



Strategi Promosi Pendidikan di SDN 8 Talang Kelapa dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru

Marini Sapitri^{1*}, Ade Akhmad Saputra², Rabial Kanada³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

*Penulis Korespondensi: marinisafitri02@gmail.com¹, adeakhmadsaputra_uin@radenfatah.ac.id², rabialkanda_uin@radenfatah.ac.id³

Abstract. *Education has become an increasingly competitive sector, requiring institutions to implement strategic marketing management to maintain public trust. This study aims to describe and analyze the educational promotion strategies at SDN 8 Talang Kelapa in an effort to increase the interest of new students. The research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through the human instrument, supported by interview guides, non-participant observation, and documentation of school publication materials. Primary data sources involved the School Principal and the New Student Admission (PPDB) committee, while secondary data sources involved parents. Data analysis was conducted systematically through the cycles of collection, reduction, data display, and conclusion drawing based on the Miles & Huberman model (1994). The results indicate that the implemented promotion strategies encompass a mix of direct promotion, such as visits to local kindergartens, and indirect promotion through the utilization of digital and print media. The success of these strategies is significantly influenced by the role of public relations management in building a positive school image and effectively communicating the superiority of facilities and educational programs. This study concludes that structured and technologically adaptive promotion strategies are crucial in enhancing school visibility and attractiveness amidst competition between educational institutions.*

Keywords: *Promotion Strategy, New Student Interest, Educational Marketing, Elementary School.*

Abstrak. Pendidikan telah menjadi sektor yang kian kompetitif, mengharuskan setiap institusi untuk mengimplementasikan manajemen pemasaran yang strategis guna mempertahankan kepercayaan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi promosi pendidikan di SDN 8 Talang Kelapa dalam upaya meningkatkan minat peserta didik baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui instrumen manusia (*human instrument*) yang didukung oleh pedoman wawancara, observasi non-partisipan, serta dokumentasi materi publikasi sekolah. Sumber data primer melibatkan Kepala Sekolah dan panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), sementara sumber data sekunder melibatkan para orang tua siswa. Analisis data dilakukan secara sistematis melalui siklus koleksi, reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan berdasarkan model Miles & Huberman (1994). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan mencakup bauran promosi langsung, seperti kunjungan ke Taman Kanak-Kanak (TK) di lingkungan sekitar, serta promosi tidak langsung melalui pemanfaatan media digital dan media cetak. Keberhasilan strategi ini sangat dipengaruhi oleh peran manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam membangun citra positif sekolah dan mengomunikasikan keunggulan fasilitas serta program pendidikan secara efektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang terstruktur dan adaptif terhadap perkembangan teknologi sangat krusial dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik sekolah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Minat Peserta Didik Baru, Pemasaran Pendidikan, Sekolah Dasar.

1. LATAR BELAKANG

Pendidikan merupakan sektor yang kian kompetitif seiring dengan semakin banyaknya institusi pendidikan yang berdiri dan bersaing dalam merebut kepercayaan masyarakat. Persaingan antar lembaga pendidikan tidak lagi terbatas pada aspek kualitas

pembelajaran semata, tetapi telah merambah pada ranah pemasaran dan promosi institusi yang semakin kompleks. Kondisi ini mengharuskan setiap sekolah, termasuk sekolah dasar negeri, untuk memiliki strategi promosi yang terencana dan terstruktur guna menarik minat peserta didik baru setiap tahunnya. Tanpa upaya promosi yang tepat dan berkelanjutan, suatu lembaga pendidikan berisiko mengalami penurunan jumlah peserta didik yang pada akhirnya akan berimplikasi pada keberlangsungan operasional dan kualitas layanan pendidikannya.

Perkembangan media sosial telah mendorong perubahan signifikan dalam praktik manajemen promosi sekolah di era digital. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berperan strategis dalam membangun citra lembaga pendidikan serta meningkatkan daya tarik sekolah di tengah persaingan antar lembaga pendidikan. Fenomena ini menempatkan strategi promosi sebagai salah satu komponen manajerial yang tidak dapat diabaikan oleh pengelola satuan pendidikan di seluruh jenjang, termasuk di tingkat sekolah dasar (Sevta & Dara, 2025). Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan sasaran pasar tentang organisasi dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan setia pada produk yang ditawarkan organisasi yang bersangkutan.

Promosi sekolah memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik tentang kualitas dan keunggulan sebuah institusi pendidikan. Dalam konteks pendidikan dasar, promosi tidak semata bermakna komersial, melainkan merupakan upaya sistematis untuk menginformasikan keunggulan program, kualitas tenaga pendidik, fasilitas, serta nilai-nilai yang dianut sekolah kepada calon orang tua dan masyarakat sekitar (Encep Andriana, 2023). Di era persaingan antar lembaga pendidikan, pemasaran sekolah menjadi salah satu fungsi utama humas. Promosi pendidikan yang dilakukan humas tidak hanya bertujuan meningkatkan jumlah peserta didik tetapi juga memperkuat reputasi dan daya saing sekolah. Aktivitas humas, seperti publikasi program unggulan, pengelolaan media sosial sekolah, hingga kolaborasi dengan berbagai pihak, menjadi instrumen penting dalam membangun kepercayaan masyarakat (Akmal & Karina, 2026).

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa sekolah dasar negeri pun tidak dapat mengandalkan status negeri semata sebagai jaminan penerimaan peserta didik baru. Semakin kompetitifnya persaingan antar sekolah mengharuskan setiap lembaga

pendidikan memiliki strategi promosi yang baik dan inovatif untuk menarik minat konsumen. Di era yang mengandalkan teknologi dan dengan target pasar yang kini melek teknologi, institusi pendidikan dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, salah satunya melalui implementasi strategi promosi berbasis digital marketing. Lebih jauh, keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya tidak selalu didasarkan pada pertimbangan geografis semata. Kepercayaan orang tua meningkat dengan fasilitas pendidikan yang mendukung pertumbuhan anak (Riadi, 2022).

Menurut Azhari (2025) dan Indah Dwi Afrina, Zulkipli Zulkipli (2026), menjelaskan bahwa sekolah menjadi semakin menarik melalui pameran pendidikan, promosi media sosial, dan komunikasi langsung dengan orang tua. Hal ini menegaskan bahwa strategi promosi yang efektif mampu mengubah persepsi masyarakat dan membangun loyalitas terhadap institusi pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah yang menggunakan strategi promosi langsung dan tidak langsung mampu menarik lebih banyak calon peserta didik baru. Strategi langsung meliputi promosi dari rumah ke rumah dan ke TK di sekitar sekolah, sedangkan strategi tidak langsung meliputi pembuatan brosur dan penyebaran informasi melalui media sosial. Penelitian tersebut menyoroti pentingnya strategi yang terstruktur dan terkoordinasi dalam menarik minat calon peserta didik baru, serta peran penting media sosial dalam meningkatkan visibilitas sekolah (Azhari, 2025). Selanjutnya Anggraini & Saputra (2025) dan Malik (2024), juga menjelaskan pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan peserta didik baru. SD Negeri 8 Talang Kelapa sebagai salah satu satuan pendidikan dasar yang berada di wilayah Kecamatan Talang Kelapa, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan, menghadapi tantangan yang sama dengan sekolah dasar lain di Indonesia. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, terdapat variasi dalam jumlah peserta didik baru yang diterima dari tahun ke tahun, yang kemungkinan besar berkaitan erat dengan intensitas dan efektivitas strategi promosi yang dilakukan sekolah. Belum adanya kajian ilmiah yang secara khusus mendokumentasikan, menganalisis, dan mengevaluasi strategi promosi pendidikan di sekolah ini menjadi urgensi utama yang mendorong dilakukannya penelitian ini.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada analisis mendalam mengenai peran manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam mentransformasi citra sekolah dasar negeri melalui strategi promosi adaptif yang tidak hanya mengandalkan status

kedinasan, tetapi juga memanfaatkan kekuatan personal melalui promosi langsung dari rumah ke rumah. Dengan menggunakan desain studi kasus yang intensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis mengenai model pemasaran pendidikan dasar yang efisien serta menjadi referensi praktis bagi sekolah-sekolah sejenis dalam mengoptimalkan visibilitas lembaga di tengah persaingan antar institusi pendidikan yang semakin kompetitif.

Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi promosi pendidikan yang diterapkan di SDN 8 Talang Kelapa serta mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan minat peserta didik baru. Hal yang membedakan penelitian ini dengan kajian-kajian sebelumnya adalah fokusnya pada integrasi bauran promosi konvensional dan digital pada tingkat sekolah dasar negeri di wilayah suburban, yang sering kali memiliki keterbatasan sumber daya dibandingkan sekolah swasta atau sekolah di pusat kota.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan spesifikasi deskriptif untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena strategi promosi pendidikan yang diimplementasikan di SDN 8 Talang Kelapa. Desain penelitian yang dipilih adalah studi kasus (*case study*), di mana peneliti memusatkan perhatian secara intensif pada aktivitas komunikasi pemasaran sekolah dalam upaya meningkatkan minat peserta didik baru sebagai suatu kasus tunggal yang spesifik. Dalam pelaksanaannya, peneliti bertindak sebagai instrumen utama (*human instrument*) yang didukung oleh instrumen bantuan berupa pedoman wawancara, lembar observasi, dan alat dokumentasi digital.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur kepada Kepala Sekolah serta panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) sebagai sumber primer, serta para orang tua siswa sebagai sumber sekunder. Selain itu, dilakukan observasi non-partisipan terhadap aktivitas promosi lapangan dan dokumentasi terhadap materi publikasi sekolah seperti brosur serta konten media sosial untuk memperkuat validitas temuan. Seluruh data yang terhimpun kemudian dianalisis secara sistematis menggunakan model siklus Miles & Huberman (1994), yang meliputi tahapan koleksi data, reduksi data, penyajian data secara naratif, hingga penarikan kesimpulan serta verifikasi. Untuk menjamin kredibilitas dan keabsahan hasil temuan, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dan teknik guna memastikan konsistensi serta

validitas data mengenai efektivitas strategi promosi tersebut dalam meningkatkan animo peserta didik baru (Pratiwi & Inayati, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program dan Layanan Pendidikan yang Ditawarkan Sekolah

Berdasarkan hasil penelitian, SDN 8 Talang Kelapa menawarkan berbagai program pendidikan yang menjadi daya tarik bagi masyarakat. Program tersebut meliputi pembelajaran akademik, kegiatan ekstrakurikuler, pembinaan karakter, kegiatan keagamaan, serta pengembangan bakat dan minat siswa. Sekolah juga berupaya meningkatkan prestasi siswa baik di bidang akademik maupun non akademik.

Kegiatan promosi tersebut dilakukan secara terencana dengan tujuan membangun komunikasi yang efektif antara sekolah dan masyarakat. Dalam konteks ini, promosi tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan yang menyatakan bahwa promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang suatu produk atau jasa (dewi suryani et al., 2025).

Dalam dunia pendidikan, sekolah dipandang sebagai penyedia jasa pendidikan yang harus mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Oleh karena itu, promosi menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya tarik sekolah. Alma (2018) menjelaskan bahwa promosi dalam lembaga pendidikan bertujuan untuk membangun citra positif agar masyarakat memiliki kepercayaan terhadap kualitas sekolah.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Annisa sebagai TU, strategi promosi pendidikan yang diterapkan di SDN 8 Talang Kelapa dilakukan dengan memperkenalkan berbagai kegiatan sekolah dan program unggulan kepada masyarakat. Pihak sekolah menyampaikan bahwa:

“Produk unggulan yang dimiliki sekolah yaitu kegiatan-kegiatan sekolah dan keunggulan ekstrakurikuler kami, kemudian beberapa kegiatan yang menarik seperti membawa siswa untuk mengikuti perlombaan antar sekolah dan tingkat kecamatan. Selain itu, sekolah juga memiliki program pembentukan karakter seperti membangun kemandirian siswa, kegiatan Jum’at Berkah setiap hari Jum’at, pembacaan Yasin rutin, serta pelaksanaan sholat duha secara bergantian.” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Selain itu, ibu Sutiana sebagai Guru juga menjelaskan bahwa program unggulan seperti ekstrakurikuler menjadi salah satu strategi promosi. Guru menyampaikan bahwa:

“ Prorgam unggulan kami dari ekstrakulikuler seperti pramuka terus ada kegiatan rutin sholat dhua dan ada nama nya jum'at berkah” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Berdasarkan hasil observasi tanggal 09/05/2026 menunjukkan bahwa produk pendidikan yang dimiliki sekolah tidak hanya berupa layanan pembelajaran di kelas, tetapi juga mencakup kegiatan pembentukan karakter dan pengembangan spiritual siswa. Keikutsertaan siswa dalam perlombaan antar sekolah dan tingkat kecamatan menjadi salah satu bentuk produk unggulan sekolah yang mampu menunjukkan kemampuan serta potensi peserta didik kepada masyarakat.

Untuk memperkuat hasil wawancara di sdn. 8 Talang kelapa, peneliti juga menelaah berbagai dokumen yang berkaitan mengenai prlduk yang di tawsrkan pemdidikan si sdn. 8 Talang kelapa. Dokumentasi ini digunakan sebagai datapendukng untuk menunjukkan ksesuaian antara informasi yang disampaikan oleh informan dengan praktik pembelajaran yang berlangsung di lapangan.



Gambar 1. Kegiatan Ekstrakurikuler SD 8 Talang Kelapa

Dokumentasi dari gambar 1, membuktikan pihak sekolah telah pengimplementasian strategi promosi dengan memperkenalkan produk. telah dilakukan denggan sangat baik dan tearah denggan baik dan juga promosi yang dilakukan sekolah tidak hanya berfokus pada prestasi akademik, tetapi juga pada pengembangan karakter, kemandirian, dan nilai religius peserta didik. Kegiatan perlombaan antar sekolah dan kecamatan menjadi sarana untuk menunjukkan kemampuan siswa sekaligus meningkatkan citra positif sekolah di masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi pendidikan melalui pengenalan produk yang diterapkan sekolah dilakukan melalui pengenalan berbagai kegiatan sekolah, program unggulan, serta prestasi siswa kepada masyarakat. Promosi tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga menekankan pembentukan karakter, kemandirian, dan nilai religius peserta didik. Hal ini terlihat dari pelaksanaan kegiatan ekstrakurikuler, keikutsertaan siswa dalam perlombaan antar sekolah dan tingkat kecamatan, serta program pembinaan spiritual seperti Jum'at Berkah, pembacaan Yasin rutin, dan sholat duha berjamaah secara bergantian.

Melalui strategi tersebut, sekolah berupaya membangun citra positif di masyarakat sekaligus menarik minat peserta didik baru. Keaktifan sekolah dalam menampilkan prestasi dan kegiatan siswa menjadi sarana promosi yang efektif karena mampu menunjukkan kualitas pendidikan dan pembinaan karakter yang dimiliki SDN 8 Talang Kelapa.

Strategi Promosi Sekolah Sekolah Melalui Media Dan Kegiatan Belajar

bahwa SDN 8 Talang Kelapa melakukan promosi melalui berbagai cara, seperti penyebaran brosur, pemasangan spanduk penerimaan peserta didik baru, kegiatan sosialisasi kepada masyarakat, serta pemanfaatan media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp* dan menggunakan Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) di SDN 8 Talang Kelapa mencakup 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Sekolah menawarkan layanan pendidikan yang berkualitas, fasilitas yang memadai, serta kegiatan ekstrakurikuler sebagai bentuk produk pendidikan. Biaya pendidikan yang terjangkau juga menjadi daya tarik masyarakat.

Pratiwi & Inayati, (2023), bauran pemasaran jasa terdiri dari 7P yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui layanan yang diberikan. Sementara itu, Lupiyoadi (2014) menjelaskan bahwa keberhasilan pemasaran jasa sangat dipengaruhi oleh pengelolaan unsur bauran pemasaran secara efektif. Penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) di SDN 8 Talang Kelapa terlihat dari program unggulan yang ditawarkan sekolah kepada masyarakat. Pada aspek produk (*product*), sekolah memiliki berbagai kegiatan unggulan seperti ekstrakurikuler pramuka, kegiatan sholat duha, dan program Jum'at Berkah.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Annisa selaku TU di SD 8 Talang Kelapa biaya di SDN 8 Talang Kelapa dilakukan dengan memperkenalkan berbagai kegiatan sekolah dan program unggulan kepada masyarakat. Pihak sekolah menyampaikan bahwa:

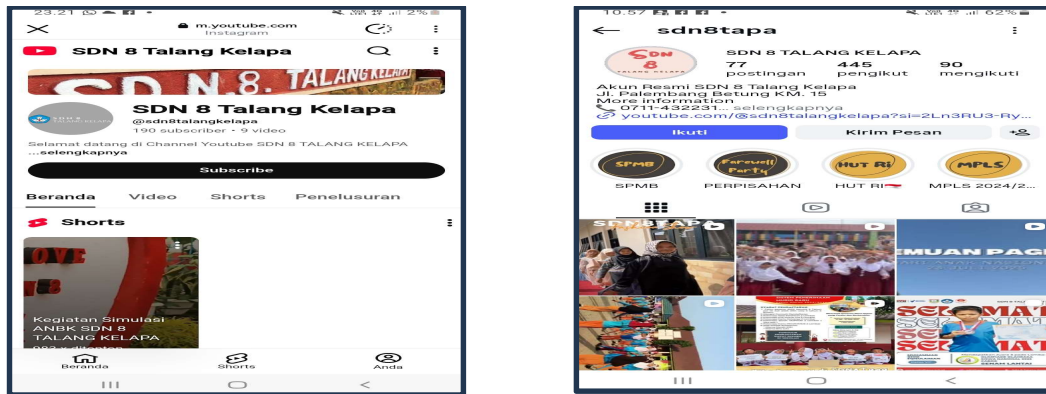
“Promosi yang digunakan itu mulai dari memperkenalkan kegiatan-kegiatan di sekolah dan keunggulan-keunggulan ekstrakurikuler kami, terus beberapa hal yang menarik seperti membawa siswa untuk berlomba ikut cabang antar sekolah dan kecamatan, juga memperkenalkan kegiatan sekolah seperti membangun kemandirian siswa, terus membangun tingkat spiritual siswa seperti kami melaksanakan Jum’at Berkah setiap hari Jum’at, pembacaan Yasin rutin setiap hari Jum’at, serta pelaksanaan sholat duha secara bergantian.” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB.

Selain itu, Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Sutiana sebagai Guru menjelakam pada aspek promosi (promotion), sekolah memanfaatkan media sosial dan media komunikasi digital untuk menyampaikan informasi sekolah kepada masyarakat. Pihak sekolah menyatakan bahwa:

“Media yang digunakan biasanya dari WA, IG, YouTube, tetapi lebih banyak dari WhatsApp.” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Berdasarkan hasil observasi 09/05/2026 menunjukkan bahwa Penggunaan media sosial tersebut membantu sekolah dalam memperkenalkan kegiatan, prestasi, dan program unggulan kepada masyarakat secara lebih luas. Dalam teori marketing *mix*, promosi merupakan salah satu unsur penting dalam memperkenalkan layanan pendidikan agar dapat meningkatkan daya tarik sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan.

Selain diperoleh melalui wawancara, temuan penelitian ini juga didukung oleh data dokumentasi sebagai bentuk validasi terhadap penerapan bauran pemasaran(*marketing mix*) dalam promosi Pendidikan



Gambar 2. Promosi di Media Sosial

Dokumentasi dari gambar 2, membuktikan pihak sekolah atau stap telah melakukan adanya upaya sekolah dalam memasarkan layanan pendidikan melalui program unggulan dan media promosi yang mudah diakses oleh masyarakat, seperti penggunaan media sosial dan media komunikasi digital seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *YouTube* sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan kegiatan, prestasi, dan program sekolah hal ini dapat dipastikan bahwa kegiatan promosi pendidikan dapat berjalan secara efektif.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, diketahui bahwa sekolah menerapkan strategi promosi dengan memperkenalkan program unggulan, kegiatan sekolah, serta prestasi siswa kepada masyarakat. Program unggulan yang dimiliki seperti ekstrakurikuler pramuka, kegiatan sholat duha, dan Jum'at Berkah menjadi daya tarik utama dalam membentuk karakter, kedisiplinan, serta nilai religius peserta didik. Selain itu, sekolah juga memanfaatkan media sosial dan media komunikasi digital seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *YouTube* sebagai sarana promosi untuk menyebarkan informasi terkait kegiatan dan prestasi sekolah. Melalui strategi tersebut, SDN 8 Talang Kelapa mampu membangun citra positif sekolah dan meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan pendidikan yang diberikan.

Strategi Penetapan Biaya Pendidikan Bagi Peserta Didik

di SDN 8 Talang Kelapa, aspek harga dalam layanan pendidikan diterapkan dengan biaya yang terjangkau bagi masyarakat. Sebagai sekolah negeri, biaya pendidikan di sekolah ini sebagian besar telah dibantu oleh pemerintah melalui dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS), sehingga orang tua siswa tidak dibebankan biaya pendidikan yang tinggi.

Selain itu, sekolah juga memberikan kesempatan yang sama kepada seluruh peserta didik untuk mengikuti kegiatan sekolah maupun ekstrakurikuler tanpa adanya perbedaan berdasarkan kondisi ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa aspek harga dalam pendidikan tidak hanya berkaitan dengan biaya, tetapi juga dengan kemudahan akses layanan pendidikan bagi masyarakat

Harga Menurut Mulya, (2019) adalah kombinasi dari biaya, nilai manfaat, dan pendapatan yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam konteks pendidikan, harga berfungsi sebagai alat untuk menyeimbangkan pengeluaran dan pendapatan, serta menjadi sumber pendapatan bagi lembaga. Dengan demikian, harga memiliki peran penting dalam strategi pemasaran dan keberlanjutan ekonomi suatu organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Annisa selaku TU di SD 8 Talang Kelapa biaya di SDN 8 Talang Kelapa dilakukan dengan memperkenalkan berbagai kegiatan sekolah dan program unggulan kepada masyarakat. Pihak sekolah menyampaikan bahwa:

“biaya menjadi salah satu bentuk pelayanan agar seluruh masyarakat dapat memperoleh pendidikan yang layak tanpa terkendala masalah ekonomi. Orang tua siswa hanya menyiapkan kebutuhan pribadi siswa seperti perlengkapan sekolah, sedangkan kegiatan pembelajaran dan beberapa program sekolah telah difasilitasi oleh sekolah” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB.

Selain itu, Bapak Suandi sebagai Kepala Sekolah juga menjelaskan bahwa orang tua hanya perlu memenuhi kebitihan pribadi siswa di, Kepala Sekolah menyampaikan bahwa:

“Kalau di sini sekolah tetap berusaha menyesuaikan kebutuhan sekolah meskipun pendidikan di sekolah gratis di tanggung oleh pemerintah Jadi sekolah tidak ingin memberatkan wali murid. Yang penting anak-anak tetap bisa sekolah dengan nyaman dan mendapatkan pelayanan pendidikan yang baik” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Berdasarkan hasil observasi tanggal 09/05/2026 menunjukkan bahwa kebijakan biaya pendidikan yang terjangkau memberikan dampak positif terhadap minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SDN 8 Talang Kelapa. Orang tua merasa terbantu karena sekolah tetap memberikan layanan pendidikan yang baik dengan biaya yang relatif ringan

Untuk memperkuat hasil wawancara, peneliti juga menelaah dokumen yang berkaitan dengan pembiayaan pendidikan di SDN 8 Talang Kelapa. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk menunjukkan bahwa biaya pendidikan yang diterapkan sekolah sesuai dengan kebijakan sekolah negeri dan dapat dijangkau oleh masyarakat sekitar.



Gambar 3. Wawancara pemanfaatan dana BOS

Lokasi dan Aksebilitas Sekolah dalam Menarik Minat Masyarakat

Posisi sekolah memiliki peran yang sangat penting, karena lingkungan sekitar tempat layanan pendidikan diberikan juga dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam memilih sekolah (Pratiwi & Inayati, 2023) SDN 8 tidak membatasi target geografis dalam mencari pelanggan, yang terlihat dari banyaknya orang tua yang datang dari berbagai daerah. Hal ini menunjukkan daya tarik luas dari sekolah ini, yang tidak hanya bergantung pada lokasi tetapi juga pada reputasi dan kualitas pendidikan yang ditawarkan. Alumni yang kembali mendaftarkan anak mereka di sekolah yang sama menunjukkan adanya kepercayaan yang tinggi terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Rekomendasi dari orang tua lain dan alumni memiliki pengaruh besar dalam keputusan orang tua untuk memilih sekolah bagi anak mereka. Dengan demikian SD 8 Talang kelapa berhasil menciptakan jaringan sosial yang kuat yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan sekolah.

Hal ini di dukung wawancara bersama ibu Annisa selaku TU di SD 8 Talang kelapa:

“Lokasi sekolah kami cukup mudah dijangkau oleh masyarakat karena berada di lingkungan pemukiman warga dan akses jalannya juga sudah baik. Orang tua siswa juga

merasa lebih mudah mengantar maupun menjemput anak ke sekolah” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB.

Selain itu, ibu Sutiana juga menjelaskan bahwa lokasi SD 8 Talang Kelapa sangat mendukung kegiatan pembelajaran, Guru menyampaikan bahwa:

“Lokasi sekolah sangat mendukung kegiatan pembelajaran karena berada di area yang aman dan dekat dengan rumah penduduk” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Berdasarkan hasil observasi tanggal 09/05/2026 menunjukkan bahwa kondisi lingkungan sekolah cukup nyaman dan mendukung proses pembelajaran. Akses menuju sekolah sudah memadai sehingga mempermudah mobilitas siswa maupun orang tua. Selain itu, lingkungan sekolah terlihat aman, bersih, dan jauh dari gangguan yang dapat menghambat kegiatan belajar mengajar.

Untuk memperkuat hasil wawancara, peneliti juga menelaah dokumentasi mengenai kondisi lingkungan dan letak sekolah di SDN 8 Talang Kelapa. Dokumentasi tersebut digunakan sebagai data pendukung untuk menunjukkan bahwa lokasi sekolah memang mudah dijangkau dan memiliki lingkungan yang mendukung kegiatan pendidikan.



Gambar 4. Lokasi SD 8 Talang Kelapa

Dokumentasi dari gambar 4 membuktikan bahwa lokasi dan lingkungan SDN 8 Talang Kelapa berada pada tempat yang cukup strategis dan mendukung kegiatan pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek tempat telah dikelola dengan baik sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses sekolah. Lingkungan sekolah yang

berada dekat dengan pemukiman warga serta akses jalan yang memadai memberikan kemudahan bagi siswa dan orang tua untuk datang ke sekolah. Selain itu, kondisi lingkungan sekolah yang bersih, aman, dan nyaman turut mendukung proses pembelajaran siswa. Fasilitas penunjang di sekitar sekolah juga membantu terciptanya suasana belajar yang kondusif. Keadaan tempat yang strategis tersebut menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap SDN 8 Talang Kelapa sekaligus memberikan citra positif bagi sekolah di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, dapat diketahui bahwa aspek *place* (tempat) menunjukkan lokasi sekolah yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat sekitar karena berada di lingkungan pemukiman warga dengan akses jalan yang cukup baik. Hasil wawancara menunjukkan bahwa lokasi sekolah dianggap sangat mendukung kegiatan pembelajaran karena berada di area yang aman dan dekat dengan rumah penduduk, sehingga memudahkan siswa, orang tua, dan guru dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini juga diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa lingkungan sekolah bersih, nyaman, dan kondusif untuk proses belajar mengajar, serta didukung oleh dokumentasi yang menggambarkan kemudahan akses menuju sekolah. Dengan demikian, aspek tempat di SDN 8 Talang Kelapa dapat dikatakan sudah baik karena memberikan kemudahan akses, kenyamanan lingkungan, dan mendukung peningkatan minat masyarakat terhadap sekolah.

Peran Guru dan Tenaga Kependidikan dalam Meningkatkan Mutu Sekolah

Peran sumber daya manusia di SDN.8 TALANG KELAPA sangat krusial dalam menciptakan lingkungan belajar yang positif. Komunikasi yang efektif antara humas, guru, dan staf sekolah dengan masyarakat membantu dalam membangun citra positif sekolah. Guru yang berkualitas dan ramah, serta karyawan dan tenaga administrasi yang handal dan bersikap ramah, diharapkan dapat menjalankan tugas mereka dengan baik. Sehingga, sangat penting untuk menciptakan budaya yang mendorong peserta didik untuk termotivasi dalam meningkatkan pengetahuan mereka (Pratiwi & Inayati, 2023). Dengan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan sekolah, SDN.8 Talang Kelapa tidak hanya meningkatkan transparansi tetapi juga memperkuat hubungan dengan orang tua dan masyarakat. Hal ini menciptakan rasa keterlibatan yang lebih besar dari orang tua dalam pendidikan anak mereka, yang pada gilirannya dapat

meningkatkan hasil belajar anak. Hasil tersebut didukung dari hasil wawancara kepada staf dan guru SD 8 Talang Kelapa

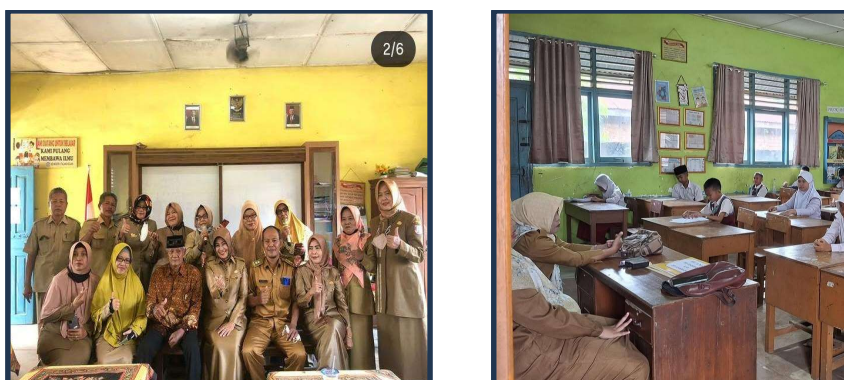
"Guru-guru di sekolah ini tidak hanya mengajar di kelas, tetapi juga membimbing siswa dalam kegiatan sehari-hari, membentuk karakter, serta memberikan contoh yang baik. Kami juga berusaha menciptakan suasana belajar yang nyaman, aktif, dan menyenangkan agar siswa mudah memahami pelajaran. Selain itu, tenaga kependidikan juga memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada orang tua maupun masyarakat." (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada Sabtu, 9 Mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Selain itu, Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Sutiana sebagai Guru, bahwa guru di SDN 8 Talang Kelapa tidak hanya berperan sebagai pengajar, tetapi juga membimbing siswa. Pihak sekolah menyatakan bahwa:

"Kami juga berusaha menciptakan suasana belajar yang nyaman, aktif, dan menyenangkan agar siswa mudah memahami pelajaran" (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada Sabtu, 9 Mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Berdasarkan hasil observasi tanggal 09/05/2026 menunjukkan bahwa guru di sekolah aktif dalam mendampingi siswa baik dalam kegiatan pembelajaran maupun kegiatan ekstrakurikuler. Guru terlihat berinteraksi dengan baik bersama siswa, menciptakan suasana belajar yang kondusif, serta memberikan perhatian terhadap perkembangan peserta didik, baik akademik maupun non-akademik.

Selain diperoleh melalui wawancara, temuan penelitian ini juga didukung oleh data dokumentasi sebagai bentuk validasi terhadap Efektivitas strategi promosi dalam meningkatkan minat peserta didik baru



Gambar 5. Tenaga pengajar dan ruangan belajar SD 8 Talang Kelapa

Dokumentasi dari gambar 5 menunjukkan bahwa sumber daya manusia di SDN 8 Talang Kelapa memiliki peran yang aktif dan terstruktur dalam mendukung kegiatan

pendidikan di sekolah. Hal ini terlihat dari keterlibatan guru dan tenaga kependidikan yang bekerja secara profesional dalam melaksanakan tugasnya masing-masing, baik dalam proses pembelajaran maupun pelayanan administrasi sekolah. Guru terlihat mendampingi siswa dalam kegiatan belajar mengajar serta kegiatan ekstrakurikuler, sehingga tercipta suasana pembelajaran yang aktif, disiplin, dan kondusif

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, aspek *people* (sumber daya manusia) menunjukkan bahwa guru dan tenaga kependidikan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan proses pendidikan di sekolah, di mana guru tidak hanya berfungsi sebagai pengajar tetapi juga sebagai pendidik, pembimbing, motivator, dan teladan bagi siswa dalam membentuk karakter yang disiplin, mandiri, dan berakhlak baik, sementara tenaga kependidikan memberikan pelayanan administrasi yang cepat, tertib, dan ramah kepada orang tua maupun masyarakat

Pelaksanaan Proses Pembelajaran dan Kegiatan Pendidikan

Aspek *process* (proses) di SDN 8 Talang Kelapa menunjukkan bahwa pelaksanaan kegiatan pendidikan di sekolah berjalan secara terstruktur dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa proses pembelajaran dilaksanakan mengikuti kurikulum yang berlaku dengan menerapkan metode pembelajaran yang aktif, menyenangkan, dan berpusat pada siswa. Selain itu, proses pelayanan administrasi di sekolah juga dilakukan secara tertib, cepat, dan transparan sehingga memudahkan orang tua dalam memperoleh informasi dan layanan pendidikan.

Hasil tersebut didukung dari hasil wawancara kepada staf dan guru SD 8 Talang Kelapa. Berdasarkan hasil wawancara, pihak sekolah menyampaikan bahwa:

“Proses pembelajaran di sekolah kami dilaksanakan sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Guru berusaha menggunakan metode yang bervariasi agar siswa lebih mudah memahami pelajaran dan pembelajaran menjadi lebih aktif serta menyenangkan. Selain itu, kami juga mengatur pelayanan administrasi sekolah secara tertib dan transparan agar orang tua mudah mendapatkan informasi. Kegiatan pembiasaan seperti pembentukan karakter, ekstrakurikuler, dan kegiatan keagamaan juga dilaksanakan secara rutin dan terjadwal untuk mendukung perkembangan siswa secara menyeluruh” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada Sabtu, 9 Mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Selain itu, Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Sutiana sebagai guru menjelaskan proses belajar mengajar di sekolah, Pihak sekolah menyatakan bahwa:

“Biasanya kami menyesuaikan cara mengajar dengan kondisi siswa di kelas. Kadang menggunakan diskusi, tanya jawab, atau permainan supaya siswa lebih aktif saat belajar.” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada Sabtu, 9 Mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Selain diperoleh melalui wawancara, temuan penelitian ini juga didukung oleh data dokumentasi sebagai bentuk validasi terhadap Efektivitas strategi promosi dalam meningkatkan minat peserta didik baru.



Gambar 6. Proses Belajar Mengajar di Kelas

Dokumentasi dari gambar 6, membuktikan Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, aspek *process* (proses) menunjukkan bahwa kegiatan pembelajaran berlangsung secara teratur, kondusif, dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Guru terlihat melaksanakan pembelajaran di kelas dengan baik menggunakan metode yang bervariasi sehingga siswa lebih aktif dan mudah memahami materi yang disampaikan. Selain itu, kegiatan sekolah seperti pembiasaan karakter, kegiatan ekstrakurikuler, serta kegiatan keagamaan dilaksanakan secara rutin dan terstruktur, sehingga mendukung pembentukan disiplin dan tanggung jawab siswa.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, aspek *process* (proses) menunjukkan bahwa kegiatan pendidikan berjalan secara terstruktur dan sesuai dengan kurikulum yang berlaku, di mana guru melaksanakan pembelajaran dengan metode yang bervariasi untuk menciptakan suasana belajar yang aktif, menyenangkan, dan berpusat pada siswa, serta didukung oleh pelayanan administrasi yang tertib, cepat, dan transparan bagi orang tua dan masyarakat

Sarana dan Prasarana Sebagai Pendukung Citra Lembaga Pendidikan

Physical evidence (bukti fisik) SDN 8 Talang kelapa menunjukkan bahwa sekolah memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai dalam mendukung kegiatan pembelajaran, seperti ruang kelas yang layak dan nyaman, lingkungan sekolah yang bersih dan tertata, lapangan untuk kegiatan siswa, perpustakaan sebagai sumber belajar, serta fasilitas ibadah yang digunakan untuk kegiatan keagamaan siswa.

Menurut pendapat Wiwik (2023), menjelaskan bahwa lingkungan fisik yang baik dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan anak dalam proses belajar. Program inklusi untuk anak berkebutuhan khusus juga menunjukkan komitmen sekolah terhadap keberagaman dan inklusi, yang merupakan aspek penting dalam pendidikan anak usia dini. Salah satu tujuan dari pelayanan kesehatan disekolah adalah untuk meningkatkan potensi hidup sehat, sehingga anak dapat berkembang secara optimal (Datul et al., 2022). Hal ini sejalan dengan perhatian terhadap kesehatan di TK Anak Saleh dengan bukti meraih penghargaan unit kesehatan sekolah tingkat nasional, selain itu kebijakan seperti membawa bekal sehat, mencerminkan kesadaran sekolah akan pentingnya kesehatan dalam mendukung perkembangan anak. hasil belajar anak

Hasil tersebut didukung dari hasil wawancara kepada staf dan guru sd 8 talang kelapa

“Sarana dan prasarana di sekolah kami sudah cukup mendukung kegiatan belajar siswa, seperti ruang kelas yang layak, lingkungan sekolah yang bersih dan nyaman, lapangan untuk kegiatan siswa, serta fasilitas tempat ibadah. Kami juga selalu berusaha menjaga dan merawat fasilitas yang ada agar tetap nyaman digunakan, serta terus menata lingkungan sekolah supaya tetap bersih, aman, dan kondusif bagi proses pembelajaran” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Selain itu, Berdasarkan hasil wawancara bersama ibu Sutiana sebagai guru menjelakam pada aspek sarana dan prasarana, sekolah memanfaatkan fasilitas dengan sangat baik . Pihak sekolah menyatakan bahwa:

“Kalau sekolah bersih dan nyaman, siswa biasanya lebih fokus belajar. Jadi kami di sini memang cukup memperhatikan kebersihan kelas dan lingkungan sekolah supaya anak-anak merasa betah selama belajar.” (Marini Safitri, 2026). Wawancara pada sabtu,9 mei 2026 Pukul 10,00 WIB

Hal ini diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan kondisi fisik sekolah yang terawat, lingkungan yang asri, serta penataan ruang yang mendukung proses belajar mengajar. Sementara itu, hasil dokumentasi memperlihatkan bukti nyata berupa kondisi bangunan dan fasilitas sekolah yang digunakan secara optimal dalam kegiatan pendidikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik di SDN 8 Talang Kelapa sudah cukup baik dan mendukung terciptanya layanan pendidikan yang berkualitas



Gambar 7. Penghargaan dan Prestasi Sekolah SD 8 Talang Kelapa

Dokumentasi menunjukkan adanya ruang kelas yang tertata rapi dan layak digunakan, dan juga memperlihatkan bahwa fasilitas sekolah dimanfaatkan secara optimal dalam kegiatan sehari-hari, sehingga mencerminkan kenyamanan dan keamanan lingkungan belajar bagi siswa. Dengan demikian, bukti fisik yang ada di sekolah menunjukkan kondisi yang mendukung terciptanya proses pendidikan yang efektif dan berkualitas.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di SDN 8 Talang Kelapa, dapat disimpulkan bahwa aspek *physical evidence* (bukti fisik) di sekolah sudah cukup baik, ditandai dengan tersedianya sarana dan prasarana yang memadai seperti ruang kelas yang layak, lingkungan sekolah yang bersih dan nyaman, lapangan, perpustakaan, serta fasilitas ibadah yang mendukung kegiatan pembelajaran, serta kondisi lingkungan yang terawat dan tertata sehingga mampu menciptakan suasana belajar yang aman, nyaman, dan kondusif bagi siswa.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di SD Negeri 8 Talang Kelapa, strategi manajemen pemasaran pendidikan yang diterapkan sekolah sudah berjalan cukup baik dalam meningkatkan kualitas pendidikan (Ruspita, 2025). Strategi ini tidak hanya bertujuan memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, tetapi juga meningkatkan mutu layanan, fasilitas, serta hubungan dengan masyarakat dan orang tua (Lefrandt, 2025). Melalui kerja

sama antara kepala sekolah, guru, dan tenaga administrasi, sekolah menciptakan lingkungan belajar yang nyaman. Guru berperan aktif dalam pembelajaran yang aktif, disiplin, serta memberikan motivasi dan bimbingan tambahan bagi peserta didik yang mengalami kesulitan belajar. Kualitas pelayanan pendidikan yang baik terbukti meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah (Alam et al., 2025).

Pada aspek bauran pemasaran, sekolah memiliki program unggulan seperti ekstrakurikuler, kegiatan keagamaan, pembiasaan disiplin, dan pembelajaran tambahan yang mendukung kemampuan akademik dan nonakademik peserta didik (Putra, 2024). Biaya pendidikan ditetapkan terjangkau sesuai kondisi ekonomi masyarakat tanpa mengurangi kualitas pelayanan (Huda, 2022). Lingkungan sekolah yang bersih, aman, dan nyaman mendukung proses pembelajaran (Rizal, 2023). Sekolah aktif melakukan promosi melalui media sosial dan publikasi kegiatan untuk memperkenalkan program dan prestasi kepada masyarakat (Mushoffi & Supardi, 2024).

Selain itu, kualitas sumber daya manusia yang terdiri dari guru dan tenaga kependidikan mampu memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan disiplin sehingga menciptakan hubungan harmonis dengan peserta didik dan orang tua (Idola, 2017). Fasilitas sekolah yang lengkap, bersih, dan terawat turut mendukung proses pembelajaran yang efektif dan nyaman (Ningrum & Dahlan, 2023). Dengan demikian, strategi manajemen pemasaran pendidikan yang diterapkan di SD Negeri 8 Talang Kelapa mampu meningkatkan mutu pelayanan pendidikan, membangun citra positif sekolah, serta meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, disimpulkan bahwa strategi manajemen pemasaran pendidikan di SD Negeri 8 Talang Kelapa telah berjalan dengan cukup baik. Penerapan strategi ini tidak hanya bertujuan memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, tetapi juga diarahkan pada peningkatan mutu layanan pendidikan, pembentukan citra positif, serta peningkatan kepercayaan masyarakat. Keberhasilan pelaksanaan terlihat dari kerja sama yang baik antara kepala sekolah, guru, tenaga administrasi, peserta didik, dan orang tua dalam menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan kondusif. Guru berperan aktif membimbing peserta didik melalui pembelajaran aktif, disiplin, serta pemberian motivasi dan bimbingan tambahan, yang

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pendidikan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan kepercayaan masyarakat.

Selain itu, penerapan bauran pemasaran pendidikan (marketing mix) yang meliputi product, price, place, promotion, people, dan physical evidence telah dilaksanakan dengan baik. Sekolah memiliki program unggulan (product), biaya terjangkau (price), lingkungan bersih dan aman (place), promosi aktif melalui media sosial (promotion), sumber daya manusia yang ramah dan disiplin (people), serta fasilitas yang lengkap dan terawat (physical evidence). Dengan demikian, strategi manajemen pemasaran pendidikan yang diterapkan di sekolah mampu meningkatkan mutu pelayanan pendidikan, membangun citra positif sekolah, serta meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

DAFTAR REFERENSI

- Akmal, R. I., & Karina, D. (2026). Strategi Promosi Pendidikan melalui Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di Sekolah Menengah Kejuruan Tritech Informatika. *Mukadimah*, 10(1), 37–48.
- Alam, H. S., Putra, A. A. G. A. M., Dinata, A. A., Saputra, I. P. G., & Dananjaya, I. K. R. (2025). Edukasi Penggunaan Google Form Untuk Evaluasi Program Unggulan Di SMAN 2 Abiansemal. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 10(1), 279–292.
- Anggraini, D. G., & Saputra, A. A. (2025). Marketing Management Strategies in Increasing New Student Enrollment. *Al-Insan: Islamic and Humanities Perspectives Journal*, 1(1), 97–108.
- Azhari, F. S. N. (2025). Strategi Promosi Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada MAS Nahdatul Islam Mandau. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*, 8(2), Hlm 213-223.
- Encep Andriana, S. R. (2023). Analisis tingkat konsentrasi belajar peserta didik dalam proses pembelajaran di SD Negeri Tembong 2. *Holistika Jurnal Ilmiah*, 6(2), Hlm 1-5.
- Huda, M., Aisyah, S., & Murtafiah, N. H. (2022). Implementasi Manajemen Pembiayaan Pendidikan. *Unisan Jurnal*, 1(3), 347–354.
- Idola, S. (2017). *Hubungan antara persepsi siswa tentang keadaan lingkungan fisik sekolah dengan motivasi belajar*.
- Indah Dwi Afrina, Zulkipli Zulkipli, A. A. S. (2026). Pengaruh Media Instagram sebagai Alat Promosi terhadap Minat Peserta Didik Baru di MAN 3 Palembang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 5902–5911.
- Lefrandt, L. I. R., Dumbela, H., & Waani, J. E. (2025). Analisis Tingkat Walkability Index Pada Jalur Pejalan Kaki di Kota Bitung. *Jurnal Sosial Teknologi*, 5(1), 66–84.
- Mushoffi, M. F., & Supardi, S. (2024). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMA Muhammadiyah 4 Porong: Sebuah Studi Kualitatif dengan

- Pendekatan Marketing Mix (7P). *Journal of Education Research*, 5(3), 3983–3994.
- Mulya, C. (2019). Number 2 Indonesian Journal of Education Management and Administration Review (Vol. 3).
- Anggraini, D. G., & Saputra, A. A. (2025). Marketing Management Strategies in Increasing New Student Enrollment. *Al-Insan: Islamic and Humanities Perspectives Journal*, 1(1), 97–108.
- Malik, A. R., & Saputra, A. A. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SD Negeri 1 Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 164–172.
- Marini Safitri. (2026). *Strategi Promosi Pendidikan di SDN 8 Talang Kelapa dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru*. Wawancara.
- Nasional Departemen Administrasi Pendidikan, S., Manajemen Pendidikan, T., Reputasi Kelembagaan, M., Dwi Suryani, S., Alivia, R., Dwi Romina, R., Nur Laili Rochmawati, V., Wahyu Hartanti, W., & Prastiawan, A. (2025). Proceedings Series of Educational Studies Strategi Marketing Mix 7P Pemasaran Jasa Pendidikan Anak Usia.
- Ningrum, P. P., & Dahlan, Z. (2023). Pengembangan Media Swivel Wheel Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Di Kelas VI Sekolah Dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 6(2), 250–262.
- Nurhasanah, S., & Sobandi, A. (2016). Minat belajar sebagai determinan hasil belajar siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 1(1), 128.
- Peserta, M., Dalam, D., Karakter, M., Lokal, B., Nasih, M., Hilalatul, D., & Agtin, H. (2023). Manajemen Peserta Didik Dalam Mewujudkan Karakter Budaya Lokal. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)*, 5(1), 141–154.
- Pratiwi, D., & Inayati, A. (2023). Marketing Mix Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MA Muhammadiyah 5 Sidoharjo. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 43–58. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v4i1.167>
- Riadi, M. (2022). Konsentrasi Belajar - Pengertian, Aspek, Indikator, dan Cara Meningkatkan. *Kajian Pustaka*. <https://www.kajianpustaka.com/2021/10/konsentrasi-belajar.html>
- Rizal, M., & Bakhri, S. (2023). Peran Kepala Sekolah Sebagai Motivator Kinerja Guru di SMP Islam Al Azhar 29 BSB Semarang. *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 50–63.
- Ruspita, T., Agustin, A., & Muhajir, M. (2025). Strategi Multi Marketing Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa di Sma Bait Et-Tauhied Serang, Banten. *Journal of Islamic Education Policy*, 10(1).
- Sevta, D., & Dara, A. (2025). Pelaksanaan Promosi Sekolah di SMP Islam Az-Zahrah 1 Palembang. 4(3), 4588–4595.
- Terry. (2013). Prinsip-Prinsip Manajemen. Bumi Aksara.