

Manajemen Promosi Yayasan Izzatuna Putra Palembang Dalam Meningkatkan Jumlah Santri

Dava Adriansah , Hasril Atieq P ,

Dava Adriansah¹, Hasril Atieq Pohan² 

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah
Palembang, Indonesia

 Davaadriansyah28@gmail.com¹

 hasrilatieqpohan_uin@radenfatah.ac.id²

Submitted: 2023-05-31

Revised: 2023-05-31

Accepted: 2023-05-31

This research is entitled: Promotion Management of Izzatuna Putra Palembang Foundation in Increasing the Number of Santri. The purpose of this research is to: Know and describe the management carried out by the Izzatuna Foundation in increasing the number of students. This study uses a type of qualitative research. Data collection techniques in this study are using interviews, observation and documentation. The theory used in this study is the theory of Philip Kotler. The data analysis technique used in this study is the technique of Miles and Huberman, namely data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results showed that the promotional activities carried out by the Izzatuna Foundation had been carried out well. The implementation of these promotional activities carried out both directly and indirectly through print media, word of mouth information, visits to residents' homes as a whole, visits to schools as a whole and collaboration with the community, running Islamic boarding schools programs and using social media. Evaluation of the implementation of promotional activities for the Izzatuna Foundation every new school year is shown by the achievement of student targets that have been set for each year but in reality the student targets have not been achieved so far because students are more interested in attending public schools, so the number of students or santri incoming each year has decreased. Suggestions for the Izzatuna Foundation should always maintain communication and cooperation and always create cohesiveness with various parties both internally and externally, because with good cooperation it can contribute to the development of pesantren promotion, so that pesantren promotion programs can be communicated and carried out well and get results which is satisfying.

KEYWORDS: *Promotion Management, Izzatuna Foundation, Number Of Santri.*

Copyright holder:
© Deva Ardiansyah (2023)

Published by:
Scidacplus
Journal website:
<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN:
2656-1050

This article is under:



How to cite: Adriansyah, D. Pohan, H.A. Manajemen Promosi Yayasan Izzatuna Putra Palembang Dalam Meningkatkan Jumlah Santri. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.413>

PENDAHULUAN

Tantangan didalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat dihindari banyak organisasi pendidikan yang ditinggalkan oleh konsumennya, jadi banyak terjadi perpaduan dari organisasi-organisasi pendidikan.(Hidayat. A., 2012). Organisasi yang dimaksud adalah sebuah pondok pesantren Sedikitnya jumlah santri serta tidak diketahui pondok pesantren tersebut di masyarakat.(Ariyana, R., 2020) Promosi menjadi sesuatu nyata yang harus dilakukan oleh pesantren, selain ditujukan untuk memberitahukan, promosi di organisasi

pesantren berfungsi untuk membentuk gambaran terhadap lembaga tersebut dan menarik sejumlah peserta yang akan masuk. Karena sebab itu, pengenalan harus sesuai ke konsumen yang dalam lingkungan pesantren disebut dengan santri. (Alma, B., 2007).

Yayasan Izzatuna Putra Palembang juga menggunakan metode pembelajaran dengan suasana terbuka, kemudian sesekali para siswa memahami membaca Al-Qur'an dengan senang di bawah salah satu pohon yang sedikit dingin atau menyebar ke lapangan terbuka dengan beralaskan tikar. Sistem pengajarnya menggunakan kurikulum Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan Kementerian Agama yang diterangi dengan ilmu-ilmu *Qur'aniyah* dan *Kauniyah*, mereka juga belajar menggunakan metode *murajaah*, *muhadharah*, *muthola'ah* pembagian *mufradat* Bahasa Arab dan Inggris serta mereka juga melakukan shalat dhuha dan tahajud secara berjamaah. Sasaran pada pondok pesantren Izzatuna Putra Palembang adalah para remaja, di masa kini saat yang membutuhkan pembentukan akhlak untuk pemuda dengan membentuk angkatan yang lebih kreatif lagi dari segi adab dan pemahaman.

Yayasan Izzatuna Putra Putra Palembang juga sudah melakukan beberapa manajemen promosi dalam memberitahu Yayasan Izzatuna Putra, didahului dengan baliho yang tepat berada di gerbang sekolah, menyebar stiker, kalender sekolah, menyebarkan brosur/pamflet, menyediakan alamat website, acara-acara yang dilaksanakan, media sosial, hingga publikasi agar warga dapat mengenali sekolah keagamaan ini. Tetapi semua promosi yang telah dilakukan tersebut hasilnya belum maksimal karena belum tercapainya target untuk setiap tahunnya dan bisa sematkan untuk jumlah peserta didik yang masuk mulai 2019 sampai 2023 baik dari tingkat Ibtidaiyah, Tsanawiyah maupun Aliyah yang mengalami penurunan sejak beberapa tahun terakhir.

Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah santri yang masuk ke Yayasan Izzatuna Putra Palembang dalam rentang waktu 5 tahun diawali dari tahun 2019 ke 2023.

Tabel 1 Jumlah Santri Yang Masuk Ke Yayasan Izzatuna Putra

No	Tahun Ajaran	Jenjang Pendidikan			Total
		Ibtidaiyah	Tsanawiyah	Aliyah	
1.	2019-2020	18	47	16	81
2.	2020-2021	16	87	29	132
3.	2021-2022	15	72	27	114
4.	2022-2023	8	100	19	127
5.	2023-2024	25	33	7	65
Jumlah		82	339	98	519

Dari tabel 1.1 diatas dapat dijelaskan bahwa total jumlah santri yang masuk ke Yayasan Izzatuna Putra Palembang 5 tahun terakhir ini mengalami penurunan atau masih jauh dari target yang harus dicapai untuk pertahunnya yaitu 150 santri untuk pertahunnya. karena tidak tercapainya target santri yang masuk di Yayasan Izzatuna Putra Palembang dari 2019 ke 2023, lebih jelasnya dalam rentang waktu 5 tahun kebelakang dari semua jumlah peserta didik yang ada di Yayasan Izzatuna Putra Palembang baik itu dari Ibtidaiyah, Tsanawiyah maupun Aliyah penulis tertantang

untuk mencari memilih judul manajemen promosi Yayasan Izzatuna Putra Kota Palembang.

Untuk itu, manajemen promosi di lembaga Pendidikan pesantren Yayasan Izzatuna Putra Palembang sangat penting dilakukan karena dengan adanya manajemen yang baik serta promosi yang berjalan lancar akan membuat para wali santri atau masyarakat yang ingin anaknya masuk ke pesantren menjadi tertarik untuk memasukkan anaknya ke Yayasan Izzatuna sehingga semua target yang telah ditentukan oleh Yayasan untuk tiap tahunnya akan tercapai sesuai dengan keinginan pesantren. Serta dengan cara memperkenalkan organisasi pembelajaran pesantren untuk para wali murid dapat terbujuk dengan adanya promosi kemudian bisa bertambahnya jumlah peserta didik.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif, hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang di akan teliti. Yang dimana semua itu bertujuan langsung untuk mengetahui kegiatan apa yang dilakukan oleh lembaga pondok pesantren dalam promosi di lembaganya, dan upaya apa saja yang telah dilakukan sehingga bisa mendapatkan santri yang lebih banyak dan terus berkembang. Penelitian ini membahas tentang bagaimana penelitian dilakukan untuk memperoleh pemahaman dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif akan dapat menggambarkan sebuah keadaan yang sebenarnya pada judul penelitian Manajemen Promosi Ma'had Izzatuna Putra Dalam Meningkatkan Jumlah Santri.

Pada penelitian kualitatif adalah penelitian untuk menjawab permasalahan yang memerlukan pemahaman secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi, serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kualitatif.(Narbuko, C., 2010) Proses penelitian yang dimaksud antara lain melakukan pengamatan seorang dalam kehidupannya sehari-hari, berinteraksi dengan mereka, dan berupaya memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.(Margono, S., 2007)

Dalam penelitian deskriptif, peneliti akan mencoba untuk melihat kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, dalam hal ini peneliti berfokus untuk mencari data dari jumlah santri yang masuk ke Yayasan Izzatuna Putra Palembang. Kaitannya dengan hal tersebut Nana Sudjana dan Ibrahim mengungkapkan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan sesuatu, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. Dengan kata lain, penelitian deskriptif mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian dilaksanakan.

Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, analisis data yang diperoleh (berupa kata-kata, gambar atau perilaku),(Ahmad, T., 2011) dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. Pemaparannya harus dilakukan secara objektif agar subjektivitas peneliti dalam membuat interpretasi dapat dihindarkan. Dengan menggunakan teknik ini lebih

memudahkan peneliti untuk menganalisa jumlah santri yang masuk ke Yayasan Izzatuna Putra Palembang. Analisis isi untuk penelitian kualitatif harus diawali dengan komunikasi secara transparan, yang artinya peneliti harus dapat merumuskan apa yang ingin diteliti dan tujuan atas segala tindakan tersebut. Pemilihan unit analisis harus sesuai objek penelitian dikaji secara mendalam. Dalam hal ini peneliti mengambil tempat di Yayasan Izzatuna Putra Palembang Sebagai objek penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan peneliti adalah melakukan tanya jawab ke ustad-ustad dengan Teknik terpimpin, serta mengumpulkan data yang ada di Yayasan Izzatuna Putra Palembang, wawancara dilakukan untuk mengetahui manajemen promosi yang dilakukan oleh pondok tersebut. Selanjutnya observasi, Dengan menggunakan teknik ini peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan mengenai situasi dan kondisi tempat pada saat penelitian berlangsung sehingga dalam penyusunan data akan sesuai dengan keadaan yang nyata, dengan menggunakan Teknik observasi non partisipan yakni peneliti mengamati secara langsung ketempat penelitian tetapi tidak terlibat langsung, Dalam hal ini peneliti sudah melakukan observasi ke Yayasan Izzatuna Putra Palembang. Yang terakhir dokumentasi, Teknik ini telah dilakukan oleh peneliti dengan mendokumentasikan data yang telah dikumpulkan seperti: jadwal kegiatan yang dilakukan santri, dokumen absen santri, arsip jumlah masuk nya santri dan proses berlangsung selama observasi dan wawancara di Yayasan Izzatuna Putra Palembang.

Teknik analisis data pada penelitian ini, Hasil data yang telah dikumpulkan dari Yayasan Izzatuna mengenai Manajemen Promosi dalam meningkatkan Jumlah Santri yang telah dilakukan dengan cara wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi kemudian setelah itu mengelompokkan beberapa pembahasan yang sesuai data tersebut. Selanjutnya pembahasan yang sesuai dengan permasalahan dan dianalisis secara teliti serta sistematis, sehingga mendapatkan kesimpulan data yang akurat. Miles dan Huberman menyebutkan beberapa bentuk dalam analisis ini, yaitu:

1. Reduksi data, pada kegiatan mereduksi data tersebut, penulis telah melaksanakan proses penyederhanaan dari hasil pengumpulan data yaitu sobsevasi, dokumentasi serta wawancara yang dibutuhkan pada penulisan tersebut yang berkaitan pada manajemen promosi untuk meningkatkan jumlah siswa di Yayasan Izzatuna Putra Palembang.
2. Penyajian data, pada tahap ini peneliti mampu menyajikan semua data sesuai dari hasil yang telah diperoleh dari proses pengumpulan data diatas, dan berkaitan langsung dengan proses dari manajemen promosi tersebut dalam meningkatkan jumlah santri di Yayasan Izzatuna Putra Palembang.
3. Penarikan Kesimpulan, yang Terakhir yaitu penarikan sebuah kesimpulan dari hasil data yang telah didapatkan dan diperoleh serta dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi, kemudian peneliti membuatsebuah rangkuman atau kesimpulan dari semua data yang telah didapat yang berkaitan langsung dengan proses kegiatan manajemen promosi dalam meningkatkan jumlahsantri di Yayasan Izzatuna Putra Palembang yang mampu bertahan dan bersaing

serta mumpuni dalam bidang apapun pada era informasi dan teknologi saat ini.¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Promosi Yayasan Izzatuna Putra Palembang Dalam Meningkatkan Jumlah Santri

Promosi ialah bentuk dari jenis penyampaian aktivitas penjualan yang berusaha menebarkan informasi, mengenalkan, memberitahu, mempengaruhi dan meningkatkan pasar sasaran atas lembaga, produknya dan jasa agar bersedia menerima dan membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh organisasi tersebut. Kegiatan tentang bagaimana cara memberitahu semua pelanggan mengenai keberadaan suatu produk barang dan layanan jasa. Dari semua kegiatan promosi jasa pembelajaran sekolah adalah kegiatan pengenalan mengenai wajah dari sekolah, kegiatan dan pencapaian yang sudah diraih oleh sekolah tersebut. Sedangkan untuk bentuk promosinya tentu bisa dengan berbagai macam cara yang bisa dilakukan.

Meningkatnya jumlah siswa yang ada membutuhkan bermacam-macam jenis dari semua meningkatnya jumlah akan dilakukan sebuah proses kegiatan dari manajemen promosi yang akan dilaksanakan atau dilakukan dalam mempercepat organisasi pendidikan dalam peningkatan jumlah siswa-siswanya. Sebagai dari hasil pedapat yang diperoleh di Yayasan Izzatuna Putra Palembang. Dalam mendapatkan data yang diperlukan maka telah diperjelaskan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Aktivitas promosi di lingkungan Yayasan Izzatuna Putra Palembang dikelola secara baik dan efektif oleh pimpinan pesantren serta dukungan dari para guru dan pengurus pesantren atau ustad dan ustadzah. Setelah itu untuk kegiatan ialah untuk mendapatkan meningkatkan kualitas layanan pembelajaran karena pesantren menyadari sebelum melakukan promosi, hal terpenting yang perlu dilaksanakan adalah memastikan kualitas pelayanan produk dan jasa pendidikan yang di tawarkan oleh pihak pesantren kepada semua masyarakat umum. Peningkatan kualitas layanan produk dan jasa pembelajaran adalah langkah yang sangat tepat karena kegiatan penjualan produk dan jasa pembelajaran sangat bergantung pada pelayanan jasa pendidikan yang ditawarkan pihak pondok pesantren. Pada produk dan jasa yang ditawarkan sudah mulai membaik maka barulah proses dari aktivitas promosi dapat dilakukan dengan lancar.

Promosi Secara Langsung

Promosi secara langsung ialah suatu bentuk dari aktivitas penjualan yang paling sangat sederhana dan paling mudah dilakukan oleh pihak pondok pesantren. Proses Kegiatan ini membutuhkan sebuah hubungan yang baik dan langsung antara pihak pesantren semua masyarakat yang menjadi target untuk memperkenalkan dan memberitahukan suatu produk dan jasa kepada calon peserta didik baru.

a. Menjaln Relasi ke Sekolah

Promosi melalui sekolah umum, dengan ini Yayasan Izzatuna Putra Palembang setiap mendekati ujian kelas akhir selalu bekerja sama menjalin relasi ke sekolah-sekolah umum yang ada di Palembang serta kabupaten yang ada di Sumatera Selatan, untuk mengenalkan dan memberitahu kepada mereka bahwa ada sekolah berbasis agama yaitu pondok pesantren serta mengajak mereka untuk bergabung

¹ Agus Wibowo dan Gunawan, *Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h 7.

dan masuk ke sekolah ini.

b. Informasi Dari Mulut ke Mulut

Jenis dari promosi ini ialah promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh orang tua peserta didik kepada masyarakat umum atau kepada kerabat masing-masing yang merasakan semua kepuasan akan layanan jasa dan produk pendidikan yang akan diberikan oleh pihak sekolah pesantren ini sendiri. Promosi dari orang tua peserta didik menyampaikan kondisi pondok pesantren untuk warga umum merupakan aktivitas pengenalan paling mudah, karena hal itu terjadi tanpa aba-aba. Jika para wali murid merasakan perubahan yang baik ataupun melihat hasil belajar yang hebat, maka dengan sendirinya informasi tersebut akan menyebar. Maka promosi ini kuat hubungannya dengan fasilitas yang didapatkan oleh lembaga pondok pesantren ini.

c. Hubungan Baik Dengan Masyarakat

Proses ini menjadikan sekolah Yayasan Izzatuna dan menjaga hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara Yayasan dengan banyak macam masyarakatnya serta yang menentukan keberhasilan atau kegagalan dari sebuah promosi Yayasan tersebut.

d. Program PDL

Promosi melalui program praktek dakwah lapangan (PDL) ini memiliki hal positif dan sangat membawa penilaian warga sekitar terhadap pelayanan jasa yang diperoleh pesantren. Lulusan pesantren yang berprestasi akan menjadi catatan keberhasilan untuk pesantren untuk warga sekitar. Kemudian riwayat pendidikan para santri atau siswa akan dikenal oleh masyarakat. Dengan diadakannya perkumpulan para santri dapat meyakinkan konsumen bahwa lulusan dari pesantren Yayasan Izzatuna Putra Palembang telah menghasilkan lulusan yang pintar dan juga terampil.

e. Mengadakan Lomba Tingkat Sekolah Sederajat

Selanjutnya cara yang cukup bagus untuk memperkenalkan dan memberikan informasi tentang produk dan jasa sekolah ialah dengan mengadakan lomba tingkat sekolah, dengan begitu mereka yang mengikuti lomba tersebut dapat mengetahui tentang kondisi langsung baik itu dari sarana dan prasarana, kegiatan dan kondisi lainnya. Dengan itu semua mereka dapat mengetahui dan mempercayai tanpa adanya kebohongan atau dilebih-lebihkan.

f. Media Iklan

Promosi media cetak oleh Yayasan Izzatuna Putra Palembang dilakukan dalam beberapa bentuk yaitu brosur dan banner. Brosur, Brosur menjadi salah satu promosi dari media cetak yang sudah pasti digunakan untuk mengenalkan sekolah ke masyarakat. Pesantren juga memperbarui brosur setiap tahun, hal ini bertujuan untuk menarik minat peserta didik dan warga. Banner, Selanjutnya Bentuk dari media cetak yang telah digunakan Yayasan Izzatuna Putra Palembang untuk media promosi ialah spanduk dan banner. Seluruh informasi yang tercantum didalam spanduk kurang lebih sama halnya dengan yang ada di dalam brosur tersebut yaitu informasi terkait keadaan pesantren dan informasi terkait pengenalan.

2. Secara Tidak Langsung

Promosi secara tidak langsung merupakan suatu bentuk dari kegiatan pemasaran

yang sifatnya cukup mudah untuk dilakukan. Karena kegiatan ini hanya perlu berkomunikasi melalui alat-alat elektronik handphone, laptop dan sebagainya, cukup dari depan layar semua orang bisa mengetahui tentang Yayasan Izzatuna Putra Palembang tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Adapun promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh Yayasan Izzatuna Putra Palembang mencakup Sosial Media, Mengenalkan sekolah melalui media sosial merupakan salah satu media promosi yang sangat bagus untuk dilakukan, karena dengan semua orang bisa dengan mudah mencari informasi terkait keadaan sekolah dapat tersebar luas dan tidak menghabiskan banyak tenaga serta biaya yang besar. Media sosial ini juga yang dipakai oleh Yayasan Izzatuna Putra Palembang yaitu: facebook, Instagram, whatsapp, chanel youtube dan website. Tidak kalah menariknya dengan media sosial diatas website juga menjadi sarana yang sangat mudah untuk diakses para orang tua dalam mencari informasi untuk memasukkan anak ke Yayasan Izzatuna Putra Palembang, bahkan website bisa dibilang lebih lengkap dengan adanya informasi tentang santri, ustadz dan ustadzah nya serta sarana dan prasarananya.

Produk dalam lingkup barang dan jasa layanan pembelajaran ialah jasa yang ditawarkan kepada konsumen berjenis ketertarikan serta peluang bagi para murid untuk menentukan pilihan-pilihan yang dikuasinya. Dalam berbagai macam produk, Yayasan Izzatuna Putra Palembang telah memberikan tawaran yang sesuai dengan kesanggupan dan minat masyarakat. Ini dapat dilihat dari kemauan masyarakat terhadap program pendidikan dari Yayasan Izzatuna Putra Palembang. Ketepatan dan kesesuaian ini tercipta karena untuk memilih seutus produk, sekolah telah melakukan aktivitas evaluasi dan kumpul bulanan terhadap program sekolah yang sedang dilakukan. Hal tersebut dilakukan secara bertahap untuk memberikan mutu sebuah sekolah, pamor baik sekolah, program kedepan sekolah dan lulusan untuk murid.

Berikut penjelasan dari penulis, mengenai manajemen atau kegiatan yang memiliki dampak dalam menarik para masyarakat umum untuk mendaftarkan anak mereka ke pesantren Yayasan Izzatuna Putra yang memiliki keunggulan masing-masing antara promosi secara langsung dengan bertatap muka maupun tidak langsung dengan menggunakan media-media online atau media sosial, karena dua teknik tersebut memiliki daya tarik tersendiri dan kegiatan pembelajaran di Yayasan Izzatuna Putra seperti visi dan misi secara keseluruhan sudah sesuai dengan harapan para wali peserta didik yang memiliki kebutuhan agar anaknya memiliki akhlakul karimah dan dibekali ilmu agama. Dengan demikian, anak tidak dapat belajar di pondok pesantren dengan baik tanpa ada izin dari para orang tua mereka masing-masing, minimal dukungan keuangan sebagai alat dalam kehidupan anak tersebut selama menempuh proses belajar mengajar di pondok pesantren Yayasan izzatuna putra Palembang.

KESIMPULAN

Penulis dapat memberikan 2 (Dua) jenis promosi yang dilakukan Yayasan Izzatuna Putra Palembang dalam Menarik Minat Masyarakat sehingga meningkatkan jumlah, yaitu sebagai berikut:

Promosi Secara Langsung (*Direct Marketing*), memperkenalkan, memberitahu kemudian menjelaskan Yayasan Izzatuna dengan cara bertatap muka atau pertemuan

secara langsung, baik secara masal maupun individu. Dalam hal promosi Yayasan Izzatuna oleh Yayasan Izzatuna antara lain yaitu promosi dengan Menjalin Relasi ke Sekolah Umum SD Maupun SMP Sederajat, Mengunjungi Rumah Warga (*Door To Door*), Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word Of Mouth*), Hubungan baik dengan Masyarakat (*Public Relations*), Program Praktek Dakwah Lapangan (PDL), Mengadakan Lomba Tingkat Sekolah Izzatuna *Smart Competition (ISC)* Promosi Secara Tidak Langsung (*Indirect Marketing*), Promosi secara tidak langsung ialah mengenalkan, memberitahu dan mensosialisasikan Yayasan Izzatuna kepada masyarakat dengan cara online atau menggunakan media-media elektronik dengan melihat melalui social media seperti : Website, Email, Channel Youtube, Facebook, Whatsapp dan Instagram.

REFERENSI

- Ahmad Tanzah, 2011, *Metodologi Penelitian Praktis*, edisi. 1 Yogyakarta: penerbit teras.
- Alma Buchaini, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Ariyani Rina, 2020, *Manajemen Promosi Sekolah Dalam Rangka Meningkatkan Animo Masyarakat Masuk SMK. Jurnal Media Manajemen Pendidikan.*
- Hidayat Ara, 2012, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, Yogyakarta: Kaukaba.
- Lisdiana. 2018. Tinjauan Hukum Islam Tentang Promosi Dengan Menggunakan Hadiah. Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Manulang M., 2005, *Dasar-Dasar Manajemen* Yogyakarta: Gajah Mada Univ. Press.
- Margono S. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Komponen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta
- Narbuko Cholid, 2010, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nur Rianto Al- Arif, *Dasar- dasar pemasaran bank syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 169-170.
- Onny Fitriana. 2017. *Strategi Promosi Pemasaran*, Jakarta : FKIP Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
- Sumarni. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sutoyo Siswanto, 1981, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta LPPM