41
C.	Pembahasan.....	54

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	58
B.	Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar serta proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.¹ Pendidikan merupakan suatu keharusan bagi setiap manusia, sebab melalui proses pendidikan, manusia dapat menjadi manusia yang sebenarnya, yakni manusia yang memiliki kualitas dan integritas kepribadian. Kebutuhan akan pendidikan bagi manusia merupakan refleksi dari karakteristik manusia sebagai *homo educandum*. Ini berarti bahwa manusia dalam setiap dinamikanya membutuhkan pendidikan. Dapat dipahami bahwa pendidikan merupakan tanggung jawab setiap orang dan secara formal tanggung jawab itu dibebankan kepada tiga lingkungan yaitu rumah tangga, masyarakat dan sekolah. Ketiga unsur itu beserta seluruh subjek dan objeknya yang terikat satu sama lain, harus saling menunjang untuk mewujudkan tujuan pendidikan.²

¹ Undang-undang no 20 tahun 2003, *Sistem Pendidikan Indonesia*

² Barsihannor, *Belajar dari Luqman Al-Hakim* (Yogyakarta : Kota Kembang, 2009), h. 1.

Al-Qur'an memberikan contoh tentang proses pendidikan, sebagaimana terdapat dalam kisah pertama turunnya Al-Qur'an surah al-Alaq ayat 1-5.

مَرَكَلًا كُتِبَ وَأَرْقَا ۝ قَدَعْنَمَ نَسْنَلًا قَلْخ ۝ قَلْخَ يَدَلَّا كَبَرِ مَسَابِ أَرْقَا ۝
 ۝ مَلْعِي مَدَامَ نَسْنَلًا مَدَع ۝ مَلْقَابِ مَدَعِي دَلَّا

Artinya: (1) Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan, (2) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. (3) Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, (4) Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, (5) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.³

Dan surah Al-Baqarah ayat 30-39 yang dalam kandungan ayat tersebut dapat memberikan pesan-pesan pendidikan bagi seluruh umat khususnya bagi peserta didik.⁴

Mengatakan bahwa pendidikan Islam dihadapkan pada tantangan besar agar bisa mewujudkan tujuan pendidikan Islam yang mampu membina akhlak, membina kehidupan dunia dan akhirat, penguasaan ilmu dan keterampilan bekerja dalam aspek sosial) Amrullah (2015. Sementara, pendidikan nasional bertujuan sebagai proses untuk membentuk peradaban yang martabat melalui pengembangan potensi dan karakter generasi bangsa

³ Kementerian Agama RI, *Al- Quran dan Terjemahnya*, h. 284.

⁴ Al-Qur'an surah Al-baqarah ayat 30-39, *Pesan-pesan Pendidikan*

yang diarahkan agar cerdas, beriman dan bertakwa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, demokratis dan bertanggung jawab. Karena itu, Sekolah Islam terpadu digagas karena melihat efek sekolah-sekolah nasional yang mendidik anak *sekuleristik* atau sekularisme dengan memisahkan kehidupan keagamaan dan kehidupan sosial bermasyarakat, sementara ada beberapa sekolah Islam yang juga bagian dari *sekuleristik* yang sangat fokus terus di ibadah-ibadah mahdah sehingga mengabaikan sisi ilmu pengetahuan. Sekolah Islam Terpadu, sebuah model pendidikan yang didesain dengan segala keterpaduan dari berbagai sisi dan aspek pendidikan, yang meliputi visi, misi, kurikulum, pendidik, suasana pembelajaran, dan lain sebagainya. Sekolah Islam Terpadu sebagai bentuk satuan pendidikan pra-dasar, dasar, dan menengah memiliki peran yang sangat strategis dalam membangun, membentuk, membina, dan mengarahkan anak didik menjadi manusia yang seutuhnya.⁵

Mengatakan bahwa sekolah diharapkan memiliki peran yang inovatif dalam menyusun berbagai perencanaan untuk menunjang proses pembelajaran bagi peserta didik dan kesiapan pendidik dalam melaksanakan pembelajaran Lukman asha (2021).⁶

Pendidikan menjadi bagian penting bagi setiap orang untuk masa depannya maupun untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Masih banyak yang mempercayai bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka masa

⁵ Amrullah 2015, *Sekolah Islam Terpadu*, Jurnal Tadrib Pendidikan Agama Islam Vol 1 No 1

⁶ Lukman asha 2021, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Volume 8 No.2 Hal : 82

depannya akan lebih terjamin. Pendidikan merupakan suatu sarana penting dalam usaha untuk merubah sikap, tingkah laku, dan mendewasakan diri. Setiap individu menginginkan untuk dapat melanjutkan pendidikan di sekolah maupun perguruan tinggi pilihannya. Setelah lulus dari pendidikan sebelumnya seseorang pasti akan mencari-cari sekolah mana yang akan pilihnya untuk melanjutkan pendidikan baik ditingkat SD, SMP/MTS, SMA/SMK maupun perguruan tinggi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pendidikan merupakan proses pengubahan sikap dan tingkah laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Sekolah merupakan komoditas ekonomi di bidang jasa.⁷ Sekolah dasar sebagai lembaga pendidikan formal berperan penting dalam membentuk dasar pengetahuan, keterampilan, dan karakter peserta didik. Namun, di era globalisasi dan persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, setiap sekolah dituntut untuk mampu menarik minat masyarakat agar memilih sekolah tersebut.

Perusahaan jasa seperti sekolah harus dapat merancang strategi yang tepat agar dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. Karena setiap tahunnya, Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dilakukan. PPDB adalah proses seleksi dan penerimaan siswa baru di berbagai jenjang pendidikan, mulai dari tingkat dasar hingga menengah. PPDB dilakukan oleh sekolah-

⁷ Sugitayasa, I. M., Simbolon, B., & Kailola, L. G. (2020) Strategi Pemasaran Sekolah Dasar Pertiwi Abhilasa dalam Meningkatkan Jumlah Siswa. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(2), 86–95.

sekolah untuk menjaring calon siswa yang memenuhi kriteria dan persyaratan tertentu yang telah ditetapkan.⁸ Proses ini biasanya dilakukan setiap tahun ajaran baru dan melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pendaftaran, seleksi, hingga pengumuman hasil. salah satu tujuan promosi sekolah adalah menarik minat siswa baru untuk masuk ke sekolahnya, dalam melakukan penetapan strategi memerlukan penanganan yang hati hati. Sebab , jika penetapan strategi salah atau keliru, maka jalan yang di tempuh untuk mencapai tujuan akan gagal dan mengalami kerugian, terutama kerugian waktu materi dan tenaga.

Ada banyak pertimbangan untuk menentukan sekolah mana yang akan di pilih, baik dari segi fasilitas, biaya masuk, jurusan yang tersedia akreditasi dan lain sebagainya. Karena setiap individu memiliki penilaian tersendiri terhadap sekolah mana yang akan di pilihnya. Setiap sekolah pasti memiliki keunggulan masing-masing yang dapat di promosikan menjadi daya tarik tersendiri, baik dari segi sarana dan prasarana, akreditasi, prestasi maupun keunggulan lainnya.

Berdasarkan observasi awal saya, perkembangan dan persaingan di setiap sekolah saat ini sangat pesat, banyak bermunculan sekolah-sekolah baru yang memiliki keunggulan dan mampu mempromosikan sekolahnya agar dapat menarik minat calon siswa baru. Di Provinsi Bengkulu, Kabupaten Rejang Lebong, terdapat banyak SMA dan SMK Negeri maupun

⁸ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan *menetapkan Permendikbud Nomor 17 Tahun 2017*

Swasta, masing-masing sekolah memiliki keunggulan tersendiri. Untuk dapat Menarik minat calon siswa siswi baru, setiap sekolah memiliki strategi promosi masing-masing, setiap sekolah akan membuat promosi pada setiap tahunnya, kegiatan promosi merupakan media dalam baruan pemasaran yang sangat penting di laksanakan oleh sekolah untuk dapat menarik minat calon siswa siswi baru. Kegiatan promosi berfungsi untuk dapat mempengaruhi calon siswa siswi baru untuk masuk ke sekolah tersebut. Dalam program komunikasi penetapan strategi memerlukan penanganan yang hati-hati. Sebab, jika penetapan strategi salah atau keliru, maka jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan akan gagal dan mengalami kerugian, terutama kerugian waktu, materi dan tenaga.

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa, strategi promosi merupakan salah satu kegiatan bauran promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan jasa maupun produk untuk dapat menarik minat sasarannya. Seperti halnya yang sampaikan narasumber kepada peneliti bahwa, salah satu strategi yang digunakan untuk dapat menarik minat siswa baru adalah dengan melakukan promosi *door to door* di Kabupaten Rejang Lebong. Kegiatan promosi belum terlalu banyak merambah di media sosial maupun media massa. *Door to door* yang dimaksudkan di sini adalah kegiatan promosi dari sekolah ke sekolah. Kegiatan ini selalu dilakukan di setiap tahunnya dengan mendatangi Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang ada di Rejang Lebong.

SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ini Sekolah yang baru berdiri di tahun 2022 dengan SK pendirian sekolah 377/SK/YAC/VII/2022, Tanggal SK Pendirian 2022-07-16, SK Izin Operasional 503/16.1210/4/DPMPTSP-P.1/2023, Tanggal SK Izin Operasional 2023-08-07. SMAIT Khoiru Ummah berdiri pada tanggal 26 Juni 2022 yang langsung diresmikan oleh Wakil Bupati Rejang Lebong Bapak Hendara Wahyudiansyah, S.H, SMA IT Khoiru Ummah beralamat di Jalan Padat Karya Dusun 1 Desa Teladan Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong Povinsi Bengkulu. SMA IT Khoiru Ummah merupakan satu-satunya SMAIT di Kabupaten Rejang Lebong yang berada di Yayasan Al-Amin Curup.

SMA IT Khoiru Ummah didirikan sebagai ikhtiar untuk ikut serta dalam membangun dan mewujudkan cita-cita Negara Kesatuan Republik Indonesia khususnya Kabupaten Rejang Lebong yang bercahaya dalam mencerdaskan generasi yang berakhlak mulia, Qur'ani, berilmu pengetahuan dan teknologi serta berwawasan global. Di sekitar sekolah terdapat sekolah pendukung seperti SMP, SMPIT KU, dan SMA.⁹

Dengan menampilkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki sekolah maka, hal itu dapat menjadi salah satu strategi untuk mempromosikan sekolah. Setiap sekolah dapat dikatakan berkembang apabila jumlah siswanya dapat terus meningkat dan memberikan lulusan

⁹ Instagramofficial_smail.ku2024

yang mampu bersaing baik di dunia pendidikan, pekerjaan, maupun di masyarakat.

Setiap sekolah tentu saja menginginkan adanya peningkatan jumlah calon siswa yang masuk setiap tahunnya. begitu juga yang diharapkan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong. Sebagai lembaga pendidikan yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas, memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah pendaftaran siswa. Untuk mencapai tujuan ini, perlu adanya strategi promosi yang efektif.

Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu Khoiru Ummah Rejang Lebong (SMA IT KU RL) merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berperan penting dalam mencetak generasi penerus bangsa yang berkualitas. Namun, di karenakan sekolah ini baru berdiri di tahun 2022 dalam beberapa tahun terakhir, peningkatan jumlah siswa yang masuk masih terbilang sedikit terjadi peningkatan dan penurunan jumlah siswa baru yang mendaftar di sekolah ini. Untuk meminimalisir terjadinya penurunan ini maka strategi promosi yang harus di terapkan juga harus melebihi atau unggul di bandingkan sekolah - sekolah lain. Ada beberapa faktor yang menjadi perbandingan sekolah negeri dan sekolah islam terpadu, hal ini juga dapat mempengaruhi Strategi Promosi. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang efektif agar SMA IT KU RL dapat menarik minat siswa untuk mendaftar.

Tabel 1.1

Perbandingan Sekolah

SMA Negeri	SMA IT
Dikelola Pemerintah	Di Kelola Yayasan
Guru PNS	Guru Honorer
Fasilitas Yang Terbilang Lengkap	Fasilitas Belum Lengkap
Daya Tampung Kelas Lebih Banyak	Daya Tampung Kelas Lebih Sedikit

Di era globalisasi ini, persaingan antar sekolah untuk mendapatkan siswa baru semakin ketat. Hal ini memaksa sekolah untuk menerapkan strategi promosi yang efektif guna menarik minat calon siswa. SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, sebagai salah satu SMA Islam Terpadu unggulan di Kabupaten Rejang Lebong, berupaya untuk meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru setiap tahunnya. Namun, tantangan yang dihadapi semakin kompleks seiring dengan meningkatnya jumlah SMA yang menawarkan program unggulan dan fasilitas modern. Dalam konteks persaingan yang ketat, promosi sekolah memegang peranan penting dalam membangun citra dan menarik minat calon siswa. Promosi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas sekolah dan memperkuat daya tariknya di mata masyarakat. Maka dari itu, penelitian ini akan mengkaji strategi-strategi

promosi yang dapat diimplementasikan oleh SMA IT KU RL untuk meningkatkan jumlah pendaftar baru.

Berikut adalah grafik pendaftaran siswa di tahun sebelumnya mulai dari tahun 2022 sampai 2024.



Grafik 1.1 Statik Pendaftaran siswa

Berdasarkan grafik di atas jumlah siswa masuk di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong tahun 2022 ada 30 orang siswa, dan di tahun 2023 ada 35 orang siswa, dan di tahun 2024 ada 69 orang siswa.

Berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan adanya peningkatan di tahun 2024, dengan strategi promosi berupa melakukan kegiatan ekspo/roadshow, kerja sama antar sekolah dan promosi melalui media digital.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong”

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini akan memfokuskan pada strategi-strategi promosi yang telah diterapkan oleh SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong. Analisis akan dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari strategi yang ada serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan tersebut, maka sub fokus penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan strategi promosi di SMA IT Khoiru Ummah untuk menarik minat Siswa?
2. Apa kelebihan dan kendala strategi promosi yang telah di terapkan?

D. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi promosi dalam menarik minat siswa mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.
- b. Mengetahui kelebihan dan kendala strategi promosi yang telah di terapkan.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Sebagai Kontribusi dan edukasi guna menambah wawasan terkait **Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong** serta diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan masukan dalam meningkatkan citra sekolah di lingkungan masyarakat.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, merupakan sarana untuk melatih dalam penulisan karya ilmiah sekaligus sebagai tugas akhir untuk meraih gelar strata satu (S1) pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dan sebagai penerapan terhadap pengalaman belajar yang telah diperoleh.
2. Bagi lembaga IAIN Curup, penelitian ini diharapkan sebagai tambahan literature atau referensi bagi lembaga IAIN Curup dan mahasiswa yang ingin mengembangkan kajian dan wawasan

tentang **“Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong”**

3. Bagi peneliti lain sebagai salah satu bahan referensi untuk melakukan penelitian berikutnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah cara yang digunakan dalam mengarahkan semua kemampuan dari segenap sumber daya yang ada pada suatu organisasi supaya bisa bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dapat dikatakan bahwa strategi merupakan faktor penentu keberhasilan suatu organisasi. Tanpa strategi, sebuah organisasi ataupun lembaga tidak akan bisa yakin untuk bisa memanfaatkan peluang-peluang baru.

Strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi dimaksudkan adalah memimpin tentara. Lalu muncul kata strategos yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi, strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan. Carl von Clausewitz dalam merumuskan strategi ialah suatu seni menggunakan sarana pertempuran untuk mencapai tujuan perang¹⁰. Martin-Anderson juga merumuskan strategi adalah seni di mana melibatkan

¹⁰ Carl von Clausewitz, *On War*, Book III, Chapter 1: “*Strategy is the employment of the battle to gain the object of the war.*”

kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.

Dalam Al-Qur'an, terdapat beberapa ayat yang memberikan panduan tentang strategi dan perencanaan, baik dalam konteks individu maupun kolektif. Berikut salah satu ayat yang relevan dengan konsep strategi yaitu dalam QS. Al-Anfal Ayat 60

الْخَيْلِ رِبَاطٍ وَمِنْ قُوَّةٍ مِّنْ اسْتَطَعْتُمْ مَا لَهُمْ وَأَعْدُوا
تَعْلَمُونَهُمْ لَا دُونَهُمْ مِّنْ نَّوَاحِرِي وَعَدَوْكُمْ اللَّهُ عَدُوًّا بِهِ تَرْهَبُونَ
وَأَنْتُمْ إِلَيْكُمْ يُوَفِّ اللَّهُ سَبِيلًا فِي شَيْءٍ مِّنْ تُنْفِقُوا وَمَا يَعْلَمُهُمْ اللَّهُ
تُظْلَمُونَ لَا

Artinya: *Dan persiapkanlah dengan segala kemampuan untuk menghadapi mereka dengan kekuatan yang kamu miliki dan dari pasukan berkuda yang dapat menggentarkan musuh Allah, musuhmu dan orang-orang selain mereka yang kamu tidak mengetahuinya; tetapi Allah mengetahuinya. Apa saja yang kamu infakkan di jalan Allah niscaya akan dibalas dengan cukup kepadamu dan kamu tidak akan dizalimi (dirugikan).*¹¹

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.¹² Namun

¹¹ Al-qur'an (Qs.Al-Anfal Ayat 60)

¹² Effendy, Onong Uchjina. 2015. *Dinamika Komunikasi*. Remaja RosdaKarya: Bandung

untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Berikut ini adalah tahap-tahap dalam menyusun strategi:¹³

a. Memilih Komunikasi Pemasaran dan Media yang Tepat

Bauran komunikasi pemasaran adalah pemilihan fungsi-fungsi komunikasi pemasaran yang digunakan secara tepat waktu sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan. Kegiatan yang paling penting adalah menentukan jenis komunikasi, jenis media, frekuensi, jangkauan serta efektivitas pesan yang disampaikan.

b. Memilih Ide yang Kreatif

Ide kreatif dibangun dengan tujuan untuk mendukung strategi yang sudah ditetapkan. Usahakan membuat ide yang sesuai dengan positioning produk/jasa dan penempatan media yang tepat sehingga mampu menarik perhatian dan melibatkan target market serta memotivasi prospek agar mencoba produk/jasa yang ditawarkan.

c. Menjual Strategi Dengan Alasan yang Kuat

Pemasar harus mampu menjelaskan kepada target market, mengapa ide dan pesan itu di perdengarkan. Apa manfaat yang dapat di terima pelanggan setelah menggunakan produk/jasa tersebut, dan apakah dapat memecahkan masalah yang di hadapi pelanggan.

¹³ Rangkuti, Freddy. 2011. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Dalam konteks pendidikan strategi merupakan rangkaian perencanaan terpadu yang berfungsi mengarahkan lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Strategi tidak hanya berorientasi pada aspek akademik, tetapi juga mencakup aspek komunikasi, promosi, dan pengelolaan hubungan dengan masyarakat.

2. Pengertian Promosi

Promosi merupakan bagian dari salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kegiatan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi. Promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang keunggulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya.¹⁴ Promosi menjadi penting apalagi saat di era keterbukaan informasi sekarang ini. Masyarakat telah kenyang dengan yang membanjiri mereka. Oleh karena itu perusahaan harus memilih cara yang efektif untuk menyampaikan berita kepada masyarakat dengan efektif. (Wahjono, 2010: 134) Promosi

¹⁴ Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta

merupakan salah satu variable IMC yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya, dengan tujuan untuk memberitahukan bahwa satu produk ada dan memperkenalkan produk serta memberikan keyakinan akan manfaat produk tersebut kepada pembeli atau calon pembeli. (Rangkuti, 2009:49) Menurut Kasmir (2008:155) promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Tanpa promosi maka konsumen tidak akan mengetahui dan mengenal perusahaan.

3. Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa

Strategi promosi pada hakikatnya merupakan rangkaian perencanaan terpadu dalam mengkomunikasikan pesan kepada publik sasaran agar lembaga pendidikan dikenal, dipahami, dan diminati. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), strategi promosi adalah bagian dari *marketing mix* yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk atau jasa melalui berbagai saluran komunikasi.¹⁵ Dalam konteks pendidikan, strategi promosi diarahkan untuk menarik calon peserta didik, menjalin hubungan dengan masyarakat, serta memperkuat citra positif lembaga.

¹⁵ Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.)

Adapun beberapa strategi promosi yang berperan penting untuk menarik minat siswa baru, sekaligus membangun kepercayaan masyarakat yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan bentuk komunikasi non-personal yang menggunakan media berbayar untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas (Belch & Belch, 2020).¹⁶ Dalam pendidikan, iklan dapat berupa brosur, spanduk, media cetak, radio, televisi lokal, hingga platform digital. Tujuannya adalah meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan serta menumbuhkan kepercayaan publik.

2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung didefinisikan sebagai upaya promosi yang berhubungan langsung dengan target audiens melalui surat, email, telepon, atau kunjungan langsung (Kotler & Keller, 2016).¹⁷ Dalam pendidikan, ini dapat berupa penyebaran brosur ke rumah-rumah, kampanye melalui pesan WhatsApp, atau pendekatan langsung ke orang tua calon siswa.

3. Publisitas/Humas

¹⁶ Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.)

¹⁷ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Menurut Effendy (2015), komunikasi yang efektif harus melibatkan jejaring dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*).¹⁸ Dalam konteks pendidikan, menjalin kerja sama dengan pemerintah desa, tokoh masyarakat, maupun humas pemerintah akan memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Bentuknya bisa berupa sosialisasi program pendidikan melalui pertemuan desa atau forum resmi.

4. Kegiatan Ekspo/Roadshow

Strategi promosi juga dapat dilakukan melalui event marketing, seperti ekspo pendidikan, pameran, atau roadshow ke sekolah-sekolah. Menurut Tjiptono (2019), kegiatan semacam ini merupakan bentuk komunikasi langsung yang membangun pengalaman dan interaksi dengan audiens.¹⁹ Ekspo dan roadshow memberi peluang untuk mempresentasikan program unggulan lembaga pendidikan secara lebih persuasif.

5. Promosi melalui Media Sosial

Media sosial menjadi sarana utama dalam promosi modern. Menurut Kaplan & Haenlein (2017), media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh pengguna.²⁰ Bagi lembaga pendidikan,

¹⁸ Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

¹⁹ Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi

²⁰ Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). Social Media: Back to the Roots and Back to the Future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104.

media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube menjadi kanal strategis untuk memperluas jangkauan informasi, membangun engagement dengan calon siswa, serta memperkuat branding institusi.

B. Kelebihan dan Kendala Strategi Promosi Dalam Menarik Minat Siswa

1. Kelebihan Strategi Promosi Dalam Menarik Minat Siswa

Strategi promosi dalam pendidikan memiliki sejumlah kelebihan, di antaranya:

- a. Meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan, promosi yang terencana dapat memperluas jangkauan informasi mengenai program, fasilitas, maupun prestasi lembaga pendidikan kepada masyarakat luas.²¹
- b. Membangun citra positif dan kepercayaan publik, menurut Effendy (2015), komunikasi yang efektif melalui humas dan media dapat meningkatkan reputasi lembaga di mata masyarakat.²²
- c. Mendorong minat pendaftar baru, promosi melalui media sosial, iklan digital, maupun roadshow mampu menarik minat siswa karena lebih interaktif, visual, dan sesuai tren generasi muda.

²¹ Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.).

²² Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- d. Meningkatkan daya saing, lembaga pendidikan yang aktif melakukan promosi akan lebih unggul dibanding pesaing yang pasif, terutama dalam persaingan memperoleh siswa baru.²³

2. Kendala Strategi Promosi Dalam Menarik Minat Siswa

Meski memiliki banyak kelebihan, strategi promosi pendidikan juga menghadapi kendala, yaitu:

- a. Keterbatasan anggaran promosi, promosi melalui iklan media massa atau digital berbayar seringkali membutuhkan biaya besar, yang sulit dipenuhi oleh sebagian lembaga pendidikan.
- b. Sumber daya manusia yang terbatas, tidak semua sekolah memiliki tim humas atau staf pemasaran yang terampil dalam mengelola promosi, terutama di bidang digital marketing.²⁴
- c. Persaingan antar lembaga pendidikan, banyaknya sekolah atau perguruan tinggi yang melakukan strategi promosi serupa menimbulkan persaingan ketat, sehingga pesan promosi sering sulit dibedakan.
- d. Perubahan tren teknologi dan preferensi siswa, Kaplan & Haenlein (2017) menegaskan bahwa

²³ Rangkuti, Freddy. (2017). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

²⁴ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

dinamika media sosial menuntut lembaga pendidikan terus beradaptasi dengan platform baru, agar tidak tertinggal.²⁵

C. Minat Belajar Siswa

Minat belajar siswa merujuk pada perhatian, ketertarikan, dan keinginan siswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan belajar atau aktivitas tertentu. Minat ini sering kali dikaitkan dengan motivasi intrinsik, yaitu dorongan dari dalam diri siswa sendiri, untuk belajar atau mengejar suatu aktivitas tanpa adanya paksaan atau imbalan eksternal.

Dalam pemasaran jasa pendidikan, strategi promosi tidak hanya bertujuan menarik calon peserta didik, tetapi juga menumbuhkan minat belajar siswa. Promosi yang efektif mampu menciptakan persepsi bahwa lembaga pendidikan menyediakan lingkungan belajar yang menarik, menantang, dan bermanfaat²⁶. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat siswa antara lain:

a. Promosi yang Menekankan Pada Relevansi dan Manfaat

Promosi pendidikan yang menampilkan keterkaitan antara pelajaran dengan kehidupan nyata atau masa depan karier dapat meningkatkan minat belajar siswa. Contoh: universitas mempromosikan program studi dengan

²⁵ Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). Social Media: Back to the Roots and Back to the Future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104.

²⁶ Hamalik, Oemar. *Psikologi Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011, hlm. 145.

menampilkan alumni yang sukses di bidang pekerjaan terkait.

b. Promosi Melalui Presentasi

Publikasi prestasi siswa dalam lomba akademik maupun non-akademik dapat membangkitkan semangat dan memotivasi calon siswa untuk ikut berprestasi, hal ini juga mendorong siswa yang sudah terdaftar untuk memiliki minat belajar lebih tinggi agar dapat mencapai hasil serupa.

c. Promosi Berbasis Teknologi dan Media Sosial

Menggunakan media sosial, konten video edukasi, webinar, atau virtual class sebagai bagian dari promosi dapat menarik minat generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi. Strategi ini bukan hanya menarik calon siswa, tetapi juga menumbuhkan minat belajar digital.

d. Promosi yang Memberi Kesempatan Belajar

Open house, demo class, atau seminar gratis yang diadakan sekolah/kampus menjadi bentuk promosi sekaligus pengalaman belajar awal. Siswa yang ikut serta akan merasa terlibat langsung dan cenderung memiliki minat belajar lebih besar.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi minat siswa itu sendiri di antaranya²⁷:

- a) Pengalaman sebelumnya. Pengalaman positif atau negatif dengan subjek atau aktivitas tertentu dapat membentuk minat siswa. Misalnya, seorang siswa yang memiliki pengalaman menyenangkan dalam belajar matematika kemungkinan besar akan memiliki minat yang tinggi pada subjek tersebut.
- b) Pengaruh lingkungan. Lingkungan belajar yang mendukung, seperti dukungan dari guru, teman sebaya, dan keluarga, dapat meningkatkan minat siswa. Lingkungan yang menyediakan sumber daya belajar yang menarik dan relevan juga berperan penting.
- c) Relevansi dan keterkaitan. Siswa cenderung lebih berminat pada subjek atau aktivitas yang mereka anggap relevan dengan kehidupan mereka atau yang terkait dengan minat dan tujuan pribadi mereka.
- d) Kepuasan dan prestasi. Prestasi dan keberhasilan dalam belajar dapat meningkatkan minat siswa. Ketika siswa merasa berhasil dan mendapatkan kepuasan dari aktivitas

²⁷ Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat, 2014, hlm. 102–103.

belajar, mereka cenderung lebih berminat untuk melanjutkan aktivitas tersebut.

Strategi promosi pendidikan harus lebih dari sekadar “mengiklankan sekolah”, melainkan menanamkan citra bahwa belajar itu menarik, bermanfaat, dan membawa masa depan yang cerah. Dengan begitu, promosi tidak hanya menarik calon siswa baru, tetapi juga meningkatkan motivasi dan minat belajar siswa yang sudah ada. Jadi minat belajar siswa dapat dibentuk dan ditingkatkan melalui strategi promosi pendidikan yang tepat, misalnya dengan menekankan manfaat belajar, menunjukkan prestasi, memanfaatkan teknologi, dan memberi pengalaman belajar langsung.

D. Penelitian Relevan

Berkaitan dengan penelitian yang dibuat oleh penulis, ada beberapa peneliti yang mengangkat tema penelitian yang serupa yaitu kebijakan promosi dalam lembaga pendidikan.

1. Mamlu'atul Azizah, Sutansi, Esti Untari., tentang “Strategi Promosi PPDB Berdasarkan Zonasi di SD Negeri dan Swasta” dengan kesimpulan:

Strategi promosi tidak lepas dari alat promosi/ bauran promosi yang bermacam-macam. SDN Ngadiluwih menggunakan bauran promosi periklanan, materi interaksional dengan mengunggulkan prestasi sekolah sebagai sekolah favorit di Desa

Ngadiluwih. SDN Ngadiluwih 2 menggunakan publisitas dengan kegiatan yang melibatkan orang tua dan materi interaksional berupa keunggulan dalam bidang seni dan kerajinan. SDN Ngadiluwih 3 menggunakan bauran promosi komunikasi pribadi, periklanan. SD Muhammdiyah 1 Ngadiluwih menggunakan bauran promosi yang cukup beragam yaitu periklanan, publisitas dengan mengadakan kegiatan bakti sosial dan kemah. MI Riyadlotul Uqul menggunakan bauran promosi periklanan, dan publisitas.²⁸

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu membahas tentang manajemen pemasaran yaitu strategi promosi dalam Menarik minat calon siswa ataupun penerimaan peserta didik baru.

Perbedaannya dalam penelitian yaitu dalam ranah pendidikan sekolah formal, sementara penelitian yang dilakukan peneliti adalah dalam ranah Sekolah Menengah Islam Terpadu yang mengarah kepada pendidikan islam.

2. Nurdelima Waruwu, dkk., tentang “Strategi Promosi Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kabupaten Blitar”, dengan kesimpulan:

Proses promosi yang dilakukan Pondok Pesantren Nurul Ulum Kabupaten Blitar dengan menerapkan unsur 7P yaitu melalui penawaran produk jasa pesantren (*product*), melalui penetapan

²⁸ Mamlu'atul Azizah, Sutansi, Esti Untari, *Strategi Promosi PPDB Berdasarkan Zonasi di SD Negeri dan Swasta*, Wahana Sekolah Dasar, Vol 29 No 1, Januari 2021, Halaman 15-26

biaya pendidikan pesantren (*price*), melalui pemilihan lokasi pesantren (*place*), melalui kegiatan promosi (*promotion*), melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia (*people*), melalui pemberian bukti fisik pesantren (*physical evidence*), melalui pelayanan proses pendidikan pesantren (*process*). Pelaksanaan dilakukan sesuai dengan aturan yang telah direncanakan meliputi promosi dan komunikasi serta penyampaian atau distribusi. Promosi dan komunikasi dilakukan melalui periklanan, informasi dari mulut ke mulut, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Banyaknya program unggulan menjadi faktor pendukung.²⁹

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu membahas tentang manajemen pemasaran yaitu strategi promosi untuk menarik siswa mendaftar ataupun penerimaan peserta didik baru.

Perbedaan penelitian ini adalah objek dan lokasi penelitian dalam skripsi di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kabupaten Blitar. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berada di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

3. Ayu Rizky, Mokhamad Zulfikar Luthfi, Rusma Indri Oktaviani, Septiani Eka Saputri, Sunarni “ Strategi Pemasaran Sekolah Dengan Melibatkan Masyarakat. Dalam Pelaksanaan Program Kegiatan Humas”, dengan kesimpulan:

²⁹ Nurdelima Waruwu, Zahrotul Munawwaroh, Syifa' Nurda Mu'affa., *Strategi Promosi Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kabupaten Blitar*, *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, Volume 5 Nomor 2 September 2021.

Dalam menghadapi persaingan pendidikan di era global ini, sekolah harus mempunyai strategi yang handal guna menarik perhatian masyarakat untuk citra sekolah. Strategi yang dilaksanakan oleh sekolah dengan cara: a) melibatkan masyarakat mengikuti kegiatan yang ada di sekolah, b) strategi promosi adalah kegiatan yang dilakukan sekolah untuk menarik minat siswa dengan cara penyebaran brosur, presentasi dari satu sekolah ke sekolah lain, maupun cerita dari mulut ke mulut. Adanya kesesuaian strategi pemasaran sekolah dengan program yang ditetapkan.

Persamaan dengan penelitian penulis yaitu membahas tentang bagaimana strategi pemasaran atau promosi sekolah.

Perbedaan penelitian ini adalah penelitian tersebut berfokus bagaimana meningkatkan citra sekolah dengan strategi promosi, sedangkan penulis berfokus dalam bagaimana menarik minat siswa untuk mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.³⁰

³⁰ Ayu Rizky, dkk., *Strategi Pemasaran Sekolah Dengan Melibatkan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Kegiatan Humas*, Seminar Nasional - Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang Arah Manajemen Pada Masa Dan Pasca Pandemi Covid-19

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif. penelitian kualitatif merupakan metode yang dilakukan secara inklusif terhadap objek yang diteliti. Salah satu aspek penting dalam penelitian kualitatif adalah keberadaan peneliti itu sendiri. Hasil data yang dikumpulkan selama penelitian kemudian dijelaskan dengan menggunakan kata-kata yang berasal dari informasi yang valid.³¹

Peneliti memilih metode ini karena dapat membantu menemukan dan memahami hal-hal yang tersembunyi di balik fenomena yang ingin diteliti dengan cara yang lebih alami dan mendalam, melalui pengamatan langsung di lapangan dengan pengamatan, informan dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, staf tata usaha, serta guru- guru pada SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

B. Subjek Penelitian

Menurut Nawawi pengukuran adalah suatu usaha yang mengetahui suatu keadaan berupa kecerdasan, kecakapan nyata (achievement) dalam bidang tertentu, dan Teknik komunikasi langsung merupakan usaha peneliti mengadakan kontak langsung secara lisan atau tatap muka dengan sumber

³¹ Pinton Setya Mustafa Et Al., “Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga,” *Insight Mediatama*, 2022.

data. Subjek dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Staf tata usaha dan guru guru yang berperan dalam penerapan Strategi Promosi di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang di lakukan peneliti dalam penulisan ini adalah data yang bersipat kualitatif, pendekatan kualitatif adalah penelitian untuk menganalisis fenomena,pristiwa, aktivitas, sikap, kepercayaan presepsi, pemikiran seseorang baik individu maupun kelompok, Salah satu aspek yang sangat penting dalam pengumpulan data kualitatif adalah pemilihan informasi dalam proses penggalan data.

2. Sumber Data

Menurut *lofland*, dalam penelitian kualitatif sumber data utama adalah kata-kata dan Tindakan selain itu dokumen dan lain-lain juga dapat menjadi sumber data pendukung³². Dengan demikian sumber data adalah data yang di peroleh sacara langsung dalam proses penelitian kemudian data akan di kumpulkan melalui dua macam yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang di peroleh dari sumbernya langsung, dapat di jelaskan pada penelitian ini adalah data yang di

³² Firda Sari Ayuningsih And Irfan Fajrul Falah, “Pemanfaatan Lingkungan Sekolah Sebagai Sumber Belajar Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam (Ipa) Siswa Kelas Iv Sdn 1 Cileuya Kecamatan Cimahi Kabupaten Kuningan,” *Jurnal Lensa Pendas* 5, No. 2 (2020): 14–21.

peroleh langsung pada sumber utama(informan) yaitu kepala sekolah, staf tata usaha, dan guru-guru yang menjadi bagian dari penerapan strategi promosi di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

b. Data Skunder

Data skunder adalah data yang di peroleh dari data yang sudah ada dan mempunyai hubungan dengan permasalahan yang di teliti atau sumber data lengkap yang berfungsi sebagai data pelengkap, data skunder peneliti adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti misalnya data yang di peroleh melalui dokumen, kepustakaan, dan jurnal.

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut *sugiyono* menyatakan bahwa secara umum terdapat tiga macam Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, tanpa Teknik pengumpulan data melalui ke tiga Teknik pengumpulan data ini maka peneliti tidak akan memperoleh data yang sesuai dengan problem yang peneliti lakukan³³, berikut tiga teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan:

1. Teknik Observasi

Teknik Observasi ini diimplementasikan untuk mengamati dan mencatat semua aspek pelaksanaan kepemimpinan kepala sekolah

³³ Muhammad Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021,

dalam penerapan strategi promosi di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat di kontribusikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara juga merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung melalui interaksi tatap muka dan sesi tanya jawab antara peneliti dan narasumber Agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan dari catatan peristiwa yang sudah berlaku baik berbentuk tulisan, gambar atau foto dari karya-karya monumetar dari seseorang atau instansi³⁴. Melalui dokumentasi, peneliti berusaha menemukan informasi tertulis yang berkaitan dengan fokus penelitian sehingga data yang terkumpul menjadi lebih komprehensif.

³⁴ Baka Imam Fathonah and Rossa Ayuni, "Analisis Peran Kepala Sekolah SDN 22 Kepahiang Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Tahun Ajaran 2019–2020," *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 1, no. 3 (2022): 313–20.

E. Teknik Analisis Data

Menurut *Tohirin* menyebutkan bahwa analisis data adalah proses yang sistematis dalam mencari dan menyusun catatan temuan penelitian, yang diperoleh melalui wawancara dan observasi lainnya.³⁵ Beberapa aktivitas penting dalam analisis data meliputi:

1. Reduksi Data (data reduction)

Reduksi data mencakup merangkum, memilih poin-poin utama, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta menyaring data yang diperlukan. Langkah ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya dan pencarian data yang relevan jika diperlukan.

2. Penyajian Data (data display)

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori, serta bentuk penyajian lainnya. Menurut Miles dan Huberman, penelitian kualitatif sering kali menyajikan data dalam bentuk teks naratif, yang memungkinkan pembaca untuk memahami konteks.

3. Pengambilan Kesimpulan (*conclusion drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data menurut Miles and Huberman adalah penarikan Kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan

³⁵ Annisa Rizky Fadilla and Putri Ayu Wulandari, "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data," *Mitita Jurnal Penelitian* 1, no. 3 (2023): 34–46.

bukti bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

F. Uji Keabsahan Data

Triangulasi Merupakan Teknik yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber pada waktu yang berbeda. Tujuan dari triangulasi adalah untuk memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan, bebas dari kesalahan, dan memiliki tingkat akurasi yang tinggi.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara memeriksa informasi dari beberapa sumber, seperti Kepala Sekolah dan Staf tata usaha di bidang strategi promosi.

2. Triangulasi Teknik.

Triangulasi teknik berfungsi untuk menguji kredibilitas data dengan memverifikasi informasi yang diperoleh dari sumber yang sama menggunakan teknik yang berbeda. Contohnya, data yang dikumpulkan melalui wawancara dapat dicek kembali dengan melakukan observasi dan analisis dokumen.

3. Triangulasi Waktu.

Triangulasi waktu juga menjadi faktor penting dalam menentukan kredibilitas data. Data yang dikumpulkan melalui wawancara pada pagi

hari, ketika narasumber masih dalam keadaan segar dan fokus, dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat.

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan dan memverifikasi tingkat kepercayaan (kredibilitas) informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, metode, atau teori dalam penelitian kualitatif. Dengan kata lain, triangulasi ini bertujuan untuk memperkuat validitas data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

SMA Islam Terpadu (SMAIT) Khoiru Ummah di Rejang Lebong, Bengkulu, merupakan bagian dari jaringan pendidikan di bawah naungan Yayasan Al-Amin Curup. Yayasan ini didirikan pada 3 Desember 2010 dan telah mengembangkan berbagai jenjang pendidikan, mulai dari Kelompok Bermain (KB), Sekolah Dasar (SDIT), Sekolah Menengah Pertama (SMPIT), Sekolah Menengah Atas (SMAIT), hingga Sekolah Menengah Kejuruan (SMKIT) .

SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ini Sekolah yang baru berdiri di tahun 2022 dengan SK pendirian sekolah 377/SK/YAC/VII/2022, Tanggal SK Pendirian 2022-07-16, SK Izin Operasional 503/16.1210/4/DPMPTSP-P.1/2023, Tanggal SK Izin Operasional 2023-08-07. SMAIT Khoiru Ummah berdiri pada tanggal 26 Juni 2022 yang langsung diresmikan oleh Wakil Bupati Rejang Lebong Bapak Hendara Wahyudiansyah, S.H, SMA IT Khoiru Ummah beralamat di Jalan Padat Karya Dusun 1 Desa Teladan Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong Povinsi Bengkulu.

Sekolah ini telah memperoleh akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional dengan SK Nomor 004/BAN-PDM/SK/2025.

Dengan jumlah peserta didik sebanyak 17 siswa pada tahun ajaran 2024/2025, SMAIT Khoiru Ummah menawarkan dua jurusan utama: MIPA dan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). Sekolah ini menekankan pada pendidikan berbasis Islam yang terpadu, dengan tujuan membentuk generasi yang berkepribadian Islam, berjiwa pemimpin, faqih fiddin (mendalami agama), serta unggul dalam sains dan teknologi .

2. Visi dan Misi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

a. Visi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

Mewujudkan sekolah Islam yang Berkarakter, Edukatif, Religius, Kompetitif, Amanah.

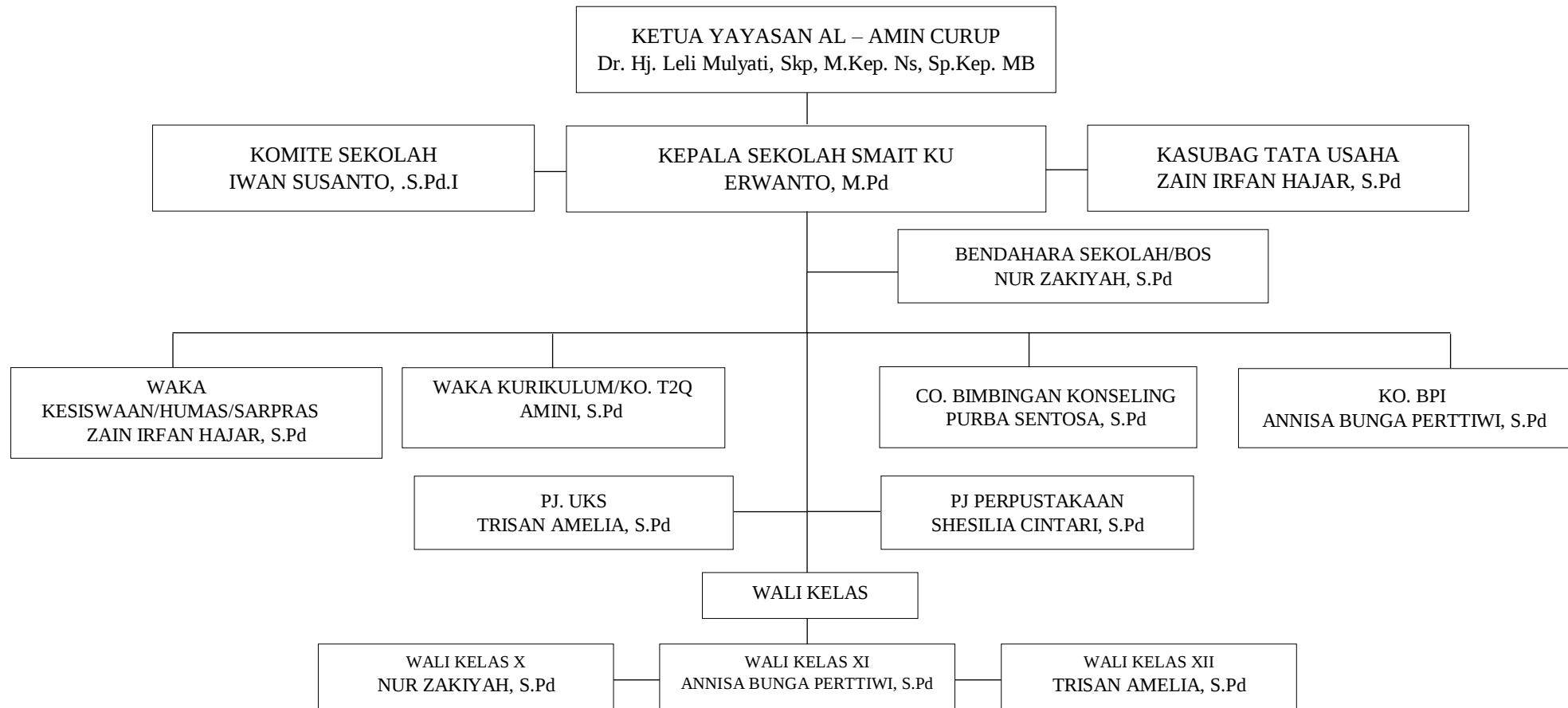
b. Misi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

1. Mengembangkan kecerdasan emosional, kecerdasan sosial, kecerdasan intelektual dan kecerdasan spiritual.
2. Menciptakan peserta didik yang mampu berkompetisi baik ditingkat nasional dan internasional
3. Menciptakan peserta didik yang terampil dalam bidang IMTAQ dan IPTEK.
4. Mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam proses pembelajaran dan mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.
5. Menciptakan peserta didik yang mampu berkomunikasi secara bilingual.

6. Mewujudkan lembaga pendidikan Islam yang amanah dan professional.
7. Menciptakan lingkungan sekolah yang menyenangkan.

3. Struktur Organisasi

Tabel 4.2
SMAIT KHOIRU UMMAH
TAHUN AJARAN 2024 – 2025



4. Profil Informan

Untuk melaksanakan penelitian strategi promosi di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ini peneliti membutuhkan 2 Informan yaitu, 1. Kepala Sekolah SMA IT Khoiru Ummah, 2. Kasubag Tata Usaha dan Waka Kesiswaan / Humas / Sarpras ataupun tim promosi Media sosial, dengan profil sebagai berikut:

- | | | |
|-----------------------|---|-----------------------------|
| a. Nama | : | ERWANTO, M.Pd |
| Jabatan / Tugas pokok | : | Kepala Sekolah / Guru Mapel |
| Pendidikan | : | S2 Pendidikan Agama Islam |
| Status Kepegawaian | : | III A.2 |
| b. Nama | : | ZAIN IRFAN HAJAR, S.Pd |
| Jabatan / Tugas pokok | : | Kepala Tata Usaha, Waka |
| Pendidikan | : | S1 Bahasa Inggris |
| Status Kepegawaian | : | Guru |

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara selama penelitian ini. Peneliti memperoleh berbagai macam informasi dan analisis tersendiri mengenai penelitian di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, untuk melakukan kegiatan promosi banyak strategi yang disiapkan oleh beberapa guru yang merupakan kepala dan anggota bagian tim promosi.

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran yang dimaksud adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan sasaran mengenai produk perusahaan agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan.

Strategi promosi merupakan salah satu kegiatan bauran promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan jasa atau produk untuk dapat menarik minat konsumennya. Bauran promosi dalam konteks pendidikan adalah perpaduan antara metode komunikasi tradisional dan modern untuk meningkatkan citra, menjangkau audiens lebih luas, serta menarik minat peserta didik baru. Implementasi yang efektif menuntut konsistensi, kreativitas, dan kesesuaian dengan kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi.³⁶

Dalam upaya menarik minat calon siswa baru SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, telah mempersiapkan tim promosi untuk melakukan promosi di setiap tahunnya. Setelah melakukan observasi langsung, hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong telah menerapkan berbagai strategi promosi, seperti periklanan, pemasaran langsung, kerjsa sama dengan pemerintah desa/humas dan melakukan kegiatan ekspo/roadshow, selain itu juga promosi melalui media sosial.

³⁶ Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.

1. Pelaksanaan Strategi Promosi yang telah di lakukan SMA IT

Khoiru Ummah Rejang Lebong

a. Periklanan

Dalam konteks promosi sekolah, iklan atau periklanan merujuk pada kegiatan menyebarkan informasi tentang sekolah kepada masyarakat luas dengan tujuan menarik minat calon siswa dan orang tua. Iklan ini merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran untuk membentuk citra positif dan meningkatkan pendaftaran siswa baru. Mengenai iklan yang di pilih tim promosi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong berdasarkan hasil wawancara yaitu:

“Untuk mengenai iklan yang di pilih SMA IT Khoiru Ummah dalam mencari siswa siswi baru atau promosi sekolah itu kita melakukan pemanfaatan media cetak dan media sosial, media cetak berupa spanduk ataupun baleho, sedangkan media sosial berupa Facebook, Instagram, WhatsAp dan Tiktok juga kita lakukan melalui media - media itu.”³⁷

Bentuk periklanan ataupun promosi sekolah SMA IT Khoiru Ummah menggunakan 2 media yg di sebutkan di dalam wawancara yaitu media cetak dan media digital atau sosial. Sebagaimana di dalam wawancara bapak Erwanto, M.pd menambahkan yaitu:

“Untuk tahun ini iklan yang telah di gunakan untuk promosi sekolah yaitu penyebaran brosur kepada SMP sekitar, dan

³⁷ Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

memasang spanduk atau baleho di gang masuk sekolah, selain itu, brosur nya juga di posting di dalam media sosial,”³⁸

Kegiatan promosi melalui periklanan yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah adalah melalui spanduk, brosur atau baliho dan media sosial.



Gambar 4.1 Spanduk penerimaan siswa siswi baru

Sumber: Dokumentasi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan biasanya merujuk pada kegiatan atau strategi yang dilakukan oleh pihak sekolah untuk menarik minat calon siswa dan orang tua agar mendaftar atau memilih sekolah tersebut, berdasarkan hasil wawancara SMA IT Khoiru Ummah ini telah melakukan bentuk promosi penjualan, salah satu nya dengan melakukan kerja sama dengan SMP atau MTS dan juga salah satu

³⁸ Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

kegiatan promosi penjualan nya dengan cara open house, sebagaimana yang telah di jelaskan di dalam wawancara yakni:

“Promosi penjualan ini, SMA IT Khoiru Ummah telah melakukan kerja sama antar SMP, MTS di seluruh Rejang Lebong dan di luar Rejang Lebong juga telah menjalin kerja sama dengan kabupaten Kepahiang dan Lebong, setiap tahun nya itu SMA IT Khoiru Ummah ini mengadakan kegiatan open house nya di namakan ekspo, sekaligus milad, jadi di kegiatan ekspo itu kita mencari siswa siswi dari segi ajang talenta, olahraga, dan telah di laksanakan di bulan Januari kemarin, itu seluruh Rejang Lebong, siswa siswi SMP, MTS di Kepahiang juga ada, itu khusus untuk kelas IX (9), di antara nya melakukan lomba – lomba, ada pidato, ceramah, puisi, scrabble, futsal, dan lain sebagainya.”³⁹

Jadi bentuk promosi sekolah dalam konteks penjualan yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ini ada 2 yaitu melakukan kerja sama antar sekolah menengah pertama (SMP) dan MTS, di Rejang Lebong, Kepahiang dan Lebong dengan cara menawarkan fasilitas dan lomba - lomba serta mengadakan kegiatan ekspo yang di mana kegiatan *ekspo* ini adalah sebuah acara pameran yang diselenggarakan untuk menampilkan hasil karya, prestasi, program, dan potensi yang dimiliki oleh siswa maupun sekolah secara keseluruhan. Jadi, kegiatan *expo* adalah bentuk nyata dari promosi sekaligus pengembangan potensi siswa yang dikemas menarik dan terbuka untuk umum. Istilah “*expo*” berasal dari kata *exposition* atau *exhibition*, yang berarti pameran. Serta kegiatan

³⁹ Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

milad yaitu milad sekolah adalah peringatan hari jadi sekolah yang biasanya dirayakan dengan berbagai kegiatan positif dan partisipatif. Untuk penjelasan lomba Scrabble yaitu lomba Scrabble adalah kompetisi permainan kata menggunakan papan Scrabble, di mana para peserta menyusun kata-kata dari huruf-huruf yang mereka miliki untuk mendapatkan skor tertinggi.

Sebagaimana Ibu Amini, S.Pd. Menambahkan bahwa: kegiatan promosi penjualan perorangan adalah usaha yang dilakukan secara individu (oleh guru, siswa, staf, atau alumni) untuk mengenalkan dan menarik minat orang lain agar mendaftar atau tertarik pada sekolah tersebut. Sebagai mana yang telah di jelaskan dalam wawancara yaitu:

“Di mana guru-guru yang telah berkomunikasi dengan orang tua siswa biasanya menawarkan keunggulan dan fasilitas sekolah kepada calon siswa ataupun keluarga dari orang tua siswa dan juga memberi brosur kepada orang tua siswa untuk di sebar di lingkungan masyarakat, dan juga kita biasanya mengasih brosur kepada siswa-siswi untuk di beri atau di sebar kepada adek tingkat SMP, MTS atau pun teman teman mereka yang baru lulus SMP. Dan juga biasanya tim promosi langsung mendatangi SMP,MTS untuk menyebarkan brosur secara langsung dan menjelaskan juga mengenai sekolah kita.”⁴⁰

⁴⁰ Ibu Amini, selaku guru SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025



Gambar 4.2 Kegiatan Promosi langsung di SMP Aisyiyah
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Jadi kegiatan kegiatan promosi penjualan yang telah di lakukan sekolah SMA IT Khoiru Ummah tadi dengan cara penyebaran informasi melalui guru ke orang tua siswa dan penyebaran brosur kepada siswa siswi untuk di sebarakan lagi kepada teman teman di lingkungan Masyarakat. Dan juga mendatangi langsung sekolah sekolah menengah pertama dan mts untuk membagikan nya langsung kepada siswa siswi.

c. Kerja sama Pemnerintah desa/Humas

Publisitas adalah kegiatan menyebarkan informasi kepada masyarakat luas melalui media massa tanpa membayar langsung kepada media tersebut, dengan tujuan untuk membangun citra

positif atau menarik perhatian publik terhadap suatu produk, jasa, lembaga, atau kegiatan. Kegiatan publisitas/humas yang telah dilakukan SMA IT Khoiru Ummah seperti yang telah di sampaikan dalam wawancara:

“Kegiatan publisitas ini kita biasanya mengajak siswa siswi pada hari jum’at untuk melakukan kegiatan bersih pagi di lingkungan sekolah maupun masyarakat agar membangun citra baik sekolah kepada masyarakat, kita juga selalu menginformasikan kepada pemerintah desa, terkait ada anak atau warga yang berkeinginan untuk bersekolah di SMA IT Khoiru Ummah, sekolah ini membuka khusus, dalam artian yang memang mereka membutuhkan atau berminat banget bersekolah di SMA ini jadi sekolah memberikan beasiswa kurang mampu, jadi seperti itu yang kita laksanakan dan itu bukan hanya untuk warga desa teladan, namun juga untuk warga lain yang memang berkeinginan untuk bersekolah di sini namun keterbatasan biaya, jadi sekolah bersama wali santri jauh jauh hari setiap kita perkumpulan kita selalu memesankan kepada wali santri, dan untuk setiap tahunnya alhamdulillah itu ada memang ada anak anak yang membutuhkan beasiswa kurang mampu itu. Jadi SMA IT Khoiru Ummah itu welcome, siapapun yang memang berkeinginan untuk sekolah di sini akan kita bantu.”⁴¹

Jadi SMA IT Khoiru Ummah itu telah melakukan kegiatan publisitas/humas dengan cara siswa siswi bergotong royong di hari jum’at pagi membersihkan lingkungan sekolah maupun masyarakat sekitar agar berbaur dengan masyarakat dan juga membangun citra baik sekolah, dan juga sekolah selalu menginformasikan kepada pemerintah desa jika memang ada masyarakat, warga dan anak kurang mampu dan keterkaitan dengan masalah biaya, dan

⁴¹ Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

bersungguh sungguh untuk bersekolah dan mencari ilmu, sekolah sudah menyiapkan khusus beasiswa bagi yang tidak mampu.

d. Promosi Secara Langsung

Promosi secara langsung atau pemasaran langsung merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. Pemasaran langsung dapat dilakukan menggunakan surat, telepon, fax-email, email atau alat penghubung non-personal lain untuk berkomunikasi secara langsung atau mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan. Strategi pemasaran langsung yang dilakukan SMA IT Khoiru Ummah berdasarkan wawancara adalah:

“Untuk kegiatan pemasaran atau promosi langsung ya kita itu menggunakan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan untuk penggunaan media aplikasi TikTok baru tahun ini, di dalam media - media tersebut itu kita selalu memposting kegiatan sekolah mulai dari pembelajaran, prestasi, lomba – lomba, brosur ppdb dan kegiatan penting lainnya untuk video profil sekolah itu kita memposting nya di instagram dan tiktok di karenakan mengikuti perkembangan zaman anak zaman sekarang itu sudah tidak asing lagi dengan media sosial, nah di situlah kita menyebar informasi sekolah melalui media sosial.”⁴²

Jadi bentuk strategi promosi secara langsung yang telah dilakukan di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong dengan menggunakan media Sosial.

⁴² Zain Irfan Hajar, Kepala Tata Usaha SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025



Gambar 4.3 Kegiatan Promosi di Media Sosial
Sumber: Dokumentasi Peneliti

e. Kegiatan Ekspo/Roadshow

Menurut bapak Erwanto, selaku kepala sekolah SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, pelaksanaan Strategi Promosi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah untuk menarik minat siswa baru yakni seperti yang telah di jelaskan dalam wawancara:

“Yang jelas pertama kami melakukan kegiatan ekspo, kemudian ada roadshow ke sekolah-sekolah, menawarkan, mempromosikan SMA IT Khoiru Ummah kepada anak-anak khusus kepada kelas IX (9), itu bahkan prestasi -prestasi kita sampaikan, beasiswa juga kita sampaikan, begitu.”⁴³

⁴³ Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

Dan kemudian juga Bapak Zain Irfan Hajar menambahkan dalam wawancara terkait pelaksanaan strategi yang telah di terapkan yaitu:

“Seperti yang telah di jelaskan dari bapak Erwanto terkait pelaksanaan Strategi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah yaitu kegiatan Ekspo, Roadshow dan juga kita tidak terlepas dari media digital dan sosial dalam promosi, kemudian melakukan kerja sama dengan lembaga Pendidikan atau Pesantren dan juga program Beasiswa dan unggulan Akademik.”⁴⁴

Jadi pelaksanaan strategi promosi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah dalam menarik minat Siswa yaitu di antaranya melakukan kegiatan *Ekspo*, *Roadshow*, penggunaan media digital, kerjasama antar lembaga pendidikan dan pasantren dan juga program beasiswa dan keunggulan akademik.

2. Kelebihan dan kendala Strategi Promosi yang telah di terapkan

a. Kelebihan strategi promosi yang telah di terapkan

Beberapa kelebihannya yaitu dalam konteks promosi sekolah melalui digital atau media sosial, media online mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas dalam waktu singkat, biaya lebih efisien, fleksibel dan mudah di kelola dan membangun citra dan branding sekolah. Seperti yang telah di jelaskan bapak Zain Irfan Hajar dalam wawancara:

⁴⁴ Zain Irfan Hajar, Kepala Tata Usaha SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

“Strategi melalui media ini baik itu konvensional ataupun digital, dapat memperluas jangkauan informasi, sehingga sekolah lebih di kenal masyarakat luas”⁴⁵

Dalam wawancara bersama bapak Erwanto mengatakan:

“Kalo kelebihanya di era sekarang kita sangat terbantu dengan hadirnya media, jadi tidak begitu menyulitkan, bahkan kita bisa mengurangi biaya cetak bahannya, seperti brosur kita cetak sekarang ini memang realisasinya adalah untuk orang tua, kalo media itu rata – rata siswa langsung yang mengakses, karena rata-rata siswa punya akun media sosial, nah jadi memang kita siapkan media kemudian brosur juga kita siapkan, karena memang ada wali santri, orang tua yang ke sini minta brosur.

Jadi kelebihan Strategi Promosi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ialah dengan hadirnya media sangat membantu dan menjangkau masyarakat luas serta mengurangi cetak brosur, mudah di akses oleh siswa siswi.

b. Kendala dalam promosi sekolah melalui media online

Dari hasil observasi dan wawancara, kendala dalam promosi melalui media online ini adalah keterbatasan sdm, literasi digital masyarakat, persaingan informasi di media online, dan kurangnya interaksi personal. Seperti yang di jelaskan bapak Erwanto dalam wawancara yaitu:

⁴⁵ Zain Irfan Hajar, Kepala Tata Usaha SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

“Untuk kendalanya melalui media ini kita kekurangan anggota dalam mengelola konten promosi maksudnya tidak semua guru atau staf sekolah memiliki kemampuan khusus di dalam mengelola dan membuat konten promosi yang menarik. Dan juga tidak semua calon siswa atau orang tua wali menggunakan internet terutama di daerah yang jaringan internetnya terbatas, serta di dalam konten promosi melalui tiktok itu susahny fyp atau viral, di karenakan banyaknya iklan dan konten lain yang beredar. Lalu dalam promosi online ini kita dari pihak sekolah kurangnya pendekatan emosional dengan calon siswa dan orang tua siswa. Dan juga keterbatasan sarana dan prasarana, fasilitas yang kurang memadai, seperti ruang komputer dan perpustakaan, dapat memengaruhi persepsi calon siswa dan orang tua terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan, misalnya, menghadapi tantangan dalam menarik minat siswa baru karena keterbatasan fasilitas penunjang di karenakan masih dalam tahap proses pembangunan.”⁴⁶

Jadi kendala Strategi Promosi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ialah keterbatasan sdm, literasi digital masyarakat, persaingan informasi di media online, dan kurangnya interaksi personal, serta fasilitas penunjang belum maksimal di karenakan masih dalam tahap proses pembangunan.

⁴⁶ Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

C. Pembahasan

Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada dasarnya, strategi melibatkan proses perencanaan (*planning*) dan pengelolaan (*manajemen*) demi meraih sasaran yang telah ditetapkan.⁴⁷

Promosi merupakan elemen penting dalam bauran pemasaran yang perlu dilaksanakan oleh perusahaan guna memasarkan barang atau jasa. Fungsi promosi tidak hanya sebagai media komunikasi antara perusahaan dan konsumen, tetapi juga sebagai sarana untuk memengaruhi keputusan konsumen. Strategi promosi sendiri mencakup cara-cara promosi yang dirancang untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan konsumen. Promosi bertujuan untuk menyampaikan informasi dan mengenalkan produk kepada masyarakat, termasuk manfaat, keunggulan, harga, lokasi, serta cara mendapatkan produk tersebut.⁴⁸

Lembaga pendidikan seperti sekolah perlu menyusun strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan utama dari strategi promosi sekolah adalah menarik perhatian dan minat calon siswa baru agar mereka mendaftar. Mengingat tingginya tingkat persaingan antar sekolah, SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong perlu menetapkan strategi promosi yang efektif, guna memenangkan minat

⁴⁷ Effendy, Onong Uchjina. 2015. *Dinamika Komunikasi*. Remaja RosdaKarya: Bandung

⁴⁸ Rangkuti, Freddy. (2017). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

calon peserta didik. Saat ini, dunia pendidikan mengalami perkembangan dan persaingan yang sangat cepat. Banyak sekolah baru bermunculan, sementara sekolah-sekolah yang telah lama berdiri terus meningkatkan fasilitas dan mutu mereka. Kondisi ini menuntut setiap sekolah, termasuk tim promosi, untuk menyusun strategi yang matang agar mampu menarik siswa baru dan menjadikan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong sebagai pilihan utama untuk melanjutkan pendidikan.

1. Strategi promosi yang dilakukan tim promosi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong telah terlaksana dengan baik dan memenuhi strategi bauran pemasaran. Dengan melakukan kegiatan ekspso/roadshow, promosi penjualan seperti kerja sama dengan sekolah lain ataupun pemerintah desa, pemberian brosur, pemanfaatan promosi melalui media. Tim promosi juga melakukan pemasangan spanduk dan pemasangan baliho juga dilakukan di persimpangan jalan yang banyak dilalui siswa-siswa sekolah menengah pertama agar mereka dapat melihat langsung mengenai keberadaan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.
2. Kelebihan dari strategi yang telah di laksanakan juga sudah cukup baik dari segi promosi sekolah melalui digital atau media sosial, media online mampu

menjangkau masyarakat yang lebih luas dalam waktu singkat, biaya lebih efisien, fleksibel dan mudah di kelola dan membangun citra dan branding sekolah. Namun, kendala seperti keterbatasan SDM, persaingan ketat, dan literasi digital yang belum merata menjadi faktor penghambat efektivitas promosi. Hal ini sejalan dengan pendapat Alma (2018) bahwa strategi promosi di bidang pendidikan harus terus disesuaikan dengan kondisi internal sekolah dan karakteristik masyarakat sebagai target audiens.⁴⁹

Strategi promosi berdasarkan konsep bauran promosi yang telah dilaksanakan, menjadikan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong dapat meningkatkan jumlah siswa baru.

⁴⁹ Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Grafik Jumlah Pendaftar Sebelum Dan Sesudah Penerapan Strategi Promosi



Grafik 4.2 Statik sebelum dan sesudah penerapan strategi promosi

Semoga dengan adanya penerapan Strategi Promosi ini, Jumlah Siswa Siswi SMA IT Khoiru Ummah kedepan nya dan seterusnya semakin bertambah dan fasilitas nya juga di perbanyak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta data-data yang diperoleh di lapangan, maka peneliti menarik kesimpulan mengenai Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar Di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong, sebagai berikut:

Strategi promosi yang dilakukan jadi bentuk promosi sekolah dalam konteks penjualan yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong ini yaitu melakukan kerja sama antar sekolah menengah pertama (SMP) dan MTS, di Rejang Lebong, Kepahiang dan Lebong dengan cara menawarkan fasilitas dan lomba-lomba serta mengadakan kegiatan ekspso dalam menarik minat calon siswa baru berupa strategi periklanan menggunakan media cetak dan media sosial, baliho, spanduk, dan brosur, serta media-media sosial. Promosi penjualan juga dilakukan dengan memberikan Beasiswa Khusus. Penjualan perorangan tidak hanya dilakukan tim promosi namun guru dan siswa juga terlibat dalam promosi ini. Kegiatan publisitas yang dilakukan berupa gotong royong dan juma'at bersih. Kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan menggunakan media online dan penyebaran informasi di media sosial dan brosur.

Kelebihan dan kendala dalam strategi promosi yang telah di laksanakan dari segi promosi sekolah melalui digital atau media sosial,

media online mampu menjangkau masyarakat yang lebih luas dalam waktu singkat, biaya lebih efisien, fleksibel dan mudah di kelola dan membangun citra dan branding sekolah. Namun, kendala seperti keterbatasan SDM, persaingan ketat, dan literasi digital yang belum merata menjadi faktor penghambat efektivitas promosi. Hal ini sejalan dengan pendapat Alma (2018) bahwa strategi promosi di bidang pendidikan harus terus disesuaikan dengan kondisi internal sekolah dan karakteristik masyarakat sebagai target audiens.⁵⁰

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan strategi promosi berdasarkan konsep bauran promosi yang telah dilaksanakan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong telah berjalan baik. Semua unsur-unsur dalam konsep tersebut telah dijalankan oleh pihak sekolah dan tim promosi SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong.

⁵⁰ Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti jelaskan di atas, maka saran yang peneliti berikan adalah:

1. Penulis menyarankan kepada SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong agar lebih meningkatkan kompetensi SDM dengan pelatihan pengelolaan media sosial agar promosi lebih menarik.
2. Penulis juga menyarankan agar SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong memperluas media promosi dengan memadukan konten promosi ke tiktok, youtube dan offline (sosialisasi tidak hanya sekolah yang ada di rejang lebong)
3. Kepada SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong agar menjalin kerja sama dengan alumni untuk membantu publikasi sekolah dan mengadakan event lomba open house agar Masyarakat lebih dekat dengan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Undang-undang no 20 tahun 2003, *Sistem Pendidikan Indonesia*
- Barsihannor, *Belajar dari Luqman Al-Hakim* (Yogyakarta :KotaKembang, 2009),h. 1.
- Kementerian Agama RI, *Al- Quran dan Terjemahnya*, h. 284.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menetapkan Permendikbud Nomor 17 Tahun 2017
- Al-Qur'an surah Al-baqarah ayat 30-39, *Pesan-pesan Pendidikan*
- Amrullah 2015, *Sekolah Islam Terpadu*, Jurnal Tadrib Pendidikan Agama Islam Vol 1 No 1
- Lukman asha 2021, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, Volume 8 No.2 Hal : 82
- Instagram official *Smaik.ku_2024*
- Carl von Clausewitz, *On War*, Book III, Chapter 1: "*Strategy is the employment of the battle to gain the object of the war.* "
- Al-qur'an (Qs.Al-Anfal Ayat 60)
- Effendy, Onong Uchjua. 2015. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Rangkuti, Freddy. 2011. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat: Jakarta
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2020). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). *Social Media: Back to the Roots and Back to the Future*. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104.
- Hamalik, Oemar. *Psikologi Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011, hlm. 145.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat, 2014, hlm. 102–103.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.).
- Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Rangkuti, Freddy. (2017). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). Social Media: Back to the Roots and Back to the Future. *Journal of Systems and Information Technology*, 14(2), 101–104.
- Mamlu'atul Azizah, Sutansi, Esti Untari, *Strategi Promosi PPDB Berdasarkan Zonasi di SD Negeri dan Swasta, Wahana Sekolah Dasar*, Vol 29 No 1, Januari 2021, Halaman 15-26
- Nurdelima Waruwu, Zahrotul Munawwaroh, Syifa' Nurda Mu'affa., *Strategi Promosi Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Nurul Ulum Kabupaten Blitar, Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, Volume 5 Nomor 2 September 2021.
- Ayu Rizky, dkk., *Strategi Pemasaran Sekolah Dengan Melibatkan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Program Kegiatan Humas*, Seminar Nasional - Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang Arah Manajemen Pada Masa Dan Pasca Pandemi Covid-19
- Pinton Setya Mustafa Et Al., "Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga," *Insight Mediatama*, 2022.
- Firda Sari Ayuningsih And Irfan Fajrul Falah, "Pemanfaatan Lingkungan Sekolah Sebagai Sumber Belajar Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam (Ipa) Siswa Kelas Iv Sdn 1 Cileuya Kecamatan Cimahi Kabupaten Kuningan," *Jurnal Lensa Pendas* 5, No. 2 (2020): 14–21.
- Muhammad Makbul, "Metode Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian," 2021,
- Baka Imam Fathonah and Rossa Ayuni, "Analisis Peran Kepala Sekolah SDN 22 Kepahiang Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Tahun Ajaran 2019–2020," *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)* 1, no. 3 (2022): 313–20.
- Annisa Rizky Fadilla and Putri Ayu Wulandari, "Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data," *Mitita Jurnal Penelitian* 1, no. 3 (2023): 34–46.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Erwanto, Kepala Sekolah SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025
- Ibu Amini, selaku guru SMAIT KU Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025
- Zain Irfan Hajar, Kepala Tata Usaha SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong wawancara oleh Iman triyana, Curup 6 Mei 2025

L

A

M

P

I

R

A

N


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS TARBIYAH PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
 Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 100 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

PADA HARI INI Rabu.....JAM.....TANGGAL 19 Juni.. TAHUN 2024
 TELAH DILAKSANAKAN SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA :

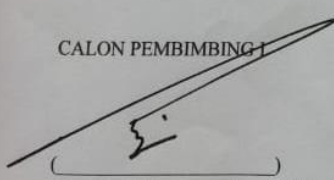
NAMA : IMAN TRIYANA
 NIM : 21561023
 PRODI : MANAJEMEN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
 SEMESTER : ENAM B
 JUDUL PROPOSAL : Strategi Promosi untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA N Kholir Ummah Pejang Lebong

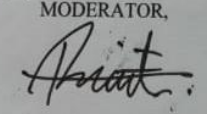
BERKENAAN DENGAN ITU, KAMI DARI CALON PEMBIMBING MENERANGKAN BAHWA :

1. PROPOSAL INI LAYAK DILANJUTKAN TANPA PERUBAHAN JUDUL
2. PROPOSAL INI LAYAK DILANJUTKAN DENGAN PERUBAHAN JUDUL DAN BEBERAPA HAL YANG MENYANGKUT TENTANG :
 - a. Perbanyak keupasan Penelitian Pelayan untuk BAB I tambahkan Urgensi Dari UU, Ayat ayat Al-Qur'an BAB II
perbanyak keupasan dari buku
 - b. Ge?
Fatma Yuni dir
Teologi
 - c. observasi
3. PROPOSAL INI TIDAK LAYAK DILANJUTKAN KECUALI BERKONSULTASI KEMBALI DENGAN PENASEHAT AKADEMIK DAN PRODI

DEMIKIAN BERITA ACARA INI KAMI BUAT, AGAR DAPAT DIGUNAKAN SEBAGAIMANA SEMESTINYA.

CALON PEMBIMBING I CURUP, 19 Juni 2024




Prof. Dr. H. Lukman Asha, M.Pd. Dr. Amrullah, M.Pd.
 MODERATOR,

Rendika Saputra

Gambar 5.4 Berita Acara

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS TARBIYAH
 Alamat : Jalan DR. A.K. Gani No 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telpn. (0732) 21010
 Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-Mail : admin@iaincurup.ac.id

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TARBIYAH
 Nomor : 52 Tahun 2025

Tentang
 PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN 2 DALAM PENULISAN SKRIPSI
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa, perlu ditunjuk dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud ;
 b. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing I dan II ;

Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional ;
 2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Negeri Islam Curup;
 3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor : 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
 4. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi;
 5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022 - 2026.
 6. Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor : 3514 Tahun 2016 Tanggal 21 oktober 2016 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi pada Program Sarjana STAIN Curup
 7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0317 tanggal 13 Mei 2022 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Curup.

Memperhatikan : 1. Berita Acara Seminar Proposal Pada Hari , 19 Juni 2024

M E M U T U S K A N :

Menetapkan
Pertama : 1. Prof. Dr. Lukman Asha, M.Pd.I NIP. 19590929 199203 1 001
 2. Dr. Amrullah, M.Pd.I NIP. 19850328 202012 1 001

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan II dalam penulisan skripsi mahasiswa :

N A M A : Iman Triyana
 N I M : 21561023
 JUDUL SKRIPSI : "Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar Di SMA IT KHOIRU UMMAH Rejang Lebong"

Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 12 kali pembimbing I dan 12 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;

Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan konten skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan ;

Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku ;

Kelima : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya ;

Keenam : Keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan ;

Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku ;

Ditetapkan di Curup,
 Pada tanggal 22 Januari 2025
 Dekan,

 Sutarto

Tembusan :
 1. Rektor
 2. Bendahara IAIN Curup
 3. Kabag Akademik kemahasiswaan dan kerja sama;
 4. Mahasiswa yang bersangkutan;

Gambar 5.5 Sk Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

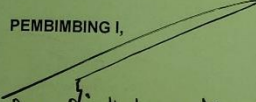
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: IMAU Triyana
NIM	: 21561023
PROGRAM STUDI	: Manajemen Pendidikan Islam
FAKULTAS	: Tarbiyah
PEMBIMBING I	: Prof. Dr. H. Lukman Asha, M. Pd. I
PEMBIMBING II	: Dr. Amrullah, M. Pd
JUDUL SKRIPSI	: Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Pendatang di SMART Kota Ummah Dejang Lebong
MULAI BIMBINGAN	: 8, Juli 2024
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING II
1.	8/7 2024	Revisi BAB 1, 2	
2.	9/7 2024	Revisi BAB 3	
3.	6/1 2025	Lanjutkan Peneliti	
4.	28/4 2025	Membuat Instrumen Wawancara	
5.	29/4 2025	Perbaiki Instrumen Wawancara	
6.	14/5 2025	Revisi Latar Belakang dan Pertanyaan Peneliti	
7.	19/5 2025	Metode Penelitian C. Revisi 1	
8.	26/5 2025	Menambahkan tabel Visualisasi	
9.	2/6 2025	Revisi Gaya Penulisan	
10.	11/6 2025	Analisis Data C Menambahkan Triangulasi data	
11.	12/6 2025	Rekomendasi dan Efektivitas Media digital	
12.	16/6 2025	Menambahkan halaman Pengantar	

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
 SUDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
 CURUP

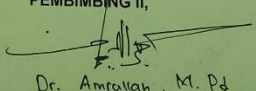
PEMBIMBING I,



Prof. Dr. H. Lukman Asha, M. Pd. I
 NIP. 1959 0929 1992 031 001

CURUP,202

PEMBIMBING II,



Dr. Amrullah, M. Pd
 NIP. 1985 0328 2020 121 001

Gambar 5.6 Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

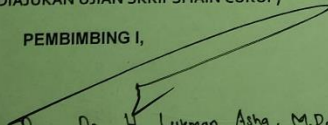
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	Iman Triyana
NIM	21561023
PROGRAM STUDI	Manajemen Pendidikan Islam
FAKULTAS	Tasdikyah
DOSEN PEMBIMBING I	Prof. Dr. H. Lukman Asha, M. Pd. I
DOSEN PEMBIMBING II	Dr. Amrullah, M. Pd
JUDUL SKRIPSI	Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendatang di SMA IT Khoirul Ummah Pefang Lebong
MULAI BIMBINGAN	8 Juli 2024
AKHIR BIMBINGAN	

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING I
1.	08/07/2024	Pertemuan Bab I	/s/
2.	06/07/25	Pemantapan Istisna	/s/
3.	22/07/25	Proses penulisan skripsi penelitian	/s/
4.	28/07/25	Pengembangan Istisna Red	/s/
5.	11/08/25	Masukan untuk Bab II & III	/s/
6.	16/08/25	Pertemuan Bab II & III	/s/
7.	20/08/25	Penggunaan Analisis Data	/s/
8.	10/09/25	Pemantapan Matalogis Hasil	/s/
9.	18/09/25	Koreksi semua Bab	/s/
10.	23/09/25	Acc ilust ujian	/s/
11.			
12.			

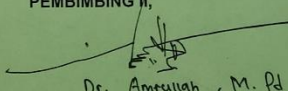
KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDAH
 DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP,

PEMBIMBING I,


 Prof. Dr. H. Lukman Asha, M. Pd. I
 NIP. 1959 0929 1992 031 001

CURUP,202

PEMBIMBING II,


 Dr. Amrullah, M. Pd
 NIP. 1985 0328 2020 121 001

- Lembar Depan Kartu Bimbingan Pembimbing I
- Lembar Belakang Kartu Bimbingan Pembimbing II
- Kartu ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan Pembimbing I dan Pembimbing II

Kartu Bimbingan Skripsi



PEMERINTAH KABUPATEN REJANG LEBONG
DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Basuki Rahmat No. 10 Kelurahan Dwi Tunggal

SURAT IZIN
 Nomor: 503/250426053/IP/DPMTSP/IV/2025

TENTANG PENELITIAN
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP KABUPATEN REJANG LEBONG

Dasar: 1. Keputusan Bupati Rejang Lebong Nomor 14 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong
 2. -- Hal Rekomendasi Izin Penelitian

Dengan ini mengizinkan, melaksanakan Penelitian Kepada

Nama / TTL	: IMAN TRIYANA
NIM	: 21561023
Program Studi/Fakultas	: MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM/ TARBIYAH
Judul Proposal Penelitian	: STRATEGI PROMOSI UNTUK MENARIK MINAT SISWA MENDAFTAR DI SMA IT KHOIRU UMMAH REJANG LEBONG
Lokasi Penelitian	: SMA IT KHOIRU UMMAH REJANG LEBONG
Waktu Penelitian	: 2025-04-25 s/d 2025-07-25
Pernangung Jawab	: DR. SAKUT ANSHORI, S.Pd.I., M.HUM

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Harus mentaati semua ketentuan Perundang-undangan yang berlaku.
- Selesai melakukan penelitian agar melaporkan / menyampaikan hasil penelitian kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Rejang Lebong
- Apabila masa berlaku Izin ini sudah berakhir sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai perpanjangan izin Penelitian harus diajukan kembali kepada instansi pemohon
- Izin ini dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak menaati mengidahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.

Demikian Izin ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Dikeluarkan di : C U R U P
 Pada Tanggal : 25 April 2025

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KABUPATEN REJANG LEBONG**



ZULKARNAIN, SH
 Pembina
 NIP. 19751010 200704 1 001



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), BSSN.

Gambar 5.7 Surat Izin Penelitian



YAYASAN AL AMIN CURUP
SEKOLAH MENENGAH ATAS ISLAM TERPADU
SMAIT KHOIRU UMMAH REJANG LEBONG
IZIN OPERASIONAL SEKOLAH: NO.503/16.1210/4/DPMTSP-P.1/2023
 Jalan Padat Karya Dusun 1 Desa Teladan
 Kec.Curup Selatan, Kab.Rejang Lebong, Prov.Bengkulu Kode Pos 39125 – 0812 6736 7529



SURAT KETERANGAN
Nomor: 421.3/214/SK/SMAIT-KU/VI/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erwanto, M.Pd.
 NIPY : 10703526 201610 1 035
 Jabatan : Kepala Sekolah SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Imam Triyana
 NIM : 21561023
 Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Telah Menyelesaikan Penelitian di SMAIT Khoiru Ummah Rejang Lebong dengan judul **Skripsi Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar Di SMAIT Khoiru Ummah Rejang Lebong** pada tanggal 25 April 2025 – 17 Juni 2025.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk digunakan sebagaimana mestinya, Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Rejang Lebong, 17 Juni 2025
 Kepala SMA IT KU



Erwanto, M.Pd.
 NIPY. 10703526 201610 1 035

Gambar 5.8 Surat Keterangan Telah Penelitian

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

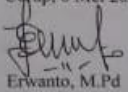
Nama : Erwanto, M.Pd
Jabatan : Kepala Sekolah

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Iman Triyana
NIM : 21561023
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Tarbiyah

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “
Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah
Rejang Lebong ”.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan sebenarnya untuk dapat di pergunakan
semestinya

Curup, 6 Mei 2025

Erwanto, M.Pd

Gambar 5.9 Surat Keterangan Telah Wawancara

INSTRUMEN WAWANCARA

Strategi Promosi Untuk Menarik Minat Siswa Mendaftar Di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

Nama : Iman Triyana

NIM : 21561023

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Daftar Pertanyaan	Informan
1	Peran Kepala Sekolah	a. Inovator	1) Konstruktif:	1. Bagaimana pelaksanaan strategi promosi yang telah di terapkan di SMA IT Khoiru Ummah untuk menarik minat Siswa?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
				2. Apa kelebihan dan kelemahan strategi promosi yang telah di terapkan?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan
				3. Apa rekomendasi strategi promosi yang dapat meningkatkan minat siswa untuk mendaftar di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
				4. Bagaimana hubungan sekolah dengan Masyarakat ?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru

		5. Siapa yang menjadi target utama dari promosi sekolah ini? (orang tua, siswa, masyarakat umum?)	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
	2) Kreatif	1. Apakah Pemanfaatan teknologi digital sudah terlaksana ?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan
		2. Apakah media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp efektif dalam menjangkau siswa dan orang tua?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
		3. Media apa saja yang digunakan untuk promosi sekolah? (contoh: media sosial, brosur, banner, website)	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
		4. Menurut bapak atau ibu, apa langkah pengembangan strategi promosi yang efektif untuk menarik minat siswa mendaftar ?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
		5. Apakah dalam promosi atau pemasaran sekolah telah di terapkan nya bauran promosi (<i>marketing mix</i>) yang terdiri dari 4P, Product (produk),	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru

				Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi) ?	
			3) Keteladanan	1. Bagaimana bapak mencari gagasan atau cara – cara terbaru dalam membentuk budaya religius siswa di SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong?	Ka Sekolah / Guru
				2. Bagaimana bentuk-bentuk keteladanan siswa yang tampak di lingkungan sekolah?	Ka Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
				3. Bagaimana peran guru dan lingkungan sekolah dalam membentuk sikap teladan siswa?	Ka Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
				4. Bagaimana pengaruh lingkungan pertemanan terhadap keteladanan siswa?	Ka Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
				5. Seberapa sering siswa menunjukkan perilaku keteladanan di sekolah?	Ka Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru
2	Budaya Religius	a. Nilai Ibadah	1) Shalat	1. Apakah Siswa / I sekolah shalat lima waktu?	Ka Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru / Siswa

2) Berperilaku baik dan sopan

2. Apa pengaruh berpakaian rapi terhadap kedisiplinan siswa di sekolah?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan/ guru
3. Bagaimana pengaruh berpakaian rapi terhadap citra sekolah di mata masyarakat?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan/ guru
4. Apakah siswa merasa lebih percaya diri ketika berpakaian rapi?	Waka Kesiswaan / siswa / Siswa
5. Apakah terdapat perbedaan tingkat kedisiplinan antara siswa yang berpakaian rapi dengan yang tidak?	Waka Kesiswaan / siswa / Siswa
1. Apakah siswa / I berperilaku baik dan sopan Ketika di sekolah? Contohnya?	Waka Kesiswaan / siswa / Siswa
2. Bagaimana cara mengajarkan Siswa/ I agar berperilaku baik dan sopan?	Waka Kesiswaan / Guru kelas
3. Apa saja faktor yang memengaruhi perilaku sopan santun siswa di sekolah?	Waka Kesiswaan / siswa / Siswa
4. Seberapa efektif program atau kegiatan pembinaan karakter dalam	Waka Kesiswaan / siswa / Siswa

			2. Apakah ada jadwal shalat di sekolah?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru / Siswa
			3. Bagaimana dengan jadwal adzan di sekolah?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru / Siswa
			4. Apakah ada jadwal piket masjid atau mushola ?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru / Siswa
			5. Apakah ada jadwal gotong royong atau bersih bersih mushola ?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / Guru / Siswa
		2) Puasa	1. Apakah ada siswa / I yang berpuasa selain bulan Ramadhan, misalnya puasa senin kamis?	Siswa
	b. Nilai Akhlak dan Kedisiplinan	1) Datang tepat waktu	1. Apakah siswa / I datang tepat waktu ke sekolah?	Waka Kesiswaan / siswa
			2. Apakah ada sanksi / hukuman untuk siswa yang datang terlambat?	Waka Kesiswaan / siswa
			3. Bagaimana satpam atau guru menindaki siswa / i yang terlambat sekolah ?	Satpam / Guru
	c. Keteladanan	1) Berpakaian yang rapi	1. Apakah ada ketentuan atau tata tertib berpakaian yang rapi di sekolah?	Ka. Sekolah / Waka Kesiswaan / guru

		menanamkan perilaku sopan di sekolah?	
		5. Apakah terdapat perbedaan perilaku sopan antara siswa dari latar belakang keluarga yang berbeda?	Waka Kesiswaan / siswa / Siswa
	3) Ucapan yang tidak baik	1. Apakah Bapak / Ibu pernah mendengar siswa / I Mengucapkan hal yang tidak baik?	Guru kelas

Mengetahui, K.A. Erwanto M.Pd

[Signature]

Mahasiswa

[Signature]
Iman Triyana

Gambar 5.10 Instrumen Wawancara

ANALISIS DOKUMEN STRATEGI PROMOSI SEKOLAH

Petunjuk:

1. Mohon Bapak/Ibu memberikan penilaian Strategi Promosi dikembangkan mahasiswa menggunakan *Instrumen Analisis Dokumen*.
Penilaian dilakukan dengan cara memberi tanda centang (✓) pada angka-angka 4, 3, 2, atau 1 pada kolom *Skor* (Angka 4 = Sangat Baik; 3 = Baik; 2 = Kurang Baik; 1 = Tidak Baik).
2. Apabila ada saran/masukan, mohon dituliskan di bagian *Saran/Masukan* yang telah disediakan.

Nama Mahasiswa : Iman Triyana

NIM : 21561023

Nama Sekolah : SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

NO	Indikator Strategi Promosi	Skor			
		4	3	2	1
1.	Pemanfaatan dan penggunaan media digital dalam promosi sekolah	✓			
2.	Pemanfaatan dan penggunaan Website atau portal akademik untuk menampilkan Profil Sekolah		✓		
3.	Kerjasama dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP), sekolah menjalin kerjasama dengan SMP di sekitar untuk melakukan sosialisasi dan presentasi mengenai keunggulan SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong	✓			
4.	Kegiatan open house. SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong mengadakan kegiatan open house untuk calon siswa dan orang tua. Kegiatan ini meliputi presentasi tentang program sekolah, tur fasilitas, dan sesi tanya jawab (Evaluasi)	✓			
5.	Menggunakan testimoni dari alumni sukses di halaman utama website dan brosur sekolah		✓		

Gambar 5.11 Analisis Dokumen

6.	Partisipasi perlombaan pendidikan, berpartisipasi dalam perlombaan pendidikan serta pameran pendidikan untuk memperkenalkan sekolah kepada calon siswa dan orang tua.	✓				
7.	Pemanfaatan banner, spanduk dan brosur dalam kegiatan promosi sekolah	✓				
8.	Menjalin hubungan dan kerja sama di dalam lingkungan masyarakat	✓				

Saran / Masukan :

.....

.....

.....

.....

.....

.....2025

Penilai Kepala Sekolah

Elmy

(Gugus, M.Pd)

Gambar 5.12 Analisis Dokumen

LEMBAR OBSERVASI PENELITIAN

Petunjuk :

1. Lembar ini untuk mencatat hasil observasi mahasiswa Kepada Kepala Sekolah / Guru di sekolah tujuan penelitian
2. Lembar ini untuk mengidentifikasi kegiatan atau strategi guru dalam pembelajaran dan promosi sekolah
3. Mohon memberi tanda centang (✓) pada kolom di bawah termasuk Baik atau Kurang)
4. Masing – Masing kegiatan yang ada dapat di tambah uraian untuk mendeskripsikannya lebih baik.

Tanggal Pengamatan :

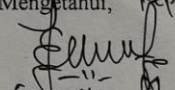
Nama Sekolah : SMA IT Khoiru Ummah Rejang Lebong

No	Aspek Pengamatan	Keterlaksanaan		Deskripsi
		Bk	Kr	
1	Menggunakan perangkat pembelajaran selama proses belajar	✓		
2	Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran	✓		
3	Menggunakan media pembelajaran selama proses belajar	✓		
4	Pemanfaatan Digital atau media sosial untuk promosi Sekolah	✓		
5	Hubungan dengan Masyarakat (Humas)	✓		
6	Testimoni Alumni	✓		
7	Membangun Reputasi Lewat Prestasi	✓		
8	Video Profil Sekolah	✓		

Keterangan:

- Bk : Baik
- Kr : Kurang

Uraian atau deskripsi tambahan :

Menggetahui, Kepala Sekolah

 Erwanto, M. Pd

mahasiswa

 Iman Triyana

Gambar 5.13 Lembar Observasi





Gambar 5.15 Dokumentasi Wawancara

Biografi Penulis



Penulis Bernama **Iman Triyana**, lahir di Kuningan pada tanggal 24 Juni 2003. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, dari pasangan Ukain Sukawi (Alm) dan May May Mamah.

Pendidikan dasar ditempuh di SDN 17 Rejang Lebong dan lulus pada tahun 2015. Penulis kemudian melanjutkan ke jenjang pendidikan menengah pertama di SMPN 5 Rejang Lebong dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah atas di SMAN 04 Rejang Lebong dan lulus pada tahun 2021.

Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)

Penulis berharap bahwa karya tulis ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pendidikan Islam, serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Penulis dapat dihubungi melalui email: (itriyanaiman@gmail.com)