

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENINGKATKAN
PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI SDIT RABBANI QUR'AN SCHOOL**

Putri Hastuti¹

Arnita Sri Handayani²

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Muhammadiyah Aceh Barat Daya¹²

putrihastuti133@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan antar sekolah dalam memperoleh peserta didik baru semakin ketat dalam dunia pendidikan saat ini. Menyikapi kondisi tersebut, SDIT Rabbani Qur'an School menerapkan berbagai strategi pemasaran guna meningkatkan minat orang tua untuk mendaftarkan anaknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan kepala sekolah dalam menarik peserta didik baru, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, guru, dan wali siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan kepala sekolah meliputi evaluasi terhadap peserta didik sebelumnya, penyebaran brosur, peningkatan kualitas guru, serta pembukaan pendaftaran enam bulan lebih awal. Adapun faktor yang memengaruhi minat orang tua adalah lingkungan sekolah yang luas, nyaman, dan terjaga kebersihannya, adanya beragam kegiatan edukatif, pelayanan yang baik kepada masyarakat, serta keunggulan dalam program Tahfiz. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan mutu layanan pendidikan yang dipadukan dengan strategi promosi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pendidikan Islam, Penerimaan Peserta Didik Baru

ABSTRACT

Competition among schools to attract new students has become increasingly intense in the current educational landscape. To respond to this challenge, SDIT Rabbani Qur'an School has adopted several marketing strategies aimed at increasing parents' interest in enrolling their children. This study seeks to explore the principal's marketing strategies for student recruitment and to identify the factors that influence parents' enrollment decisions. Using a qualitative approach, data were collected through observations, interviews, and documentation involving the principal, vice principal for student affairs, teachers, and parents. The findings indicate that the principal applies effective marketing strategies, including evaluating previous students' outcomes, distributing brochures, enhancing teacher quality, and opening admissions six months earlier. Furthermore, parents are motivated to choose the school due to its spacious and clean environment, a wide range of educational activities, responsive community services, and the strong Tahfiz program. These results highlight the importance of combining quality improvement with strategic promotion to strengthen parents' trust and attract new students

Keywords: Marketing Strategy, Islamic Education, Student Enrollment

PENDAHULUAN

Pendidikan dipercaya sebagai salah satu strategi guna meningkatkan taraf hidup manusia. Melalui Pendidikan, manusia menjadi cerdas, bermartabat, dan memiliki kualitas hidup yang baik dalam bermasyarakat. Pendidikan merupakan salah satu perangkat penting dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat melalui penguasaan ilmu pengetahuan, informasi dan teknologi sebagai prasyarat bagi Masyarakat modern. Saat ini Pendidikan dipahami sebagai sebuah *corporate*, yaitu Lembaga Pendidikan disebut sebagai organisasi produksi yang menghasilkan jasa Pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Oleh karena itu, pihak sekolah harus mampu memberikan pelayanan jasa pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar mutu Lembaga pendidikannya semakin meningkat dan dapat menarik banyak siswa (Engkoswara, 2005: 14).

Lembaga Pendidikan mempunyai peran yang besar dalam mencetak kecerdasan kehidupan bangsa pada masa yang akan datang. Maka, lembaga Pendidikan harus mampu bersaing untuk menunjukkan eksistensinya. Salah satu eksistensi dalam suatu Lembaga Pendidikan yaitu ditandai dengan meningkatnya minat peserta didik untuk bersekolah di Lembaga Pendidikan tersebut. Sekolah harus bisa merekrut calon-calon peserta didik sebanyak mungkin agar proses belajar mengajar dapat berjalan dengan lancar. Munculnya sekolah bertaraf Internasional serta lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan berbagai keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang terjangkau, dapat menambah maraknya kompetisi pendidikan. Keberhasilan pemasaran pendidikan sangat berkaitan erat dengan aktivitas pemenuhan kebutuhan, keinginan, serta harapan pelanggan internal dan eksternal.

Menentukan kebutuhan, keinginan dan harapan dari para pemangku kepentingan sekolah atau pelanggan pendidikan merupakan bagian penting dari strategi pemasaran pendidikan. Persaingan lembaga Pendidikan sangatlah ketat. Dalam kegiatan pemasaran, sekolah atau madrasah harus bisa melakukan kerjasama dan menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Karena masyarakat dewasa ini mulai berfikir selektif dalam memilih lembaga Pendidikan yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Strategi pemasaran pendidikan menjadi salah satu unsur penting dalam lembaga pendidikan. Kurangnya strategi yang baik dalam lembaga Pendidikan akan berakibat pada sulitnya lembaga tersebut dikenal dan diminati masyarakat. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk melakukan pemasaran yang efisien lagi efektif, sehingga akan tercapai tujuan pemasaran yang diinginkan lembaga pendidikan tersebut.

Pentingnya strategi pemasaran untuk lembaga Pendidikan terletak pada Upaya untuk menjangkau lebih banyak calon siswa dan mempertahankan siswa yang sudah ada dengan menawarkan layanan Pendidikan yang berkualitas dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Seiring dengan semakin tingginya permintaan akan lembaga Pendidikan Islam, maka semakin penting juga bagi lembaga Pendidikan Islam untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif. (Latifah dan Saprinto: 2023, 406).

Dalam dunia pemasaran promosi sendiri menduduki peringkat teratas, karena promosi merupakan hal utama dalam keberhasilan suatu kegiatan untuk menebus pasaran. Kegiatan promosi disebut juga sebagai bentuk komunikasi dalam bidang pemasaran. Kegiatan

promosi sendiri juga harus direncanakan dengan baik agar menarik perhatian konsumen (Engkoswara: 2005, 16). Kegiatan promosi dalam rangka meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program-program sekolah dan penerimaan peserta didik juga dengan publikasi media masa, publikasi surat kabar, iklan dan radio, memasang spanduk, brosur, dan televisi. Selain itu untuk bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan lain pihak sekolah juga harus menjaga hubungan dengan masyarakat yang efektif untuk menimbulkan motivasi bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti mendapati bahwa proses pemasaran pendidikan di SDIT Rabbani Qur'an School sudah dilakukan dengan cara yang baik. Selain itu jumlah siswa yang diterima juga dengan jumlah yang banyak, bahkan siswa di sekolah tersebut rata-rata bukan berasal dari kecamatan babahlok dan blangpidie, akan tetapi ada yang berdomisili dari kecamatan manggeng dan kuala batee. Dengan begitu pihak SDIT Rabbani Qur'an School sudah memperkenalkan sekolahnya dalam cakupan yang sangat luas dengan berbagai cara, baik di media, maupun dalam bentuk cetakan lembaran yang diedarkan sehingga sudah banyak masyarakat yang mengetahui mengenai sekolah tersebut. Hal demikian membuat peneliti tertarik ingin mengetahui lebih dalam bagaimana proses pemasaran pendidikan di SDIT Rabbani Qur'an School sehingga membuat wali siswa tertarik untuk memasukkan anaknya ke sekolah tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan masalah yang sedang terjadi dengan cara mengumpulkan dan menganalisis data secara objektif. Data dalam penelitian ini berupa hasil wawancara yang dikumpulkan, berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari Kepala Sekolah wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, guru, dan wali siswa. Secara umum, tahap penelitian kualitatif dimulai sejak pengumpulan data, kemudian penyajian data, reduksi data, dan selanjutnya pengambilan hasil akhir atau verifikasi (Abdussamad: 2021, 162). Dalam penelitian kualitatif validitas data sangat perlu untuk diperhatikan, pengumpulan data bersifat interaktif dengan analisis data. Sehingga data tersebut dapat direduksi dan memudahkan pemetaan dan penegasan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Strategi Pemasaran Pendidikan Islam

Secara umum pengertian strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas-aktivitas untuk menanggapi lingkungan dan membantu mencapai sasaran atau tujuan organisasi (Dafit: 2002, 34). Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditujukan untuk mencapai tujuan tersebut. Beberapa organisasi pasti mempunyai tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan berbeda, strategi dari segi tujuan dimana tidak hanya membuat suatu rencana dari suatu yang dilaksanakan, tetapi juga lebih menekankan pada aspek penerapan.

Istilah pemasaran dalam bahasa Inggris dikenal dengan nama *marketing*. Kata *marketing* ini boleh dikata sudah diserap dalam bahasa kita, namun juga diterjemahkan dengan istilah pemasaran. Pemasaran memiliki definisi yang beragam, tetapi pada intinya pemasaran merupakan usaha/kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui pertukaran. (Kotler dan Armstrong: 2021, 5).

Pemasaran untuk lembaga Pendidikan sangat penting. Pertama, sebagai lembaga nirbala yang melakukan layanan Pendidikan untuk semua tingkatan, Masyarakat dan “pelanggan” (siswa, orang tua dan pihak terkait lainnya) memverifikasi bahwa informasi di bawah lembaga Pendidikan masih ada dan terus berkembang. Kedua, perlu meyakinkan Masyarakat dan “klien” bahwa layanan Pendidikan yang ditawarkan benar-benar relevan dengan kebutuhan mereka. Ketiga, kita perlu melaksanakan kegiatan pemasaran untuk memastikan bahwa macam dan jenis layanan Pendidikan yang kita lakukan dapat dipahami. Keempat, untuk memastikan bahwa keberadaan lembaga Pendidikan yang dikelola tidak tertinggal oleh Masyarakat luas dan “pelanggan” potensial. (Turmudzi: 2018, 190).

Pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditunjukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. (Kotler dan Armstrong: 2021, 5).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa pemasaran pendidikan merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk menyediakan barang atau jasa kepada siswa yang dikenal sebagai pelanggan sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan. Pemasaran di dalam kegiatannya terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan dengan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Berikut konsep pemasarannya, antara lain ialah:

Pertama, Konsep produksi yaitu konsep yang menekankan volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia dengan selaras kemampuan. Oleh karena itu, manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi produk dan distribusi. Kedua, Konsep produk yang merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik. Konsep ini mengandung pengertian bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karena itu, produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus menerus. Ketiga, Konsep penjualan yang berarti dalam berkegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang lebih gencar. Dengan demikian konsep ini lebih mengutamakan cara dalam melakukan promosi agar kegiatan tersebut menarik perhatian konsumen atau

masyarakat. Keempat, Konsep pemasaran yang merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan. Konsep ini menekankan penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Assauri: 2011, 58).

Pemasaran dalam dunia Pendidikan mempunyai fungsi untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga, dalam rangka menarik minat sejumlah calon pelanggan jasa Pendidikan (Alma: 2016, 372). Selain itu pemasaran berfungsi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dibuktikan dengan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dirasakan oleh pelanggan Pendidikan dalam pemasarannya.

Strategi Pemasaran yang dilakukan Kepala Sekolah dalam Menarik Siswa Baru di SDIT Rabbani Qur'an School Aceh Barat Daya.

Kepala sekolah merupakan personel yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan sekolah termasuk dalam peningkatan mutu dan kualitas pendidikan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tersebut dibutuhkan beberapa strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan suatu aspek yang dapat dikelola melalui pengambilan Keputusan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Lembaga Pendidikan mempunyai pemahaman obyektif mengenai keadaan internal dan eksternal sehingga mereka dapat memprediksikan perubahan dalam lingkungan eksternal.

Di samping sebuah strategi peran pemimpin juga menjadi faktor yang sangat penting dalam pemasaran jasa pendidikan, karena pemimpin merupakan seorang manajer puncak yang diharapkan mampu membawa lembaga yang dipimpin menjadi sebuah lembaga yang terdepan dalam segala hal. Dalam hal ini Upaya pemasaran dilakukan dengan tujuan memperkenalkan sekolah guna meningkatkan kesadaran dan minat para wali siswa untuk mendaftarkan anaknya di SDIT Rabbani Qur'an School.

Upaya yang dilakukan kepala sekolah dalam menentukan strategi pemasaran pendidikan di SDIT Rabbani Qur'an School yaitu dengan mengevaluasi siswa-siswi sebelumnya serta mengadakan rapat dengan cara melibatkan semua guru dalam menentukan kebutuhan siswa setiap tahunnya. Kemudian pihak sekolah melakukan sosialisasi internal dengan orang tua murid mengenai informasi penerimaan siswa baru.

Strategi pemasaran lain yang dilakukan dengan cara membagi brosur kepada wali murid yang berada di sekitar kecamatan Blangpidie saja, dikarenakan dalam penerimaan siswa baru sekarang sudah berlaku Zonasi yang mengharuskan sekolah mengutamakan siswa di sekitaran kecamatan Blangpidie, namun di Sekolah ini tidak dibatasi Zonasi. Sedangkan untuk wali murid lain pihak sekolah melakukan sosialisasi melalui media sosial, sehingga sekolah ini ramai diketahui oleh masyarakat di luar kecamatan Blangpidie.

Sekolah memiliki banyak kegiatan, sehingga menjadi bahan promosi untuk di posting ke media sosial. Dengan demikian masyarakat khususnya wali murid dapat melihat langsung kegiatan sehari-hari yang dilakukan sekolah melalui media social seperti *instagram*, *facebook*,

dan *whatsapp*, hal ini tentu menarik perhatian wali siswa untuk memasukkan anaknya ke SDIT Rabbani Qur'an School.

Strategi lain yang dilakukan sekolah ialah dengan cara meningkatkan kualitas guru yang ada di sekolah, sehingga guru bukan hanya semata-mata memiliki tugas mengajar, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk mendampingi siswa. dengan demikian siswa merasa nyaman ketika belajar bersama guru tersebut. Oleh sebab itu, sekolah memfokuskan pada kemampuan guru yang mampu menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan disenangi oleh banyak siswa. selain itu sekolah juga menjaga lingkungan agar tetap menarik dan bersih di mata masyarakat khususnya wali murid. menjaga lingkungan sekolah agar tetap terjaga kebersihannya. Dengan demikian dapat memicu kesenangan siswa, dan selain itu guru-guru juga meningkatkan kualitas pelajaran serta pengajaran agar siswa nyaman dalam mengikuti proses kegiatan belajar mengajar. Hal tersebut tentu dapat menarik perhatian dari wali murid.

Sekolah tersebut juga menggunakan strategi lain dalam penerimaan siswa baru yaitu dengan cara membuka pendaftaran enam bulan lebih awal daripada sekolah-sekolah negeri. Dengan demikian orang tua akan lebih dulu mendaftarkan anaknya ke SDIT Rabbani Qur'an School. Kemudian sekolah tersebut juga mengadakan berbagai macam lomba untuk ikuti oleh siswa, sehingga hal tersebut menarik perhatian orang tua murid. Namun hal tersebut sudah dilaksanakan lima tahun yang lalu, pada saat ini sudah tidak diadakan lagi dikarenakan kuota penerimaan siswa baru sudah memenuhi kebutuhan. Hal tersebut dikarenakan sekolah hanya bisa menyediakan ruang belajar sesuai dengan batasan yang sudah ditentukan oleh Dinas Pendidikan.

Sekolah Rabbani Qur'an School memiliki strategi berbeda dari sekolah-sekolah lain, yaitu dengan membuat sistem Gender dalam proses belajar mengajar. Adapun sistem Gender tersebut yaitu memisahkan antara siswa laki-laki dengan siswa perempuan, proses belajar dilakukan dengan ruangan yang berbeda. Sekolah juga menanamkan nilai-nilai Al- Qur'an dalam mendidik dan membentuk karakter siswa, mengingat sekolah tersebut berlandaskan pada nilai agama yang tinggi. Sekolah tersebut bukan hanya memfokuskan pengajaran pada bidang Tahfiz saja, akan tetapi juga ada dibidang kesenian. Dengan begitu masyarakat dan sekolah- sekolah lain juga dapat mengenal serta mengetahui kegiatan dan program apa saja yang ada di sekolah tersebut. Oleh sebab itu sekolah mengarahkan guru-guru untuk membantu mengembangkan potensi yang dimiliki siswa dan mensalurkan pada ajang lomba baik tingkat Kecamatan maupun tingkat Kabupaten.

Strategi pemasaran yang sudah dilakukan sampai saat ini masih terdapat kendala, yaitu tidak semua orang tua mengetahui informasi pembukaan pendaftar n penerimaan siswa baru yang dibagikan di media sosial. Hal itu dikarenakan banyak orang tua murid yang tidak menggunakan media sosial dan pada saat ini sekolah tidak memberi pengumuman kepada masyarakat terkait penerimaan siswa baru.

Faktor yang Mempengaruhi Wali Siswa Sehingga Berminat Memasukkan Anaknya di SDIT Rabbani Qur'an School.

Seperti yang kita ketahui sebelumnya bahwa pemasaran pendidikan sangatlah penting dalam meningkatkan mutu pendidikan. Dengan demikian sekolah yang mempunyai mutu yang tinggi tentu tidak terlepas daripada minat yang dimiliki siswa serta orang tua. Oleh sebab itu orang tua sangat mempengaruhi dalam pemasaran pendidikan, dikarenakan setiap orang tua tentu ingin memasukkan anaknya ke sekolah yang memiliki kualitas yang bagus. Selain itu, wali murid selaku orang tua siswa yang mempercayakan untuk dididik sekolah dengan harapan anaknya akan mendapatkan wawasan serta keilmuan serta pembelajaran yang baik dan berkualitas. Dengan demikian tentu orang tua dari siswa mempunyai faktor yang mempengaruhi minat ingin memasukkan anaknya ke sekolah tersebut.

Mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat wali murid sehingga berminat memasukkan anaknya ke SDIT Rabbani Qur'an School, yaitu faktor utama yang dapat mempengaruhi minat wali murid ialah dikarenakan sekolah tersebut memiliki latar belakang Tahfiz. Dimana hal itu dijadikan motivasi oleh orang tua murid untuk memasukkan anaknya ke sekolah tersebut. Oleh sebab itu sekolah ini menjadi sekolah yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya orang tua murid. Faktor lain yang mempengaruhi minat orang tua siswa ialah lingkungan sekolah yang menarik, bersih, dan nyaman untuk siswa belajar. Selain itu program Tahfiz juga menjadi pertimbangan orang tua agar anaknya dibekali dengan pengaruh-pengaruh yang positif dari lingkungan pendidikan. Hal itu dikarenakan pengaruh lingkungan yang sekarang semakin hari semakin tidak terkontrol, anak-anak lebih gemar memegang hp daripada belajar khususnya belajar Al-Qur'an, hal itu menyebabkan orang tua membekali anaknya sedari Sekolah Dasar.

Salah satu faktor internal yang mempengaruhi minat masyarakat yaitu dari segi pelayanan terhadap mereka. Oleh sebab itu pihak sekolah sudah mengupayakan agar dapat melayani masyarakat dengan sebaik mungkin. Selain itu pihak sekolah juga mengupayakan kualitas terhadap kemampuan yang dimiliki guru, guru yang mengajar disitu merupakan orang-orang yang terpilih yang dianggap mampu mendidik serta mendampingi siswa dalam proses pengembangan diri dan proses pembelajaran. Dengan demikian masyarakat tidak memperdulikan jarak tempuh yang jauh, melainkan lebih mempertimbangkan mutu pendidikan terhadap sekolah tersebut.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya pada teori pemasaran bahwasannya letak lokasi yang strategis sangat mempengaruhi minat konsumen terhadap apa yang kita pasarkan. Selain dari lokasi pelayanan yang baik juga dapat dijadikan faktor utama dalam menarik minat konsumen terhadap apa yang ditawarkan. Oleh sebab itu, bagi orang tua murid yang berasal dari Kecamatan Babahrot dan Tangan-tangan jarak tidak menjadi alasan untuk tidak memasukkan anaknya ke Sekolah tersebut. Dengan demikian yang terpenting bagi mereka hanyalah keunggulan dari segi kualitas pembelajaran, guru, serta program lainnya yang mendukung kelancaran proses belajar mengajar untuk membentuk karakter dan kepribadian siswa sesuai dengan Rabbani Qur'an.

SIMPULAN

Strategi pemasaran yang dilakukan Kepala Sekolah dalam menarik minat siswa baru di SDIT Rabbani Qur'an School Aceh Barat Daya sudah dikatakan sangat baik. Hal itu dapat

dilihat dari upaya yang dilakukan Kepala Sekolah dalam mengevaluasi siswa sebelumnya yang kemudian dimusyawarahkan secara bersama dengan seluruh dewan guru, hal tersebut dilakukan agar guru dapat memantau perkembangan serta kekurangan tiap tahunnya sehingga dapat menjadi pengalaman untuk kedepannya. Upaya lain yang dilakukan yaitu dengan membuat serta membagikan brosur kepada masyarakat baik secara langsung maupun secara media. Selain itu Kepala Sekolah meningkatkan kualitas guru agar memiliki kecakapan dalam mengajar dan mendidik serta merangkul siswa dalam pembelajaran di Sekolah. Strategi pemasaran terakhir yang dilakukan sampai sekarang yaitu membuka pendaftaran enam bulan lebih awal dari sekolah lainnya baik negeri maupun swasta. Namun tentunya dalam melaksanakan strategi tersebut masih terdapat kendala, sehingga Kepala Sekolah Terus mengupayakan yang terbaik untuk SDIT Rabbani Qur'an School.

Faktor yang mempengaruhi wali murid sehingga memasukkan anaknya ke SDIT Rabbani Qur'an School Aceh Barat Daya sangatlah banyak, diantaranya yaitu faktor internal yang berasal dari dalam Sekolah seperti lingkungan Sekolah yang luas, nyaman, dan terjaga kebersihannya. Faktor kedua yaitu pelayanan terhadap masyarakat baik dalam kepentingan Sekolah maupun yang lainnya. Selain itu faktor yang mempengaruhi wali murid berasal dari Eksternal yaitu sering melihat kegiatan-kegiatan Sekolah yang diposting di media social baik facebook, whatsapp, instagram, dan youtube. Mereka menilai Sekolah ini memiliki keunggulan dalam bidang Tahfiz dan Seni. Dimana hal itu terlihat dari kreatifitas siswa yang kemudian disalurkan dalam perlombaan baik antar Sekolah, tingkat Kecamatan maupun Kabupaten.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuhri. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Syakir Media Press.
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Engkoswara, Mahmud. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Remaja Rosdakarya.
- Dafit, L. Richard. (2002). *Manajemen Strategi Sekolah*. Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sofjan, Asauri. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Turmudzi, Imam. (2017). Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal penelitian Manajemen Terapan*. 2 (2): 188-196.
- Saprinto dan Latifah, Ami. (2023). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan*. 2 (1): 404-411.