

## STRATEGI PROMOSI PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT CALON PESERTA DIDIK BARU DI MADRASAH TSANAWIYAH AL-FALAH LIMBOTO BARAT

<sup>1</sup>Tri Suci Mohamad, <sup>2</sup>Muh Hasbi, <sup>3</sup>Firman Sidik

<sup>1,2,3</sup>Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan, IAIN Sultan Amai Gorontalo, Indonesia

E-mail : [sucimohammad4@gmail.com](mailto:sucimohammad4@gmail.com),

### Abstrak

Persaingan ketat dalam dunia pendidikan pada era globalisasi menuntut lembaga seperti MTs Al-Falah Limboto Barat untuk menyusun strategi promosi yang efektif demi menarik minat calon peserta didik baru dan menjaga eksistensi. Penelitian ini, yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, mengidentifikasi bahwa strategi promosi yang diterapkan MTs Al-Falah mencakup periklanan melalui media cetak (brosur) dan media online (seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube), promosi langsung melalui kunjungan sosialisasi ke sekolah-sekolah target, serta publisitas dengan menonjolkan program unggulan keagamaan dan ekstrakurikuler (seperti Tahfidz dan PASSA). Penerapan strategi ini membawa dampak positif, yaitu meningkatkan pengenalan madrasah di mata masyarakat dan membangun kepercayaan publik, terutama terkait program keagamaannya yang menjadi daya tarik utama bagi orang tua. Namun, madrasah juga menghadapi dampak negatif, yaitu penurunan jumlah pendaftar dalam beberapa tahun terakhir akibat tingginya persaingan dari sekolah lain di Gorontalo dan belum optimalnya pemanfaatan media digital oleh seluruh komponen sekolah. Oleh karena itu, konsistensi dan pengembangan strategi promosi lebih lanjut sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan persaingan dan mencapai target penerimaan peserta didik baru.

**Kata kunci:** strategi promosi pendidikan, minat calon peserta didik, media promosi

### Abstract

Fierce competition in the world of education in the era of globalization requires institutions such as MTs Al-Falah Limboto Barat to develop effective promotional strategies to attract potential new students and maintain their existence. This study, which uses qualitative descriptive methods, identified that the promotional strategies implemented by MTs Al-Falah include advertising through print media (brochures) and online media (such as Facebook, Instagram, TikTok, and YouTube), direct promotion through outreach visits to target schools, and publicity highlighting flagship religious and extracurricular programs (such as Tahfidz and PASSA). The implementation of these strategies has had a positive impact, namely increasing the madrasah's recognition in the eyes of the community and building public trust, especially regarding its religious programs, which are a major attraction for parents. However, the madrasah also faces negative impacts, namely a decline in the number of applicants in recent years due to high competition from other schools in Gorontalo and the suboptimal use of digital media by all school components. Therefore, consistency and further development of promotional strategies are essential to overcome the challenges of competition and achieve new student admission targets.

**Keywords:** educational promotion strategies, prospective student interests, promotional media

### Pendahuluan

Dinamika perkembangan pendidikan pada era globalisasi yang ditandai dengan kian ketatnya persaingan yang ada mengharuskan sekolah-sekolah untuk mampu melakukan aktivitas promosi secara efektif dan tepat sasaran. Dengan demikian, dibutuhkan strategi promosi yang sesuai untuk meningkatkan ketertarikan calon peserta didik baru. Ketertarikan calon peserta didik baru memiliki peran penting dalam menentukan pilihan sekolah, sebab keputusan tersebut tidak semata-mata berasal dari peserta didik, melainkan juga dipengaruhi oleh pertimbangan orang tua dalam menentukan sekolah yang dinilai paling baik.

Persaingan dalam dunia pendidikan semakin ketat sehingga mendorong berbagai

sekolah, khususnya Madrasah Tsanawiyah untuk berlomba-lomba menarik minat calon peserta didik baru. Upaya ini dilakukan dengan cara menonjolkan beragam keunggulan serta prestasi yang dimiliki oleh masing-masing sekolah.

Suatu persaingan akan efektif jika dikelola melalui strategi yang disesuaikan dengan kondisi pasar tempat lembaga pendidikan akan bersaing. Strategi tersebut akan menunjukkan bahwa lembaga pendidikan siap bersaing, karena telah menunjukkan kesiapan manajemen strategis dibandingkan dengan institusi pendidikan lain. Dengan demikian, lembaga pendidikan harus mengidentifikasi pesaing mereka untuk menyusun dan melaksanakan strategi.<sup>1</sup> Maka dari itu, strategi promosi perlu disusun dengan tepat agar mampu menarik minat calon peserta didik baru dalam menentukan sekolah. Dalam demikian Strategi promosi memegang peranan yang berdampak besar dalam penyelenggaraan pendidikan, karena merupakan bagian dari upaya yang optimal dalam memperoleh peserta didik baru dalam jumlah yang lebih banyak.

Menurut Muhammad Jauharul Mawahib, menyatakan dengan penerapan bauran pemasaran produk dapat menyempurnakan kerangka pengambilan keputusan di bidang pemasaran. Dengan demikian, strategi promosi memegang peranan yang sangat krusial bagi sekolah/madrasah dalam menaikkan jumlah penerimaan calon peserta didik baru.<sup>2</sup>

Dalam bidang pendidikan, kegiatan promosi memegang peranan yang sangat vital. Meskipun lembaga pendidikan bersifat non-profit, pengelolaannya tidak dapat dilakukan secara seadanya, melainkan harus direncanakan dan dikelola dengan baik agar mampu bersaing secara global serta menghasilkan peserta didik dan lulusan yang bermutu. Dengan demikian, lembaga pendidikan dianggap sebagai penyedia layanan yang harus mampu memberikan layanan yang memuaskan. Jika kualitas layanan yang diberikan tidak memenuhi ekspektasi pengguna, maka layanan tersebut tidak bakal diminati. Salah satu pendekatan untuk membantu orang mencapai potensi penuh mereka dan meningkatkan kualitas hidup mereka adalah melalui pendidikan.<sup>3</sup>

Melalui kegiatan promosi, sekolah dapat menyampaikan informasi secara luas sehingga memiliki kemampuan untuk bersaing dengan institusi pendidikan lainnya. Dengan demikian, promosi menjadi sarana penting untuk menarik minat calon peserta didik baru sekaligus menjadikan sekolah sebagai rujukan dalam menentukan pilihan pendidikan.

Berbicara minat, Minat merupakan tingkat ketertarikan atau kesukaan seseorang terhadap suatu stimulus, baik dalam bentuk perhatian maupun pengabaian. Di samping itu, ketertarikan bisa pula didefinisikan yakni dorongan kuat yang menimbulkan siapapun melakukan sesuatu sesuai dengan keinginannya.<sup>4</sup> Hal ini membuktikan bahwa semakin besar jumlah peminat, maka semakin tinggi pula peningkatan jumlah peserta didik baru. Sebaliknya, apabila peminatnya sedikit, maka jumlah peserta didik baru juga menurun, yang pada akhirnya dapat memengaruhi eksistensi lembaga pendidikan tersebut. Seperti kasus yang terjadi di SMK Bhakti Nusantara Nasional pada tahun ajaran 2019, mereka belum bisa melaksanakan kegiatan Masa Pengenalan Lingkungan Sekolah (MPLS) karena mengingat pendaftar baru satu orang siswa.<sup>5</sup> Kasus tersebut menunjukkan bahwa Sekolah dituntut untuk menarik minat secara maksimal, salah satunya melalui kegiatan promosi. Pada jenjang pendidikan menengah pertama berbasis Islam, MTs Al-Falah menjadi salah

---

<sup>1</sup> Zainal V.R, *Manajemen Strategis: Strategi Bersaing Islami* (Sidoarjo: Indonesia Pustaka, 2020).

<sup>2</sup> Muhammad Jauharul Mawahib, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 1 (2019).

<sup>3</sup> Widya Astuti Permana, "Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan," *Jurnal Islamic Educational Management* 5, no 1 (2020): 84.

<sup>4</sup> Muhammad Uyun and Idi Warsah, *Psikologi Pendidikan (Sleman: CV Budi Utama, 2021), Hlm. 161.* (Sleman: CV : Budi Utama, 2021).

<sup>5</sup> "Yudha Maulana, Sedih, SMK Di Bandung Barat Hanya Diminati Satu Calon Siswa, Detik News, 2019, <https://News.Detik.Com/>, Diakses Pada Tanggal 24 Mei 2024 Pukul 20.10 WITA."

satu lembaga yang menawarkan pendidikan formal dengan model pendidikan *boarding*. Madrasah ini tidak sekadar memberikan pendidikan akademik umum, melainkan juga memprioritaskan pembentukan spiritual peserta didik. Hal ini menunjukkan keselarasan dengan tujuan madrasah, yaitu untuk menghasilkan murid-muridnya menjadi kader Ahlus Sunnah wal Jama'ah yang teguh dalam prinsip *ilmiyah-amaliyah* dan *amaliyah-ilmiyah*. Keunggulan inilah yang akan menjadi daya tarik MTs Al-Falah dalam menawarkan layanan pendidikan kepada masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, dalam tahun-tahun terakhir MTs Al-Falah mengalami penurunan jumlah pendaftar peserta didik baru yang tidak mencapai angka 300 orang. Beberapa faktor memengaruhi situasi ini seperti keterbatasan anggaran untuk kegiatan promosi, tingkat persaingan yang bertambah tinggi dengan hadirnya banyak pondok pesantren di Gorontalo, serta keberadaan sekolah-sekolah umum yang menawarkan program unggulan yang bisa menarik minat peserta didik baru. Terlebih lagi, keterbatasan sarana dan prasarana, khususnya kondisi asrama, membuat penerimaan peserta didik di MTs Al-Falah harus ditetapkan sesuai jumlah daya tampung. Kurangnya peran guru dalam melakukan sosialisasi melalui media sosial pribadi juga menjadi kendala, sehingga sekolah belum mampu secara maksimal Menarik calon peserta didik baru setiap tahun.

Dinamika persaingan antar lembaga pendidikan juga turut memengaruhi situasi tersebut. Munculnya sekolah-sekolah baru dengan berbagai program unggulan, ditambah dengan penawaran biaya pendidikan yang lebih terjangkau, menjadikan sekolah-sekolah tersebut sebagai alternatif yang lebih menarik bagi calon peserta didik baru maupun orang tua serta masyarakat.

Strategi promosi perlu dijalankan secara konsisten dan berkesinambungan agar MTs Al-Falah tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar, melainkan sekolah ini juga sanggup membentuk citra positif sebagai lembaga pendidikan yang terbaik, dan juga memiliki ciri khas serta keunikan tersendiri. Pelaksanaan promosi secara efektif dan tepat sasaran akan memperkuat daya tarik sekolah bagi calon peserta didik baru maupun orang tua. Sekaligus dijadikan sarana guna menampilkan kelebihan, program unggulan, prestasi siswa, serta visi dan misi lembaga. Melalui penelitian ini, diharapkan MTs Al-Falah dapat menerapkan strategi promosi secara optimal sehingga mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

Strategi dianggap sebagai suatu rencana yang mencakup sasaran yang hendak diraih, beserta serangkaian kegiatan atau tindakan tertentu untuk mencapai tujuan sebagaimana bentuk respons terhadap lingkungan. Berbagai ahli memberikan definisi dengan cara dan penekanan yang tampak berbeda, tetapi pada dasarnya menyampaikan makna yang sama.

Strategi adalah serangkaian tindakan yang dirancang untuk membedakan atau melampaui pesaing guna memberikan nilai lebih bagi pelanggan serta mencapai target organisasi baik dalam periode menengah maupun jangka panjang. Salah satu definisi lain dari strategi merupakan langkah menetapkan hasil yang diharapkan organisasi untuk periode panjang melaksanakan tindakan yang dibutuhkan, dengan mengelola sumber daya yang diperlukan dalam mencapai tujuan tersebut.<sup>6</sup>

Pentingnya penerapan strategi promosi pada lembaga pendidikan Islam terletak pada usaha untuk memperoleh lebih banyak calon peserta didik sekaligus mempertahankan peserta didik yang telah terdaftar melalui penyediaan layanan pendidikan yang bermutu dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Seiring meningkatnya kebutuhan terhadap lembaga pendidikan Islam, maka kebutuhan akan strategi pemasaran yang tepat dan efektif juga menjadi semakin penting bagi lembaga tersebut.

---

<sup>6</sup> Timpal T. V., Erlina, "Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Governance* 2 (2021): 3.

Dalam upaya memperkenalkan lembaga pendidikan Islam, strategi pemasaran perlu menyampaikan nilai-nilai serta keunggulan yang dimiliki oleh lembaga tersebut secara efektif. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan Lembaga pendidikan berbasis Islam dan mempermudah calon peserta didik dalam menentukan pilihan lembaga yang sesuai.<sup>7</sup>

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dalam rangka memahami fenomena yang bersifat alamiah, sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran mendalam mengenai strategi promosi pendidikan dalam menarik minat calon peserta didik baru di MTs Al-Falah Limboto Barat. Melalui metode ini, peneliti dapat meyakinkan bahwa pertimbangan yang diterapkan sejalan dengan tujuan dan fokus penelitian. Selain itu, peneliti berusaha menjalin kedekatan serta membangun komunikasi yang baik dengan subjek penelitian, sambil memperhatikan secara cermat setiap informasi yang disampaikan agar subjek tidak merasa terbebani.

Data dalam penelitian ini akan diperoleh melalui: 1. Sumber data primer dikumpulkan melalui teknik observasi dan wawancara langsung di lapangan, yakni termasuk Kepala Madrasah MTs Al-Falah, Wakil Kepala Bidang kesiswaan, Humas, Guru, Ketua Panitia PPDB, Anggota Panitia PPDB lainnya, Operator MTs Al-Falah Limboto Barat, Peserta didik baru, serta orang tua. 2. Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen yang berkaitan dengan sejarah MTs Al-Falah Limboto Barat, data guru dan staf, data peserta didik di MTs Al-Falah, data sarana dan prasarana, Visi dan Misi MTs Al-Falah Limboto Barat, data program unggulan, dan foto-foto program unggulan.

Teknik dan prosedur pengumpulan data melewati tahapan observasi dimana metode ini dengan melakukan pengamatan langsung terhadap proses yang berlangsung di lapangan. Fokus pengamatan ditujukan pada beberapa aspek yang mendukung penelitian, yaitu: a) letak geografis dan kondisi fisik MTs Al-Falah Limboto Barat, b) keunikan atau ciri khas yang dimiliki MTs Al-Falah Limboto Barat, dan c) sarana serta prasarana yang tersedia di MTs Al-Falah Limboto Barat. Teknik Wawancara kualitatif melibatkan partisipasi langsung dengan peneliti untuk mengumpulkan data dan meningkatkan pemahaman tentang pendapat, pengalaman, dan sudut pandang masing-masing individu terkait masalah penelitian. Peneliti menggunakan teknik ini untuk mewawancarai sejumlah informan yang saat ini bekerja di MTs Al-Falah. Metode ini digunakan untuk mengetahui pola-pola terkait strategi promosi pendidikan yang dilakukan oleh MTs Al-Falah dalam menarik minat calon peserta didik baru.<sup>8</sup> Dokumentasi diaplikasikan oleh peneliti untuk menghimpun data dan informasi melalui dokumen dan gambar, serta laporan dan liputan yang mendukung penelitian dikenal sebagai dokumentasi. Profil sekolah, sejarah berdirinya sekolah, data guru dan siswa, data sarana dan prasarana, visi dan misi sekolah, program unggulan, dan informasi lainnya didokumentasikan dalam penelitian ini, tujuan dari dokumentasi ini digunakan sebagai untuk mendukung serta mempertegas data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.<sup>9</sup>

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini akan menggunakan triangulasi sumber Metode ini digunakan dalam upaya meningkatkan kredibilitas data. Penelitian ini mengumpulkan data tentang strategi promosi pendidikan yang digunakan di MTs Al-Falah

---

<sup>7</sup> Susanto, Dedi. (2024). *Isu-Isu Global Dalam Manajemen Pendidikan Islam*. Riau: DOTPLUS Publisher..

<sup>8</sup> Ardiansah, Risnita, Dan M. Syahrani Jailani. *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 1, No. 2 (2023): 4.,” n.d.

<sup>9</sup> Maulidah, Atikah. *Analisis Proses Pelaksanaan Pembelajaran Keterampilan Tata Boga Membuat ‘Kue Pastry’ Bagi Warga Belajar Paket C Kelas XI IPS Di SPNF SKB Kota Samarinda*. Papatudzu: Samarinda, 2020, 72-79.,” n.d.

Limboto Barat untuk menarik siswa baru. Triangulasi metode Membandingkan data atau informasi melalui berbagai pendekatan dikenal sebagai triangulasi metode. Peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam penelitian kualitatif. Dalam memperoleh informasi yang akurat, peneliti dapat menggunakan wawancara bebas maupun wawancara terorganisir.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Strategi Promosi Pendidikan Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru Di MTs Al-Falah Limboto Barat**

Strategi Promosi sebagai alat dalam bentuk pendekatan, media, dan metode yang digunakan sekolah MTs Al-Falah untuk mengenalkan program keunggulan madrasah, prestasi siswa, dan fasilitas penunjang pendidikan, tujuannya adalah menarik minat calon peserta didik baru agar dapat mendaftarkan dirinya di sekolah tersebut. Dalam hal menarik minat calon peserta didik baru sekolah dapat bersaing dengan sekolah lain untuk itu perlu merealisasikan strategi promosi yang akan menarik minat calon peserta didik baru.

Hal ini senada dengan apa yang dikatakan oleh Kepala Madrasah, Ibu Riana Husain, S.Hi beliau mengungkapkan bahwa untuk menarik minat calon peserta didik baru ataupun masyarakat dan orang tua peserta didik ini yang dilakukan tentunya dengan memperkenalkan program unggulan yang ada disekolah dengan cara melakukan kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan tentunya memerlukan strategi yang matang agar dapat menarik minat masyarakat/orang tua sehingga terjadi peningkatan jumlah siswa di sekolah.<sup>10</sup>

Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara dengan ibu Femmy Gubali, S.Pd selaku Humas, beliau mengatakan bahwa strategi promosi yang tepat sasaran sangat penting dalam mengenalkan keunggulan madrasah kepada masyarakat luas. Dengan begitu, masyarakat atau orang tua peserta didik akan lebih memahami kualitas dan potensi yang dimiliki madrasah, sehingga tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka sebagai peserta didik baru di MTs Al-Falah.<sup>11</sup>

Temuan wawancara tersebut memungkinkan peneliti untuk menentukan kesimpulan bahwa strategi promosi yang tepat dan terencana dengan baik sangat berperan penting dalam menarik minat calon peserta didik baru di MTs Al-Falah. Kepala Madrasah menekankan dengan mengenalkan keunggulan sekolah perlu adanya strategi promosi didalamnya.

Berdasarkan wawancara yang di dapat, ada beberapa strategi promosi yang dilakukan oleh MTs Al-Falah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru.

#### **a. Periklanan**

Periklanan yang diterapkan oleh MTs Al-Falah memanfaatkan berbagai macam media, baik itu media cetak ataupun media online.

##### **1) Media Cetak**

Media cetak diimplementasikan oleh MTs Al-Falah Limboto Barat dijadikan salah satu strategi dalam usaha menarik ketertarikan calon peserta didik baru. Melalui media ini, pihak madrasah menyebarkan berbagai informasi, pesan, serta pemberitahuan dalam bentuk tulisan maupun visual yang menampilkan keunggulan sekolah, visi dan misi, serta berbagai prestasi yang telah dicapai oleh para siswanya.

MTs Al-Falah menggunakan media cetak sebagai salah satu alat utama dalam melakukan promosi sekolah. Brosur menjadi salah satu bentuk media yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan profil serta keberadaan sekolah

---

<sup>10</sup> Riana Husain, Kepala MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025," n.d.

<sup>11</sup> Femmy Gubali, "Humas MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025," n.d.

kepada masyarakat. Melalui media ini, sekolah menyampaikan berbagai informasi penting mengenai Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Isi yang terdapat dalam brosur meliputi informasi tentang PPDB, visi dan misi madrasah, program-program unggulan, dan fasilitas pendukung yang tersedia di sekolah. Strategi tersebut dinilai efektif dalam membangun citra sekolah yang baik serta menarik minat calon peserta didik dan orang tua.

Gambar 1 Brosur Sekolah



Dari hasil wawancara diatas, peneliti dapat simpulkan bahwa MTs Al-Falah menggunakan media cetak sebagai salah satu alat utama dalam melakukan promosi sekolah. Brosur menjadi salah satu bentuk media yang dimanfaatkan untuk memperkenalkan profil serta keberadaan sekolah kepada masyarakat. Melalui media ini, sekolah menyampaikan berbagai informasi penting mengenai Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Isi yang terdapat dalam brosur meliputi informasi tentang PPDB, visi dan misi madrasah, program-program unggulan, dan fasilitas pendukung yang tersedia di sekolah. Strategi tersebut dinilai efektif dalam membangun citra sekolah yang baik serta menarik minat calon peserta didik dan orang tua.

## 2) Media Online

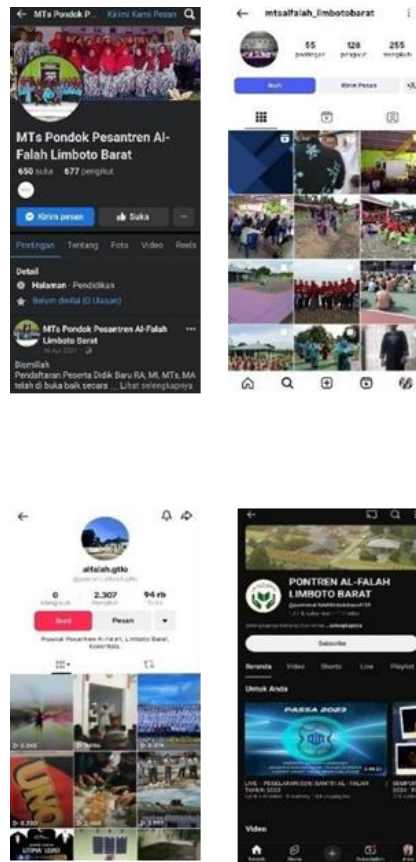
Pada perkembangan teknologi saat ini, lembaga pendidikan dituntut untuk memiliki fasilitas digital yang dapat menghubungkan sekolah dengan masyarakat secara lebih luas. Dengan adanya sarana tersebut, berbagai informasi dapat diperoleh dengan mudah oleh siapa pun yang membutuhkan. MTs Al-Falah juga menerapkan hal ini dengan memanfaatkan beragam media online sebagai wadah untuk menyampaikan informasi serta memperkenalkan keberadaan sekolah kepada publik.

Al-Falah ini disamping menggunakan media cetak, MTs Al-Falah juga menggunakan media online seperti WA (Saluran), Facebook, Instagram, ada juga Tiktok, kemudian ada Channel Youtube dan bahkan melalui penyiaran radio.<sup>12</sup>

Hal tersebut juga didukung dengan hasil wawancara yang di sampaikan oleh Ibu Femmy Gubali, S.Pd selaku Humas, beliau mengatakan bahwa beberapa strategi promosi dalam menarik minat calon peserta didik baru, di MTs Al-Falah melakukan strategi ada yang namanya media cetak dan ada juga media online. Kalau untuk media onlinenyakami MTs Al-Falah menggunakan beberapa media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan bahkan Channel Youtube. Dari beberapa media tersebut digunakan dalam mempromosikan terkait dengan keadaan sekolah.

<sup>12</sup> Safitri Daud Yasin, "Guru Informatika MTs Al-Falah Limboto Barat Sekaligus Panitia PPDB, Wawancara, Tanggal 14 Juli 2025," n.d.

Gambar 2 Media Online MT's Al-Falah



peneliti dapat simpulkan bahwa disamping MT's Al-Falah menggunakan media cetak sebagai salah satu strategi promosi dalam menarik minat peserta didik baru, MT's Al-Falah juga menggunakan media online. Oleh karena itu, MT's Al-Falah memanfaatkan perkembangan zaman terutama di bidang teknologi, dengan menggunakan media online sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi. Menurut hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, bahwa MT's Al-Falah menggunakan beberapa media online seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Channel Youtube bahkan pernah melalui penyiaran radio. Dalam beberapa media sosial yang dimiliki, termuat semua kegiatan- kegiatan siswa, program unggulan MT's Al-Falah, Profil sekolah, dan juga terkait penerimaan peserta didik baru.

b. Promosi Langsung

Upaya promosi secara langsung dilakukan melalui kunjungan ke sekolah-sekolah yang sudah di targetkan. Hal ini dimaksudkan untuk menyampaikan program-program unggulan yang dimiliki MT's Al-Falah untuk menarik calon peserta didik baru.

Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Kepala Madrasah Ibu Riana Husain, S.Hi, beliau mengatakan bahwa MT's Al-Falah melakukan promosi langsung ini yang di mana ada beberapa peserta didik yang kami ajak untuk turun langsung kesekolah SD/MI dan mereka melakukan pertunjukan minat bakat mereka pada sekolah-sekolah madrasah lainnya sehingga sekolah tersebut melihat secara langsung dan tertarik untuk masuk disekolah MT's Al-

Falah.<sup>13</sup>

Pernyataan yang sama disampaikan oleh bapak Prayogi Ibrahim, S.Pd selaku operator MTs Al-Falah, sekaligus Ketua Panitia PPDB beliau mengungkapkan bahwa salah satu strategi promosi pendidikan yang dilakukan oleh MTs Al-Falah tentunya melakukan promosi langsung dengan cara melakukan sosialisasi atau kunjungan ke sekolah-sekolah baik itu di daerah Gorontalo maupun diluar Gorontalo. Pada saat melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah yang kita kunjungi, peserta didik menampilkan dan menjelaskan secara langsung terkait kegiatan ataupun program unggulan yang ada di MTs Al-Falah.

Berdasarkan wawancara diatas, peneliti dapat disimpulkan bahwa salah satu strategi promosi pendidikan dalam menarik minat calon peserta didik baru ini tentunya dengan melakukan promosi langsung yang dimana sekolah MTs Al-Falah melakukan sosialisasi atau kunjungan ke sekolah-sekolah SD/MI baik itu di daerah Gorontalo maupun diluar Gorontalo. Cara tersebut MTs Al-Falah manfaatkan dengan memperkenalkan program unggulan yang ada di sekolah.

**Gambar 3 Promosi Langsung**



c. Publisitas

Publisitas dilakukan dengan mengenalkan lembaga pendidikan kepada target sasaran. Tujuan utamanya adalah untuk membentuk citra positif dan meningkatkan daya tarik lembaga di mata masyarakat. Melalui publisitas, masyarakat dapat lebih mengenal keberadaan serta berbagai program yang disediakan oleh lembaga pendidikan tersebut.

Hal ini juga dilakukan oleh MTs Al-Falah dalam menarik minat peserta didik yang dimana dengan memperkenalkan program unggulan yang ada di sekolah tersebut. Ibu Riana Husain, S.Hi menjelaskan bahwa mengenalkan MTs Al-Falah ini tentunya target utamanya itu adalah peserta didik, orang tua dan masyarakat. Dengan menarik minat mereka tentunya dengan adanya program unggulan yang ada di MTs Al-Falah salah satunya itu ada kegiatan kesenian seperti PASSA (Pagelaran Seni Santri Al-Falah), ada tapak suci, program unggulan ekstrakurikuler seperti pramuka dan masih banyak lagi.<sup>14</sup>

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh ibu Juliana, S.Pd selaku guru di MTs Al-Falah beliau mengungkapkan bahwa dengan mengenalkan sekolah MTs Al-Falah ini dengan cara mempromosikan program yang ada di MTs Al-Falah ini. Ada beberapa program yang kami

<sup>13</sup> Riana Husain, Kepala MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025.

<sup>14</sup> Riana Husain, Kepala MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025.

suguhkan kepada masyarakat diluar sana baik itu peserta didik dan juga orang tua tentunya. Program tersebut seperti ada kegiatan ekstrakurikuler itu ada pramuka, kesenian itu ada kegiatan PASSA yang di lakukan setiap tahunnya.<sup>15</sup>

Berdasarkan temuan wawancara di atas, peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa program unggulan tidak hanya mengajarkan peserta didik berbicara bahasa Arab, tetapi juga merupakan salah satu metode yang efektif untuk menarik minat peserta didik baru dan memperkuat hubungan madrasah dengan masyarakat.

Berdasarkan Wawancara yang didapat, ada beberapa program unggulan yang ditawarkan oleh MTs Al-Falah dalam menarik minat peserta didik baru adalah sebagai berikut :

1) Percakapan Bahasa Arab

MTs Al-Falah secara aktif membudayakan penggunaan bahasa Arab dalam kehidupan sehari-hari, baik itu di lingkungan madrasah, di asrama, maupun di lingkungan masyarakat. Penggunaan bahasa arab ini menjadi sebuah keharusan yang perlu dilakukan oleh MTs Al-Falah Limboto Barat, sehingga menjadi pembeda dari sekolah-sekolah madrasah lainnya.

Gambar 4 Percakapan Bahasa Arab dilingkungan Masyarakat



wawancara dari ibu Safitri Daud Yasin, S.Pd selaku panitia PPDB, beliau menjelaskan memang ciri khas yang ditonjolkan oleh MTs Al-Falah ini diharuskan untuk menggunakan berbahasa arab dalam berbicara baik itu sesama teman maupun guru dan juga pada di lingkungan masyarakat. Peserta didik melakukan percakapan bahasa arab di lingkungan masyarakat, dengan cara mereka melakukan ceramah atau kultum pada saat bulan Ramadhan di masjid-masjid tempat mereka tinggal. Program ini tidak hanya melatih kemampuan berbicara, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri, keberanian tampil di depan umum, serta membiasakan peserta didik MTs Al-Falah untuk menggunakan bahasa Arab dalam konteks nyata.

2) Hafalan 3 Juz

Salah satu program unggulan yang ada di MTs Al-Falah tentunya ada program hafalan 3 juz yang dimana setiap peserta didik dibimbing dan diajarkan untuk bisa menyelesaikan Hafalan sesuai kemampuan tiap peserta didik.

Gambar 5 Hafalan 3 Juz

---

<sup>15</sup> Juliana, "Guru Bahasa Inggris MTs Al-Falah, Wawancara, Tanggal 19 Juli 2025," n.d.



program hafalan 3 juz ini merupakan program unggulan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi orang tua dan anak. Apa lagi orang tua yang ingin anaknya bisa menjadi seorang Hafizh atau Hafizah. Dan program ini dinilai mampu meningkatkan kemampuan peserta didik dalam membaca, menghafal, dan memahami Al-Qur'an secara lebih terarah.

3) PASSA ( Pagelaran Seni Santri Al-Falah)

Program Unggulan PASSA (Pagelaran Seni Santri Al- Falah) merupakan kegiatan yang dilakukan setiap tahunnya.

Gambar 6 PASS MTs Al-Falah



kegiatan PASSA (Pagelaran Seni Santri Al-Falah) merupakan salah satu strategi promosi yang efektif dalam menarik minat calon peserta didik baru di MTs Al-Falah. Melalui kegiatan ini, sekolah menampilkan berbagai aktivitas dan potensi peserta didik kepada masyarakat luas, orang tua, serta pemangku kepentingan. Kegiatan PASSA tidak hanya menjadi ajang untuk memperkenalkan program dan kegiatan madrasah, tetapi juga berhasil menumbuhkan ketertarikan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MTs Al-Falah, sebagaimana terbukti dari adanya peserta didik baru yang tertarik setelah menyaksikan kegiatan tersebut

## 2. Dampak Strategi Promosi Pendidikan di MTs Al-Falah

Untuk penerapan strategi promosi pendidikan yang dilakukan oleh MTs Al-Falah memang sudah diterapkan pada tahun-tahun sebelumnya. Strategi promosi tersebut digunakan guna untuk menjaga eksistensi MTs Al-Falah, meningkatkan kepercayaan dari masyarakat dan juga menarik minat dari calon peserta didik dan orang tua.

Berdasarkan Wawancara yang didapat, dari hasil wawancara dengan Kepala Madrasah ibu Riana Husain, S.Hi beliau mengatakan bahwa dampak dari adanya strategi promosi ini salah satunya yaitu MTs Al-Falah lebih dikenal oleh masyarakat dan untuk peminat yang masuk masih terbilang lumayanlah untuk mendaftar di MTs Al- Falah. Akan tetapi, untuk beberapa

tahun terakhir ini MTs Al-Falah mengalami penurunan peserta didik baru. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor baik itu faktor internal seperti anggaran/dana pada saat melakukan promosi sekolah dan juga masih ada beberapa guru yang belum optimal dalam melakukan pemanfaatan media digital mereka masing-masing maupun faktor eksternal seperti adanya persaingan yang semakin ketat antar sekolah yang ada di Gorontalo baik itu Limboto Barat dan sekitarnya.<sup>16</sup>

Hal ini juga didukung dengan hasil wawancara dengan ibu Juliana, S.Pd selaku guru di MTs Al-Falah, beliau menjelaskan bahwa dampak dari penerapan strategi promosi pendidikan salah satunya itu membuat MTs Al-Falah sudah terkenal dimata masyarakat baik itu di pelosok-pelosok daerah Gorontalo maupun diluar daerah Gorontalo. Buktinya adalah banyak pendaftar yang dari luar Gorontalo yang masuk di MTs Al-Falah seperti ada yang dari Palu, Manado, Bolmut dan lain-lain. Untuk dampak negatifnya ini pada beberapa tahun terakhir mengalami penurunan jumlah pendaftar yang disebabkan dengan adanya banyak pilihan lembaga pendidikan favorit yang ada di Gorontalo. Akan tetapi, meskipun mengalami penurunan bisa menjadikan MTs Al-Falah tetap meningkatkan daya saing di tengah banyaknya pilihan lembaga pendidikan lainnya.<sup>17</sup>

Dengan mempertimbangkan hasil wawancara di atas, peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa strategi promosi pendidikan di MTs Al-Falah ini memiliki banyak dampak, baik positif maupun negatif.

Dampak positif yang ditimbulkan seperti Masyarakat lebih mengenal program keunggulan yang dimiliki oleh MTs Al-Falah sehingga terciptanya kepercayaan dari masyarakat sekitar dan adanya ketertarikan minat dari orang tua peserta didik. Hal ini di perkuat dengan hasil wawancara dengan orang tua/wali peserta didik yakni Ibu Nasa Datau menyampaikan bahwa alasan ia memilih menyekolahkan anaknya di MTs Al-Falah adalah karena program-program yang dimiliki sekolah tersebut dinilai sangat baik. Ia menekankan bahwa program hafalan Al-Qur'an mampu membentuk peserta didik menjadi penghafal Al-Qur'an. Selain itu, melalui kegiatan PASSA, setiap siswa diberikan kesempatan untuk mengeksplorasi dan menunjukkan bakat serta minat mereka, sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya diri saat berbicara di depan banyak orang.<sup>18</sup>

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa orang tua terdorong untuk menyekolahkan anaknya di MTs Al-Falah karena dilihat dari segi keagamaan yang dimiliki oleh sekolah, baik dari program kegiatan keagamaan, bahkan sekolah mempunyai program pembiasaan akhlak dan tahfidz yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat.

Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari hasil wawancara dengan seorang peserta didik baru yakni Siti Nur Fadila Bidu yang mengatakan bahwa Ia memilih sekolah MTs Al-Falah karena keinginannya sendiri, karena terdapat banyak pelajaran agama serta terdapat program tahfidz.<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti dapat simpulkan bahwa meskipun MTs Al-Falah Limboto Barat mengalami penurunan jumlah

---

<sup>16</sup> Riana Husain, Kepala MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025.

<sup>17</sup> Juliana, "Guru Bahasa Inggris MTs Al-Falah, Wawancara, Tanggal 19 Juli 2025.

<sup>18</sup> Nasa Datau, "Orang Tua/Wali Murid MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 21 Juli 2025," n.d.

<sup>19</sup> Datau.

peserta didik baru, pihak sekolah tidak tinggal diam dan berkomitmen untuk mencegah terulangnya penurunan pada tahun berikutnya. Dan dengan beberapa strategi yang dilakukan oleh kepala sekolah dapat menjadi wujud keseriusan sekolah dalam memperbaiki kondisi dan meningkatkan kembali jumlah peserta didik baru di masa mendatang.

### **Kesimpulan**

Strategi promosi pendidikan dalam menarik minat calon peserta didik baru di MTs Al-Falah ini seperti periklanan. Dalam periklanan terdapat dua media, seperti media cetak dan media online. Kalau untuk media cetak seperti brosur dan spanduk. Sedangkan untuk media online MTs Al-Falah menggunakan beberapa akun sosial media seperti Facebook, Instagram, tiktok dan Channel Youtube. Selain itu juga menggunakan promosi langsung dengan cara sosialisasi, dan terakhir itu ada publisitas dimana untuk memperkenalkan berbagai program keunggulan yang ada di MTs Al-Falah.

Dampak dari strategi promosi pendidikan dalam menarik minat calon peserta didik baru tentu menimbulkan dampak positif dan dampak negatif bagi MTs Al-Falah. Untuk dampak positifnya seperti masyarakat lebih mengenal terkait program keunggulan yang ada di MTs Al-Falah, dan juga terciptanya kepercayaan masyarakat. Dan untuk dampak negatifnya yaitu di MTs Al-Falah mengalami penurunan pendaftar peserta didik baru yang disebabkan oleh adanya persaingan ketat antar sekolah yang ada di Gorontalo.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ardiyansah, Risnita, Dan M. Syahrani Jailani. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 1, No. 2 (2023): 4.,” n.d.
- Datau, Nasa. “Orang Tua/Wali Murid MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 21 Juli 2025,” n.d.
- Gubali, Femmy. “Humas MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025,” n.d.
- Juliana. “Guru Bahasa Inggris MTs Al-Falah, Wawancara, Tanggal 19 Juli 2025,” n.d.
- Maulidah, Atikah. Analisis Proses Pelaksanaan Pembelajaran Keterampilan Tata Boga Membuat ‘Kue Pastry’ Bagi Warga Belajar Paket C Kelas XI IPS Di SPNF SKB Kota Samarinda. *Papatudzu: Samarinda*, 2020, 72-79.,” n.d.
- Mawahib, Muhammad Jauharul. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 1 (2019).
- Permana, Widya Astuti. “Manajemen Rekrutmen Peserta Didik Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan.” *Jurnal Islamic Educational Management* 5, no 1 (2020): 84.
- Riana Husain, Kepala MTs Al-Falah Limboto Barat, Wawancara, Tanggal 10 Juli 2025,” n.d.
- Susanto, Dedi. (2024). *Isu-Isu Global Dalam Manajemen Pendidikan Islam*. Riau: DOTPLUS Publisher.,” n.d.
- Timpal T. V., Erlina, Dkk. “Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa Di Bidang Teknologi Informasi Di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara.” *Jurnal Governance* 2 (2021): 3.
- Uyun, Muhammad, and Idi Warsah. *Psikologi Pendidikan (Sleman: CV Budi Utama, 2021), Hlm. 161*. Sleman: CV : Budi Utama, 2021.

**Tri Suci Mohamad, Muh Hasbi, Firman Sidik**

AN NAJAH (Jurnal Pendidikan Islam dan Sosial Keagamaan) Vol. 05 No.01 (Jauniari 2026)

V.R, Zainal. *Manajemen Strategis: Strategi Bersaing Islami*. Sidoarjo: Indonesia Pustaka, 2020.

Yasin, Safitri Daud. "Guru Informatika MTs Al-Falah Limboto Barat Sekaligus Panitia PPDB, Wawancara, Tanggal 14 Juli 2025," n.d.

Yudha Maulana, Sedih, SMK Di Bandung Barat Hanya Diminati Satu Calon Siswa, Detik News, 2019, <https://News.Detik.Com/>, Diakses Pada Tanggal 24 Mei 2024 Pukul 20.10 WITA." n.d.