

Strategi Promosi Sekolah Dasar Islam Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Masyarakat

Oleh:

Riza Dia Utari

Budi Haryanto

Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2025



Pendahuluan

Pada saat ini masyarakat memiliki daya seleksi yang tinggi terhadap keberadaan dan corak lembaga pendidikan. Masyarakat berpeluang besar untuk memilih lembaga pendidikan mana sebagai tujuan lembaga tempat menuntut ilmu bagi putra-putri mereka. Oleh sebab itu tingkat persaingan antar lembaga pendidikan cukup tinggi dalam berebut kepercayaan masyarakat. Lembaga pendidikan atau sekolah berupaya menarik siswa-siswi potensial untuk bergabung dalam layanan pendidikan mereka. Tingkat keperiyacaan masyarakat terhadap Lembaga pendidikan ditunjukkan dengan jumlah siswa dan berminat di sekolah tersebut. Sekolah yang memiliki Tingkat kepercayaan yang ideal di masyarakat biasanya memiliki citra positif. Lembaga pendidikan yang mempunyai citra positif di masyarakat akan mendapatkan keuntungan yang lebih, karena nama baiknya dimasyarakat lembaga tersebut akan memperoleh kepercayaan dari masyarakat (Halim 2023).

Kepercayaan publik tidak terjadi begitu saja, kepercayaan tersebut dapat tumbuh secara alamiah atau sengaja dipupuk oleh lembaga pendidikan. Kepercayaan ini sejalan dengan persepsi publik terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh lembaga tersebut, yang sering disebut sebagai branding. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji berbagai faktor yang dapat menumbuhkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Kepercayaan terbentuk ketika lembaga pendidikan menunjukkan identitas yang khas, terlibat dalam kegiatan yang bermakna, dan menawarkan program yang berkontribusi pada rasa memiliki dalam lembaga tersebut (Hermawan and Carnawi 2024).

Lembaga pendidikan dapat berjalan jika terdapat komponen siswa, guru, kurikulum, sarana prasarana, serta pengelola. komponen-komponen ini saling berhubungan satu sama lain. Bagian tersebut saling berhubungan satu sama lain. Setiap sekolah akan membuka pendaftaran siswa baru untuk berlangsungnya pendidikan dalam sekolah tersebut. Untuk menarik minat siswa, setiap sekolah menerima siswa pada setiap tahunnya. Penerimaan siswa baru bukanlah hal yang mudah, karena jika terjadi kesalahan dalam suatu proses penerimaan siswa baru dapat menyebabkan tidak suksesnya usaha pendidikan di sekolah yang bersangkutan (Farozi, Abdullah, and Soedjono 2023).



Pendahuluan

Saat ini, tidak sedikit lembaga pendidikan yang tidak sekedar meningkatkan satuan akademiknya. Namun promosi program sekolah dapat menarik perhatian masyarakat sehingga menciptakan kemajuan sekolah. Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, banyak sekolah yang memperkenalkan program pendidikan baru. Hal ini dapat membuat sekolah mereka banyak diminati masyarakat (Atin and Fitriyati 2023). Kepercayaan atau trust secara umum dapat diartikan sebagai kepercayaan kepada pihak lain dikarenakan pihak tersebut dapat dipercaya (A. A. Yusuf, Sholikhun, and Wafirah 2024). Kepercayaan masyarakat atau trust adalah fondasi penting dalam hubungan sosial dan interaksi antar individu. Ini mencakup keyakinan bahwa orang lain akan bertindak dengan cara yang dapat diandalkan, jujur, dan adil.



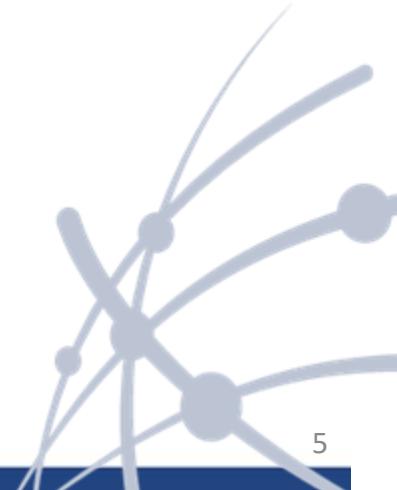
Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi promosi sekolah dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat yang ada di Sekolah Dasar Islam Plus Alhaqiqi. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam upaya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Di samping itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para kepala sekolah dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan yang mereka pimpin.



Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, dan persepsi. Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang paling strategis dalam penelitian. Tujuan utama dalam penelitian. Pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.



Hasil

- Sekolah Dasar Islam Plus Al Haqiqi merupakan salah satu lembaga pendidikan yang komitmen untuk memberikan layanan pendidikan berkualitas berbasis nilai-nilai keislaman. Dalam rangka meningkatkan jumlah peserta didik dan memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat, Sekolah Dasar Islam Plus Al Haqiqi menerapkan berbagai strategi promosi yang bertujuan untuk menumbuhkan dan mempertahankan kepercayaan masyarakat.
- Strategi promosi yang dilakukan meliputi pendekatan langsung kepada masyarakat melalui kegiatan open house, penyebaran brosur, pasang spanduk dan pemanfaatan media sosial. Sekolah juga memaksimalkan peran orang tua sebagai agen promosi dengan memberikan testimoni dan berbagai pengalaman positif selama menyekolahkan anaknya di Sekolah Dasar Islam Plus Al Haqiqi. Selain itu, Sekolah dasar islam Plus Al Haqiqi menonjolkan keunggulan program pendidikan, seperti pembelajaran berbasis islami, full day, penggunaan teknologi dalam proses belajar sebagai dari upaya membangun citra positif sekolah. Dengan strategi yang terencana Sekolah Dasar Islam Plus Al Haqiqi mampu membangun kepercayaan masyarakat melalui transparansi informasi, kualitas layanan pendidikan, dan hubungan yang baik dengan wali murid serta lingkungan sekitar. Strategi promosi ini tidak hanya bertujuan menarik minat calon orang tua siswa saja, tetapi juga untuk mempertahankan loyalitas dan kepuasan pihak-pihak yang sudah menjadi bagian dari komunitas sekolah.



Pembahasan

Strategi promosi menjadi hal yang sangat penting dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan, karena semakin ketatnya persaingan dalam merebut calon peserta didik. Promosi penting dilakukan untuk dapat melihat bagaimana lembaga memasarkan diri atau produknya. Strategi promosi yang dilakukan Sekolah Dasar Islam Al Haqiqi Sentul bertujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai Sekolah Dasar Islam Plus Al Haqiqi, selain itu juga untuk menumbuhkan kepercayaan kepada masyarakat. Dengan adanya promosi tersebut diharapkan masyarakat luas tertarik untuk mendaftar di Sekolah Dasar Islam Al Haqiqi Sentul. Sekolah Dasar Islam Al Haqiqi sentul memfokuskan pada:

- Spanduk, spanduk adalah media komunikasi yang ditujukan kepada banyak orang dengan tujuan supaya orang dapat tertarik dan membeli produk yang diinformasikan pada spanduk tersebut (Syaifuddin and Rusdian 2024). Sekolah Dasar Islam Al Haqiqi menggubakan spanduk untuk memperkenalkan produk- produknya. Isi spanduk mengenai produk yang ditawarkan seperti fasilitas sekolah, program unggulan, ekstrakurikuler dan lain- lain. Spanduk ditempatkan di tempat yang strategis. Kelebihan spanduk yaitu, jangkauan lebih luas, berpengaruh besar bagi calon konsumen apabila diletakkan di lokasi yang strategis, biaya relatif terjangkau, tampilan yang menarik akan mengundang orang untuk melihatnya akhirnya akan membaca isi pesan yang terkandung. Selain itu spanduk memiliki kelemahan diantaranya yaitu, isi pesan kurang melekat dalam ingatan pembaca, hanya efektif bila konsumen menggunakan kendaraan yang memiliki ruang (Putriyanti and Fensi 2024).
- Media sosial, media sosial untuk promosi sekolah adalah platform media sosial yang dapat digunakan untuk mempromosikan sekolah kepada calon peserta didik. Promosi sekolah menggunakan media sosial dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti membagikan informasi sekolah, kegiatan sekolah dan lain- lain. Media sosial yang digunakan promosi oleh SD Islam Al Haqiqi ini yaitu facebook, instagram, youtube, dan tiktok. Manfaat media sosial untuk promosi sekolah diantaranya yaitu membangun citra sekolah, menjangkau calon peserta didik secara luas, memberikan informasi penting mengenai sekolah.
- Hubungan masyarakat, hubungan masyarakat merupakan salah satu yang berperan penting untuk kelangsungan hidup sekolah. Tujuan SD Islam Al Haqiqi menggunakan hubungan masyarakat untuk memelihara dan membangun kepercayaan masyarakat

Kesimpulan

Sekolah Dasar Islam Plus Al Haqiqi menerapkan berbagai strategi promosi untuk membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Strategi-strategi promosi yang dilakukan tidak hanya fokus pada aspek pemasaran semata, tetapi juga mencakup pendekatan nilai-nilai sosial dan spiritual dengan nilai-nilai islam.

Sekolah menggunakan media sosial dan teknologi digital sebagai alat komunikasi dan promosi yang efektif. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram, facebook, WhatsApp, TikTok sekolah mampu menyampaikan berbagai informasi kegiatan siswa dan kegiatan-kegiatan sekolah lainnya. Sekolah ini juga mengadakan open house, serta menjalin komunikasi yang baik dengan wali murid. Pendekatan ini mampu membangun hubungan emosional antara sekolah dan calon wali murid. Selanjutnya keterlibatan aktif sekolah dalam kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat turut memperkuat posisinya sebagai bagian dari komunitas.



Referensi

- Alinata, Rusydi Hafidz, and Marsudi Marsudi. 2023. "Pemanfaatan Roblox Sebagai Media Promosi Sekolah Metaverse SMP Negeri 3 Sumenep." *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science* 4(1): 57–70.
- Atin, Sri, and Ika Fitriyati. 2023. "Strategi Branding Image Madrasah Untuk Membangun Trust Masyarakat." 22(1): 83–96.
- Atiyah, Fairuz, Anis Fauzi, and Abdul Mu'in. 2022. "Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Sekolah Dasar Islam Terpadu." *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora* 1(10): 2037–56. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPDSH/article/view/3323>.
- Ayu Pratiwi, Sekar Subhan Hafiz Nanda Ginting, and Chairul Imam. 2024. "Penerapan Algoritma K-Means Dalam Data Mining Untuk Mengidentifikasi Strategi Promosi Di Politeknik Ganeshha Medan." *Jurnal Minfo Polgan* 13(1): 189–96.
- Budiarti, Erna et al. 2023. "Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di Indonesia." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 6(5): 3568–76.
- Elimar, Tara et al. 2024. "Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Di Lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri." *Leader: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2(1): 176–85.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21(1): 33–54.
- Fajry, Fajry, Saipul Annur, and Tutut Handayani. 2023. "Strategi Promosi Prodi Pendidikan Sendratasik Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa." *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5(1): 51–60.
- Fardinal, Fardinal, Hapzi Ali, and Kasful Anwar US. 2022. "Mutu Pendidikan Islam: Jenis Ksisteman, Konstruksi Ksisteman Dan Berfikir Ksisteman." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3(4): 370–82.
- Farozi, Farozi, Ghufron Abdullah, and Soedjono Soedjono. 2023. "Manajemen Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smk Negeri 1 Kandeman Batang." *Jurnal Manajemen Pendidikan (JMP)* 12(3): 390–403.
- Firmansyah, Muhammad, Masrun Masrun, and I Dewa Ketut Yudha S. 2021. "Esenzi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif." *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan* 3(2): 156–59.
- Gamika, Eneng, Baiq Rohiyatun, and Lu'luiin Najwa. 2021. "Implementasi Analisis Swot Dalam Perencanaan Peningkatan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar." *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)* 4(2): 162–69.
- Habibi, Muhammad Taufiqul et al. 2023. "Perancangan Media Promosi Sekolah Berbasis Virtual Reality A B S T R A K." *Intellect : Indonesian Journal of Innovation Learning and Technology* 02(01): 17–32. <https://10.0.223.167/intellect.v2i1.278>.
- Halim, Achmad Syarief. 2023. "Strategi Branding SD Muhammadiyah Kangean Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat." *SHANUN: Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah* 1(2): 28.
- Handoyo, Muhammad, Nurdyansyah Nurdyansyah, and Budi Haryanto. 2020. "Marketing Strategy of New Schools in the Selection of New Students at AL Zamzam Sukodono Islamic Elementary School." *Proceedings of The ICECRS* 7: 1–8.
- Hermawan, Iwan, and Carnawi. 2024. "Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam." *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management* 2(1): 12–26.
- Hidayat, S B Y. 2023. "Strategi Promosi Menjaring Mahasiswa Baru Berdasarkan Segmentasi Data PPMB Menggunakan K-Means." *Jurnal Riset Informatika dan Teknologi ...* 1(1): 6–10. <http://ejurnal.jejaringppm.org/index.php/jriti/article/view/57%0Ahttps://ejurnal.jejaringppm.org/index.php/jriti/article/download/57/51>.
- Manurung, Joice, Erman Anom, and Iswadi. 2023. "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment." *Technomedia Journal* 8(2): 248–60.

Referensi

- Manurung, Kosma. 2022. "Mencermati Penggunaan Metode Kualitatif Di Lingkungan Sekolah Tinggi Teologi." *FILADEFIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen* 3(1): 285–300.
- Meiliya, Amanda, and Jojok Dwiridotjahjono. 2024. "Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Pengembangan UMKM Indogift Di Surabaya." *Economic and Business Management International Journal* 6(1): 1–8.
- Mudin, Ginung Pratidina, and Ali Alamsyah Kusumadinata. 2023. "Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru." *Karimah Tauhid* 2(5): 1520–31.
- Nurkarim, Ridwan, and Abdul Muin. 2023. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Melalui Program PPDB Indent Di SD IT Banten Islamic School." *An-Nizom* 8(3): 91–99.
- Pangestika, Rizky, Amilda Amilda, and Mardiah Astuti. 2024. "Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru." *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5(1): 98–111.
- Puspita, Desi, and Riduan Syahri. 2023. "Implementasi Algoritma Apriori Untuk Menentukan Strategi Promosi Sekolah Tinggi Sains Tarbiyah Kota Pagar Alam." *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas)* 8(2): 94–101.
- Puspitaningrum, Ari Cahaya et al. 2023. "Pengelolaan Konten Website Dan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Menggunakan Canva." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 7(2): 1317.
- Putriyanti, Chatarina Catur, and Fabianus Fensi. 2024. "Meningkatkan Promosi Sekolah Berbasis Analisis SWOT Menghadapi Kompetisi Di SMP Santa Maria Monica, Bekasi Timur." *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* 8(1): 70–80.
- Rahayu, Puji, and Novi Trisnawati. 2022. "Strategi Humas Di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* 10(2): 124–39.
- Romdhoni, M, M Luthfie, and A. A Kusumadinata. 2023. "Desain Infografis Media Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru." *Karimah Tauhid* 2(5): 1807–1818.
- Roni Harsoyo. 2022. "Teori Kepemimpinan Transformasional Bernard M. Bass Dan Aplikasinya Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam." *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 3(2): 247–62.
- Rusydi Syadzili, Muhammad Fatih, and Farichatuz Zulfas. 2022. "Strategi Merealisasikan Pendidikan Dasar Islam Yang Kompetitif Di MI Perwanida Blitar." *Tasyri` : Jurnal Tarbiyah-Syari` ah-Islamiyah* 29(01): 29–42.
- Sudirman, Sudirman, Arief Fauzan, and Rezki Amalia Wahyuni Mustakim. 2024. "Membangun Identitas Digital: Branding Dan Promosi Sekolah Melalui Teknologi Website Di SMKN 7 Takalar." *Ilmu Komputer untuk Masyarakat* 4(2): 52–59.



www.umsida.ac.id



[umsida1912](https://www.instagram.com/umsida1912/)



[umsida1912](https://twitter.com/umsida1912)



universitas
muhammadiyah
sidoarjo



[umsida1912](https://www.youtube.com/umsida1912)

Referensi

- Supriyanto, Heri et al. 2022. "Pembuatan Media Informasi Digital Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Sekolah." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6(5): 1–9.
- Susilo, Mohamad Joko. 2022. "Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Dan Awareness Masyarakat." *Jurnal Pendidikan Dompet Dhuafa*, 12: 1–6.
- Syaifuddin, Syaifuddin, and Suca Rusdian. 2024. "Pendampingan Pelaku Usaha Warung Desa Girimukti Kecamatan Cibatu Kabupaten Garut Dalam Melakukan Pemasaran Melalui Media Spanduk." *Jurnal Masyarakat Berdikari dan Berkarya (Mardika)* 2(1): 46–50.
- Tauhid, Karimah, Nurul Aulia, Novi Maryani, and Rendi Ramdani. 2024. "PEGELOLAAN PENGGUNAAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA." 3: 12637–47.
- Uluwiyah, Anisatun Nurul. 2022. Multi Pustaka Utama *STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX)* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat.
- Wardhana, Ardiyanto. 2018. "Strategi Promosi Penerimaan Siswa Baru (Studi Kasus Smk Kesehatan Cipta Bhakti Husada Yogyakarta)." *CHANNEL: Jurnal Komunikasi* 6(1): 96.
- Waruwu, Marinu. 2023. "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(1): 2896–2910.
- Yaqien, Nurul. 2012. "Membangun Kepercayaan Masyarakat Pada Madrasah Melalui Pameran Pendidikan." *Madrasah* 2(2): 192–206.
- Yusuf, Ahmad Ardi, Muhamad Sholikhun, and Milna Wafirah. 2024. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Syubbanul Wathon." : 682–97.
- Yusuf, M, and Fatiha Ni'matul Maula. 2023. "Strategi Promosi Madrasah Di Media Sosial Dalam Menarik Animo Peserta Didik Baru." *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1(3): 180–91



