

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 27 No. 3 (2026): July
DOI: 10.21070/ijins.v27i3.1967

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

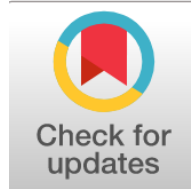
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

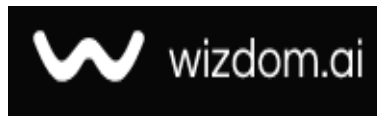
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact ^(*)



Save this article to Mendeley



^(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Formulation of Promotion Strategy Based on SWOT Analysis at MI Muhammadiyah 02 Menongo: Perumusan Strategi Promosi Berdasarkan Analisis SWOT MI Muhammadiyah 02 Menongo

Nur Kholilah, nkholilah652@gmail.com (*)

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Ida Rindaningsih, rindaningsih1@umsida.ac.id

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: Competition among educational institutions and declining student numbers challenge the sustainability of primary Islamic schools. **Specific Background:** MI Muhammadiyah 02 Menongo faces declining enrollment alongside weaknesses in school management, infrastructure, funding, and digital promotion. **Knowledge Gap:** Limited studies specifically connect educational promotion strategies with SWOT analysis at the Madrasah Ibtidaiyah level in rural or semi-urban settings. **Aims:** This study formulates a promotion strategy for attracting new students through SWOT analysis. **Results:** Six strategies were identified, including strengthening POAC management, developing internal human resources, establishing partnerships, mobilizing community support, and optimizing digital media. **Novelty:** The study integrates internal and external SWOT conditions into a context-specific promotion strategy for MI Muhammadiyah 02 Menongo. **Implications:** Coordinated institutional improvement and external opportunity utilization can guide sustainable promotional planning.

Key Findings Highlights

Management weaknesses constrain program implementation.

Community partnerships provide recruitment opportunities.

Digital media supports school promotion and branding.

Keywords : SWOT Analysis, Promotion Strategy, New Student Recruitment, Madrasah Ibtidaiyah, School Management

Published date: 2026-09-12

Pendahuluan

Persaingan pendidikan menjadi perbincangan hangat beberapa tahun terakhir, dampak dari bertambahnya lembaga pendidikan yang ada di Indonesia. Menilik dari data kementerian pendidikan dan kebudayaan tahun 2024, jumlah Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah di Kabupaten Lamongan mencapai 1.179 unit. Seiring dengan kondisi tersebut, mengakibatkan satu desa memiliki 2-3 sekolah. Fenomena ini mengakibatkan kesenjangan jumlah peserta didik, karena jumlah peserta didik menjadi satu hal yang penting bagi keberlangsungan sekolah [1] [2].

Optimalisasi strategi PPDB sangatlah diperlukan dalam meningkatkan kualitas sekolah, karena Penerimaan Peserta Didik Baru merupakan bagian dari manajemen peserta didik yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan [3] [4]. Proses PPDB sangat bergantung dengan strategi agar tertata dengan rapi dan maksimal, Bagaimana sebuah sekolah melakukan promosi produk sekaligus pelayanan prima diawali dari penerimaan peserta didik baru. Strategi menurut Rangkuti, adalah peta jalan yang "berkelanjutan" yang menentukan bagaimana "organisasi" akan mencapai tujuan, dan tujuan yang ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan oleh organisasi tersebut [1].

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa proses penerimaan peserta didik baru tidak berjalan dengan baik karena terdapat banyak kelemahan pada program tersebut dan sekolah tidak memanfaatkan secara maksimal kekuatan serta peluang yang dimiliki oleh sekolah [5] [6] [7]. Penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini adalah pelatihan strategi PPDB berbasis digital beberapa sekolah Muhammadiyah di Pangkalpinang yang menekankan pentingnya pengembangan situs web sekolah untuk meningkatkan profesionalisme dan kredibilitas dalam proses PPDB. Hasilnya menunjukkan bahwa sekolah-sekolah mitra mampu mengelola situs web secara mandiri, sehingga meningkatkan efisiensi dan daya tarik bagi calon peserta didik [8].

Penurunan jumlah peserta didik merupakan salah satu tantangan serius yang dihadapi oleh berbagai lembaga pendidikan, baik lembaga swasta maupun negeri, terutama di tingkat pendidikan dasar. Penyebabnya bisa dari berbagai faktor, antara lain menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap mutu layanan pendidikan, persaingan antar lembaga pendidikan, perubahan demografis, serta kurang optimalnya strategi promosi dan pelayanan sekolah. Pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan sebagai strategi untuk memetakan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi lembaga pendidikan. Strategi-strategi yang dilakukan meliputi peningkatan mutu layanan, penguatan identitas lembaga, optimalisasi promosi berbasis media sosial, dan peningkatan kerja sama dengan masyarakat dan pemerintah setempat. Pendekatan ini diharapkan mampu membantu sekolah dalam merumuskan langkah-langkah strategis untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah peserta didik secara berkelanjutan [9] [10] [11] [12] [13] [14].

Analisis SWOT merupakan instrumen strategis yang sangat penting dalam dunia pendidikan karena mampu memberi gambaran komprehensif mengenai kondisi internal dan eksternal lembaga. Selain itu, penerapan SWOT pada institusi madrasah dapat menghadapi tantangan global dengan lebih adaptif, karena SWOT memudahkan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sekolah secara menyeluruh [12] [10]. Penelitian mengenai strategi promosi dalam dunia pendidikan telah banyak dilakukan, baik pada jenjang sekolah dasar, menengah, maupun perguruan tinggi. Sebagian besar penelitian sebelumnya menitikberatkan pada strategi pemasaran secara umum, peningkatan citra sekolah, atau peran media digital dalam promosi lembaga pendidikan. Namun, hanya sedikit penelitian yang secara khusus mengaitkan strategi promosi pendidikan dengan pendekatan analisis SWOT, terutama pada tingkat Madrasah Ibtidaiyah (MI) di daerah pedesaan atau semi-perkotaan.

MI Muhammadiyah 02 Menongo atau yang biasa disebut MIMDA, merasakan dampak dari persaingan sekolah sebagaimana penjelasan di atas. Terlihat dari penurunan jumlah siswa beberapa tahun terakhir. Masalah itu menjadi perhatian penting demi keberlangsungan kegiatan belajar mengajar yang efektif. Pada tahun pelajaran 2024/2025 jumlah siswa MIMDA sebanyak 62 anak dari kelas 1-6. Jika diratakan maka satu kelas hanya berjumlah 10 anak. Berbeda dengan tahun 2002-2008 di mana jumlah siswa setiap kelas mencapai 15-20 anak. Tetapi pada saat itu, jumlah sekolah di desa hanya 2 unit. Berdasarkan studi awal, disampaikan oleh kepala sekolah bahwa belum maksimal terkait strategi *branding* sekolah. Namun demikian, peneliti ingin menggali secara mendalam permasalahan penurunan jumlah siswa melalui Analisis SWOT. Sehingga, peneliti menetapkan tujuan penelitian ini, yaitu merumuskan strategi promosi untuk menarik peserta didik baru melalui analisis SWOT MI Muhammadiyah 02 Menongo.

Metode

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kualitatif yang menerapkan pendekatan studi kasus. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) atau yang dikenal dengan K3A (kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman). Data primer berasal dari wawancara dengan kepala sekolah dan hasil observasi mengenai analisis SWOT pada manajemen sekolah MI Muhammadiyah 02 Menongo selama 3 bulan (Juli-Oktober 2025). Data sekunder berasal dari guru, wali murid, dan dokumen atau arsip yang mendukung penelitian ini.

Pengumpulan data yang peneliti gunakan ada tiga, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengumpulan data utama yang digunakan yaitu wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) kepada kepala sekolah untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan, kemudian dengan guru untuk mengetahui keterlibatannya dalam proses promosi dan persepsi mereka terhadap efektivitas strategi yang digunakan, dan dengan wali murid untuk menggali alasan memilih sekolah ini serta tanggapan mereka terhadap kegiatan promosi. Selain wawancara, ada observasi di sekolah sebagai bagian dari proses pengamatan langsung aktivitas promosi, seperti proses penyambutan siswa baru, pembuatan konten media sosial, kondisi

fasilitas sekolah, dan interaksi yang dibangun sekolah dengan masyarakat luar yang mampu mendukung peningkatan citra sekolah. Dokumen yang diteliti meliputi dokumen pendukung, antara lain sebaran/brosur, postingan di media sosial milik sekolah. Kemudian laporan hasil penerimaan siswa baru di lima tahun terakhir, rencana kegiatan promosi tahunan, maupun foto dan video terkait kampanye penerimaan siswa baru. Setelah melakukan teknik pengumpulan data, maka peneliti menimbang data hasil wawancara dengan data observasi dan dokumentasi. Uji validitas data untuk mencari data yang valid dan kredibel menggunakan triangulasi sumber. Teknik analisis data menggunakan *Miles and Huberman* yang berisi tiga struktur: reduksi data, penyajian data, dan perbandingan yang kemudian ditarik kesimpulan [15] [16].

Hasil dan Pembahasan

Analisis SWOT terbagi menjadi dua yaitu analisis internal dan eksternal. Analisis internal terfokus pada analisis seputar kinerja di lingkungan sekolah, tanpa adanya sangkut paut dengan pihak luar. Analisis tersebut meliputi dua penilaian yaitu kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*). Sedangkan analisis eksternal membahas tentang lingkungan di luar sekolah. Analisis eksternal meliputi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) [17]. Berikut adalah hasil analisis SWOT dan perencanaan strategis untuk meningkatkan jumlah siswa di MI Muhammadiyah 02 Menongo:

Analisis internal

MI Muhammadiyah 02 Menongo terletak di daerah perdesaan atau semi-perkotaan. Letak sekolah berada di kompleks Perguruan Muhammadiyah Menongo, satu tempat dengan lembaga MTs dan PAUD. Kondisi lingkungan ini memberikan karakter tersendiri bagi sekolah, terutama dalam membangun ekosistem pendidikan yang saling terhubung antar lembaga di bawah naungan Muhammadiyah. Tujuan dari studi internal di MI Muhammadiyah 02 Menongo untuk mengidentifikasi berbagai elemen yang membentuk keunggulan dan kelemahan lembaga tersebut. Studi analisis faktor internal ini sangat penting karena berfungsi sebagai standar untuk mengembangkan rencana pemasaran yang sukses sehingga dapat meningkatkan prestasi siswa.

Status kompetensi pendidik yang telah memenuhi standar profesional dan pedagogis ditunjukkan oleh kehadiran 60% pendidik bersertifikat, sebagaimana yang tertera dalam Undang-undang Guru dan Dosen. Kualitas para pendidik ini diharapkan mampu merancang pembelajaran yang bervariasi dalam pengelolaan kelas, serta mengevaluasi secara sistematis apa yang sudah dijalankan. Walaupun begitu, masih banyak tenaga pendidik yang minim dalam memanfaatkan teknologi dan pengelolaan kelas. WM menuturkan bahwa diantara tenaga pendidik ada yang kurang mampu dalam pengelolaan kelas, menyebabkan kegiatan belajar mengajar tidak berjalan secara optimal.

KS menjelaskan bahwa sekolah ini memiliki beragam ekstrakurikuler diantaranya ialah *tahfidzul qur'an*, qiroah, muhadhoroh, panahan, robotic, futsal, tapak suci, hizbul wathan, *multilingual class*, drumband, catur, dan nasyid. Ekstra *tahfidzul qur'an* mengklasifikasikan siswa menjadi beberapa kelas sesuai dengan kemampuannya. Untuk menguji kemampuan siswa yang telah menyelesaikan hafalan juz 30, secara bergantian sekolah mendatangkan penguji dari Pimpinan Cabang Muhammadiyah, Pimpinan Ranting Muhammadiyah, dan syekh dari Palestina. Ekstra qiroah juga menghantarkan siswa berprestasi, walaupun berhenti pada kejuaraan tingkat kecamatan. Di sisi lain, sekolah mengasah *skill* bahasa asing dalam program *multilingual class* dengan menghafal satu kata setiap harinya. Sekolah menunjukkan kehadirannya terhadap komunikasi global. *Output* yang dihasilkan dari program ini ialah prestasi siswa dalam olimpiade bahasa Inggris di tingkat kabupaten.

Walaupun memiliki beragam ekstrakurikuler, sekolah belum mampu menjalankan program-program tersebut secara maksimal. Sehingga beberapa program tidak efektif dan mangkrak. Akibatnya siswa tidak memiliki kesempatan untuk mengasah *skill* yang mereka miliki. Menurut G1 dan G2, fenomena ini merupakan dampak dari kelemahan manajemen sekolah, dimana proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi tidak berjalan dengan efektif, bahkan tidak terpenuhi semuanya. Kegiatan di sekolah kebanyakan merupakan inisiatif dari individu yang dijalankan secara mandiri, tanpa adanya koordinasi pada sistem manajerial. Walaupun manajer menyetujui, tetapi ketidak selarasan ini mengakibatkan lemahnya manajemen sekolah yang berlangsung lama.

Sumber pendanaan utama di MI Muhammadiyah 02 Menongo bergantung pada Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) sebagai alokasi anggaran rutin untuk mendukung proses penyelenggaraan pendidikan. Namun, dana BOS tidak dapat sepenuhnya digunakan untuk pembayaran honorarium guru karena terdapat regulasi yang membatasi porsi penggunaannya, sehingga sekolah tidak memiliki keleluasaan anggaran untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan tenaga pendidik secara optimal. Keadaan ini menunjukkan bahwa sekolah memiliki ketergantungan finansial terhadap dana BOS, sedangkan sekolah belum mampu menghadirkan sumber dana yang lain. Sedangkan fasilitas sekolah sangat kurang jika disebut sebagai sekolah ideal, karena masih perlu perbaikan pada bangunan sekolah seperti kamar mandi, atap kelas, lantai, dan beberapa elemen bangunan yang rusak.

Di zaman 5.0 yang menguasai dunia pendidikan hingga pekerjaan, sekolah mengalami keterbatasan pada alat elektronik, yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk pengembangan metode pembelajaran maupun administrasi sekolah. Di sisi lain, media sosial MI Muhammadiyah 02 Menongo mengalami peningkatan, terutama pada *platform instagram*, dimana sekolah aktif dalam menyajikan konten. Peningkatan ini terlihat dari *follower* yang bertambah dari 147 menjadi 264, selain itu *viewer* konten dari rata-rata 300 menjadi 1.725. walaupun kenaikannya belum seberapa, tapi sekolah berharap melalui media digital ini mampu menjadi langkah awal pembangunan citra dan pengenalan sekolah kepada khalayak umum. Tetapi, kembali kepada pendanaan, sekolah belum secara profesional dalam memberikan honor kepada admin ahli yang khusus menangani media sosial milik sekolah, bahkan manajemen sekolah cenderung meremehkan promosi melalui media digital.

Analisis eksternal

Setelah melakukan analisis eksternal terhadap kinerja di lingkungan sekolah, peneliti selanjutnya menganalisis dari eksternal sekolah yang dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor dari luar lembaga yang mampu memberikan peluang (*opportunity*) serta ancaman (*threat*) bagi keberlangsungan dan pengembangan sekolah. Peluang dapat muncul dari meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan Islam, dukungan regulasi pemerintah dalam penguatan madrasah, serta potensi kemitraan dengan masyarakat dan organisasi keagamaan. Sementara itu, ancaman dapat berasal dari persaingan dengan lembaga pendidikan lain di wilayah sekitar, rendahnya angka kelahiran yang berdampak pada menurunnya calon peserta didik, serta keterbatasan dukungan komunitas yang menghambat perluasan sumber pendanaan sekolah. Analisis eksternal ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi promosi dan pengembangan lembaga agar mampu beradaptasi dan mempertahankan keberlanjutan pendidikan secara optimal [18] [17] [19].

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi manajerial sekolah untuk mempromosikan produknya pada Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB). Misalnya media sosial, seperti *instagram*, *tiktok*, dan *facebook*. Sebagaimana data yang didapatkan oleh peneliti bahwa akun media sosial sekolah telah menayangkan program mereka yang dikemas secara menarik melalui konten edukatif. Selain itu pemaparan prestasi siswa, testimoni orangtua, maupun testimoni dari alumni membuka peluang yang sangat lebar untuk membangun citra media sosial secara baik di dunia digital.

Pada SPMB tahun 2024/2025 sekolah mengawali digitalisasi melalui web pendaftaran, tetapi melihat kondisi masyarakat yang menengah ke bawah membuat proses ini sangat terhambat. Beberapa wali murid mengaku tidak mengerti bagaimana cara mengisi web yang diberikan oleh sekolah. Padahal, web yang dikeluarkan sekolah hanya berupa *google form* yang meminta data calon siswa baru. Sehingga, wali murid cenderung interaksi langsung bersama sekolah dibanding melalui web [20]. Ketidak mampuan secara teknologi juga menjadi ancaman madrasah dari segi SDM internal (guru dan tenaga kependidikan), karena mereka adalah agen internal yang menjadi tombak kemajuan teknologi di lingkup sekolah. Dengan demikian, Banyak penelitian menunjukkan bahwa guru madrasah kesulitan mengintegrasikan teknologi karena kurang pelatihan dan literasi digital yang memadai.

Kementerian Agama sendiri menyatakan bahwa transformasi digital madrasah perlu fokus tidak hanya pada penyediaan perangkat, tetapi juga penguatan kapasitas SDM seperti kepala madrasah dan guru agar mereka bisa mengelola perubahan teknologi dengan baik. Tanpa kompetensi manusia yang kuat, resiko penggunaan teknologi jadi sia-sia atau bahkan menurunkan kualitas pembelajaran karena aplikasi, platform, atau sistem digital digunakan secara tidak optimal [21].

Kerjasama dengan PAUD atau RA di sekitar sekolah berpeluang meningkatkan PPDB dengan menawarkan berbagai program unggulan yang dimiliki sekolah. Melalui kerjasama ini, sekolah dapat menjalin jaringan awal dengan calon siswa dalam transisi dari PAUD atau RA menuju jenjang MI. Persaingan dari lembaga pendidikan negeri dan swasta di sekitarnya dapat menjadi ancaman serius bagi MI Muhammadiyah 02 Menongo. Meskipun banyak sekolah lokal menyediakan fasilitas yang kompetitif, para pengajar yang berpengalaman, atau program yang baik, orang tua calon siswa mungkin memilih lembaga lain yang dianggap lebih "berharga" atau bergengsi. Sekolah harus terus meningkatkan kualitasnya (fasilitas, pengajaran), mengendalikan biaya, dan membangun reputasinya untuk menarik orang tua dan calon siswa.

G1 menjelaskan bahwa kelahiran di Menongo mengalami penurunan. Sebagaimana data statistik angka kelahiran di Lamongan mengalami penurunan dari angka 0,66% menjadi 0,30%. Menurunnya angka kelahiran ini menimbulkan bahaya strategis bagi MI Muhammadiyah 02 Menongo karena dapat mengakibatkan penurunan potensi siswa di masa depan. Pola ini terlihat dari data sekolah dasar di berbagai daerah. Jika jumlah anak usia sekolah terus menurun, MI Muhammadiyah 02 Menongo mungkin akan menghadapi tekanan untuk mempertahankan kapasitas kelas, stabilitas keuangan, dan kinerja operasional. Dalam jangka panjang, *tren* ini dapat membahayakan program madrasah, sehingga diperlukan solusi mitigasi seperti taktik pemasaran yang lebih adaptif atau diversifikasi layanan [22] [23].

Gambar 1. Data Posyandu Menongo dan PPDB MI Muhammadiyah 02 Menongo

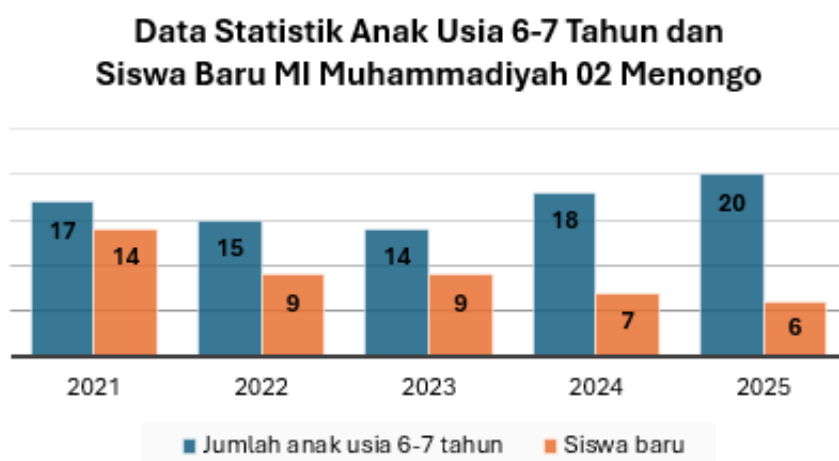


Figure 1.

Rencana Strategis

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada MI Muhammadiyah 02 Menongo, diperoleh sejumlah temuan yang menjadi dasar dalam penyusunan rencana strategis promosi penerimaan peserta didik baru. Rencana strategis ini disusun untuk mengoptimalkan kekuatan lembaga, memanfaatkan peluang eksternal, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi dalam proses promosi sekolah. Rencana ini berfungsi sebagai pedoman kebijakan promosi yang lebih terarah, sistematis, dan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan jumlah peserta didik baru pada setiap tahun ajaran. Sebuah rencana strategis yang efektif harus mampu merespons tiga pertanyaan utama, yaitu: (1) bagaimana kondisi dan posisi lembaga pada saat ini, (2) arah pengembangan atau tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga, dan (3) langkah atau metode apa yang perlu ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut [24] [17] [25]. Berikut merupakan analisis strategi dari empat komponen, SO, WO, ST, dan WT:

Tabel 1. Strategi Komponen SO, WO, ST, dan WT

Komponen	Strategi
SO (<i>Strength-Opportunity</i>)	1. Mengoptimalkan kompetensi guru bersertifikasi untuk meningkatkan mutu program unggulan (<i>tahfidz</i> , <i>multilingual class</i>) sehingga mampu menarik minat masyarakat. 2. Membangun kerja sama dengan lembaga Al Qur'an untuk meningkatkan kualitas ekstrakurikuler <i>tahfidzul Qur'an</i> . 3. Memanfaatkan prestasi siswa dan keunggulan program untuk memperkuat promosi digital melalui berbagai media sosial. 4. Membangun kerja sama lebih intensif dengan PAUD yang berada satu kompleks dengan sekolah guna memperluas dan menstabilkan rekrutmen peserta didik baru.
WO (<i>Weakness-Opportunity</i>)	1. Menggalang dukungan orang tua, alumni, dan masyarakat guna membantu pemenuhan sarana prasarana yang masih terbatas. 2. Mengoptimalkan media digital sebagai sarana publikasi sekolah guna menutupi keterbatasan promosi konvensional. 3. Mengikuti program peningkatan kompetensi guru (pelatihan, bimtek, seminar) untuk meningkatkan kualitas guru.
ST (<i>Strength-Threat</i>)	1. Meningkatkan standar pembelajaran berbasis kompetensi bagi guru bersertifikat. 2. Memperkuat inisiatif <i>branding</i> unggulan seperti <i>tahfidz</i> (hafalan Al-Quran) dan kegiatan ekstrakurikuler lainnya. 3. Mengoptimalkan prestasi akademik dan ekstrakurikuler sebagai strategi untuk menjaga reputasi sekolah dari ancaman persaingan dari eksternal
WT (<i>Weakness-Threat</i>)	1. Membuat rencana strategis untuk meningkatkan kualitas sehingga sekolah mampu memenuhi standar mutu dan kemajuan teknologi yang mumpuni 2. Memperkuat manajemen sekolah untuk menjalankan dinamika organisasi yang lebih teratur 3. Meningkatkan pemenuhan infrastruktur sesuai kebutuhan yang mendesak, agar sekolah mampu bersaing walaupun dengan pendanaan yang terbatas 4. Meningkatkan koordinasi dan komunikasi dengan organisasi dan masyarakat sekitar, diutamakan organisasi yang berada di bawah naungan yayasan

Table 1.

Untuk memanfaatkan peluang eksternal, strategi SO berupaya mengoptimalkan kemampuan internal sekolah dengan guru-guru yang berkualitas, program unggulan MI Muhammadiyah 02 Menongo meliputi pengajaran multilingual dan hafalan Al-Quran (*tahfidz*). Selain itu, meningkatkan standar hafalan Al-Quran (*tahfidz*) ekstrakurikuler merupakan tujuan dari kerja sama dengan lembaga pendidikan Al-Quran. Keunggulan ini sangat penting untuk menarik perhatian publik mengingat meningkatnya keinginan orang tua akan pendidikan berbasis agama dan karakter. Selain itu, menggunakan prestasi siswa sebagai konten promosi di media sosial dapat meningkatkan *branding* lembaga tersebut. Bekerja sama dengan PAUD/RA (Sekolah Dasar Islam) terdekat memberikan peluang yang terukur untuk meningkatkan perekrutan siswa jangka panjang. Dengan memanfaatkan keunggulan ini, MI dapat lebih efektif mengembangkan jumlah siswanya dan memperluas jangkauan pemasarannya.

Dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperbaiki kekurangan internal, strategi WO diciptakan. Infrastruktur MI Muhammadiyah 02 Menongo yang tidak memadai dan ketergantungan pada pendanaan BOS (biaya operasional sekolah) adalah dua kelemahan utamanya. Untuk mengatasi hal ini, sekolah dapat bekerja lebih erat dengan komunitas, orang tua, dan alumni sebagai sumber bantuan moneter dan non-moneter untuk peningkatan fasilitas. Peluang media digital juga dapat digunakan untuk mengatasi kekurangan promosi tradisional. Selain itu, program pelatihan pemerintah gratis dapat digunakan untuk melatih dan meningkatkan kompetensi guru honorer, sehingga kualitas pengajaran tetap terjaga meskipun jumlah guru sedikit.

Untuk mengatasi ancaman eksternal, strategi ST memanfaatkan sumber daya internal. Hubungan antar sekolah yang kuat terjalin di wilayah tersebut, terutama dalam hal meningkatkan popularitas sekolah secara maksimal. Sekolah dapat meningkatkan pembelajaran kelompok dan menjadikannya pembeda penting dengan dukungan guru berpengalaman dan kurikulum yang terstruktur dengan baik. Peringkat kompetensi sekolah dapat ditingkatkan melalui konsistensi dan prestasi siswa dalam program unggulan. Selain itu, ekstrakurikuler yang beragam seperti robotik, panahan, qiroah, dan drumband merupakan alat berguna yang dapat digunakan untuk melawan perubahan preferensi masyarakat. Akibatnya, timbal balik penguatan dan identitas lembaga dapat mengurangi persaingan ancaman.

strategi WT bertujuan untuk mengurangi kerentanan sekaligus menghindari risiko yang dapat menghambat pertumbuhan sekolah. Penurunan angka kelahiran, yang berdampak pada penurunan jumlah calon siswa, merupakan salah satu masalah penting. Untuk mempersiapkan *branding* sekolah yang lebih baik di masa digitalisasi, maka sekolah harus meningkatkan sumber daya manusia terutama stabilitas mutu sekolah. Strategi ini diharapkan tetap kompetitif walaupun sumber pendanaan besar yang bergantung pada BOS. Di samping itu, fasilitas sekolah harus dipenuhi secara bertahap memanfaatkan dana yang ada maupun mengembangkan ke ranah pendanaan dari eksternal. Dengan demikian, sekolah harus menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan asosiasi yang dapat meningkatkan dukungan dan mengurangi beban sekolah dalam menghadapi berbagai tantangan.

Setelah melakukan analisis SWOT dan analisis strategi dari 4 komponen di atas, maka peneliti menyimpulkan strategi yang dapat dilakukan oleh MI Muhammadiyah 02 Menongo sebagai berikut:

Tabel 2. Rumusan Strategi

1.	Memperbaiki manajemen sekolah dengan memaksimalkan prinsip dasar manajemen POAC (<i>Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling</i>)
2.	Meningkatkan mutu SDM internal melalui pelatihan dan evaluasi kerja
3.	Menjalin kerja sama dengan TK/RA di luar yayasan
4.	Menjalin kerjasama dengan lembaga yang mampu meningkatkan kualitas sekolah
5.	Menggalang dukungan orang tua, alumni, dan masyarakat guna membantu pendanaan sekolah
6.	Mengoptimalkan media digital sebagai sarana promosi dan pengenalan sekolah

Table 2.

Dengan adanya rencana strategis ini, MI Muhammadiyah 02 Menongo diharapkan mampu meningkatkan mutu layanan, penguatan identitas lembaga, optimalisasi promosi berbasis media sosial, dan peningkatan kerja sama dengan masyarakat dan lembaga setempat. Rencana strategis ini juga diharapkan menjadi dasar untuk langkah evaluasi dan pengembangan promosi pada periode berikutnya secara berkelanjutan.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal serta pembahasan strategi promosi, dapat disimpulkan bahwa MI Muhammadiyah 02 Menongo memiliki sejumlah kekuatan yang signifikan dalam meningkatkan daya tarik calon peserta didik. Kekuatan tersebut meliputi kompetensi guru yang sebagian besar telah bersertifikasi, keberadaan program unggulan seperti tahfidz dengan sistem level, serta beragam kegiatan ekstrakurikuler yang mampu memperkuat citra sekolah. Selain itu, prestasi siswa dan biaya pendidikan yang terjangkau menjadi daya tarik di lingkungan masyarakat yang termasuk dalam lapisan menengah ke bawah, sehingga otomatis mendukung keberhasilan strategi promosi.

Peneliti juga menemukan beberapa kelemahan yang ada di MI Muhammadiyah 02 Menongo, diantaranya kekurangan sarana prasarana sekolah, keuangan sekolah yang berpusat pada BOS, dan keterbatasan jumlah guru yang mempengaruhi beban kerja. Dari berbagai kekurangan tersebut, maka peneliti menemukan pendekatan yang dapat dimanfaatkan oleh sekolah untuk memperkuat peluang eksternal. Seperti meningkatnya minat publik terhadap pendidikan berbasis agama, dukungan dari media sosial tentang citra baik sekolah yang disajikan melalui konten media sosial yang ringan, dan kehadiran TK yang berada dalam satu yayasan.

Di sisi lain, ancaman berupa persaingan ketat antar lembaga pendidikan, menurunnya angka kelahiran, serta pergeseran preferensi orang tua terhadap sekolah *full day* dapat diminimalkan melalui optimalisasi kekuatan internal dan pengembangan strategi berbasis keunggulan kompetitif. Matriks strategi SWOT menunjukkan bahwa penerapan strategi SO, WO, ST, dan WT mampu memberikan arah perbaikan yang konkret dan berkelanjutan bagi MI Muhammadiyah 02 Menongo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi untuk menarik peserta didik baru yang dapat dilakukan oleh MI Muhammadiyah 02 Menongo adalah sebagai berikut: (1) Memperbaiki manajemen sekolah dengan memaksimalkan prinsip dasar manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*); (2) Meningkatkan mutu SDM internal melalui pelatihan dan evaluasi kerja; (3) Menjalin kerja sama dengan TK/RA di luar yayasan; (4) Menjalin kerjasama dengan lembaga yang mampu meningkatkan kualitas sekolah; (5) Menggalang dukungan orang tua, alumni, dan masyarakat guna membantu pendanaan sekolah; (6) Mengoptimalkan media digital sebagai sarana promosi dan pengenalan sekolah. Dengan

adanya sinergi antara peningkatan kualitas internal institusi serta pemanfaatan peluang eksternal secara maksimal diharapkan memberi dampak untuk keberhasilan strategi promosi di MI Muhammadiyah 02 Menongo. sehingga, sekolah ini memiliki peluang untuk menarik lebih banyak siswa di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Syukur alhamdulillah penulis haturkan kepada Allah SWT., atas berkah dan pertolongan-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tulisan ini sebagai tugas akhir perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu, kakak, dan keponakan yang telah memberikan bantuan, baik dalam bentuk moril maupun materil. Kepada dosen pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan, penulis ucapkan terima kasih. Semoga penulis mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pendidikan Islam selanjutnya.

References

1. F. Ramadhan, U. A. Dahlan, I. Maryani, and U. A. Dahlan, "Strategi Sekolah Dalam Menyukkseskan Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di SD Muhammadiyah 1 Ngaglik)," 2024.
2. D. Hastanto, D. Romadhan, and W. Susanty, "Sosialisasi Aplikasi Penerimaan Peserta Didik Baru di Kabupaten Pesawaran," J. Pengabd. Masy. Tapis Berseri, vol. 3, no. 2, pp. 148-152, 2024, doi: 10.36448/jpmtb.v3i2.89.
3. S. S. Zachrofi, T. Fatimah, and W. Munthe, "Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTsS Al-Washliyah Simpang Marbau, Labuhanbatu Utara)," J. Pendidikan, Ilmu Sos. dan Pengabd. Kpd. Masy., vol. 1, no. 2, pp. 276-283, 2021.
4. AG, S. Bahri, and I. Fathurrohman, "Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru SMP Taman Siswa Curup Rejang Lebong," 2021. [Online]. Available: <http://e-theses.iaincurup.ac.id/1284/>
5. U. S. Yanti, H. Zaini, and M. Haviz, "Analisis SWOT PPDB Dalam Pelaksanaan Mutu Pendidikan di Madrasah Aliyah Swasta Se-Kecamatan Koto Baru Kabupaten Dharmasraya," Hijri, vol. 12, no. 1, p. 16, 2023, doi: 10.30821/hijri.v12i1.15396.
6. H. Nurhayati and N. W. Langlang Handayani, "Jurnal Basicedu," J. Basicedu, vol. 5, no. 5, pp. 524-532, 2020. [Online]. Available: <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
7. H. T. Elitasari and Y. Rakhmawati, "Analisis Kemerosotan Jumlah Peserta Didik Sekolah Dasar Negeri di Kabupaten Magelang," Didakt. J. Pendidik. Sekol. Dasar, vol. 5, no. 2, pp. 99-106, 2022, doi: 10.21831/didaktika.v5i2.54447.
8. M. I. Arrosyad, "Coaching Strategi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Melalui Pengembangan Website di Sekolah Muhammadiyah Kota Pangkalpinang," J. Pengabd. Masy., vol. 8, no. 3, pp. 455-465, 2024, doi: 10.30595/jppm.v8i3.24226.
9. E. Kusumawati, "Analisis SWOT Faktor Penyebab Penurunan Jumlah Peserta Didik Lembaga PAUD di Kabupaten Bogor," Tarbiatuna J. Islam. Educ. Stud., vol. 2, no. 2, pp. 88-96, 2022, doi: 10.47467/tarbiatuna.v2i2.660.
10. H. T. Elitasari et al., "Analysis of the Decline Number of State Elementary School Students in Magelang Regency," Didakt. J. Pendidik. Sekol. Dasar, vol. 5, no. 2, pp. 99-106, 2022. [Online]. Available: <https://journal.uny.ac.id/index.php/didaktika>
11. Prasetyaningrum and S. Marmoah, "Analisis SWOT Manajemen Peserta Didik dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di Sekolah Negeri," J. Basicedu, vol. 6, no. 4, pp. 5598-5604, 2022, doi: 10.31004/basicedu.v6i4.2771.
12. D. Anggriani, E. F. S. Simanjorang, and P. Hansyah, "Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik pada LKP Intermedia Training Center Rantauprapat," J. Mirai Manag., vol. 9, no. 1, pp. 467-480, 2024.
13. S. Khoirinindyah and I. Rindaningsih, "Exploring the Nexus: Benchmarking and Educational Institution Performance," Al-Tanzim J. Manaj. Pendidik. Islam, vol. 7, no. 4, pp. 1237-1247, 2023, doi: 10.33650/al-tanzim.v7i4.6828.
14. Dzakiyyah and I. Rindaningsih, "Implementation of the Analytic Network Process (ANP) in Evaluating the Performance of Teachers and Employees in Educational Institutions," Middle Eur. Sci. Bull., vol. 35, pp. 125-137, 2023.
15. M. B. Miles and A. M. Huberman, "Analisis Data Kualitatif," 1992. [Online]. Available: https://perpustakaan.unas.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5860
16. Meira, "Translation Interference in Indonesian Version of Analisis Data Kualitatif of Miles and Huberman," 2019.
17. Istiqomah and B. Haryanto, Buku Manajemen Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan, vol. 3, no. 1, 2023.
18. L. K. M. Taufani Chusnul Kurniatun and Luthfi Audia Pribadi, "SWOT Analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM): A Strategy for Increasing School Competitiveness," vol. 1, no. 1, pp. 61-77, 2025.
19. N. T. Ds and B. Ismanto, "Social Networking in Improving School Promotion Based on SWOT Analysis," Nidhomul Haq J. Manaj. Pendidik. Islam, vol. 9, no. 2, pp. 479-489, 2024. [Online]. Available: <http://e-journal.uac.ac.id/index.php/nidhomulhaq/article/view/4929>
20. S. Sudirman, N. M. Rizqullah, N. Lestari, Yuharnida, B. Pribadi, and R. P. Putra, "Madrasah Digital: Memberdayakan Literasi Teknologi untuk Guru," IJECS Indones. J. Empower. Community Serv., vol. 6, pp. 106-117, 2025.
21. U. A. Prasetya, "Penguatan Manajemen Pendidikan Islam Melalui Digitalisasi di Madrasah pada Era Society 5.0," Al-Ilmiya J. Pendidik. Islam, vol. 1, no. 3, 2025.
22. Fieldo, A. S. Kusuma, N. Daniesa, E. Safitri, S. Iqlima, and M. D. Pohan, "Fenomena Global Penurunan Angka Kelahiran: Penyebab, Dampak, dan Antisipasi Kebijakan di Indonesia," Musytari: J. Manaj., Akunt. dan Ekon., vol. 18, no. 11, pp. 121-130, 2025, doi: 10.2324/zjxx8m74.
23. J. Zhang and H. Liu, Differential Fertility, School Enrollment, and Development, 2023.
24. S. Junaedi and A. Sani, "Evaluasi Strategi Promosi Pendaftaran Sekolah bagi Calon Siswa dengan Metode SWOT di SMK Al Mafatih Jakarta," J. Publ. Sist. Inf. dan Manaj. Bisnis, vol. 4, no. 1, pp. 1-13, 2025, doi:

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 27 No. 3 (2026): July

DOI: 10.21070/ijins.v27i3.1967

10.55606/jupsim.v4i1.4330.

25. Suhartono, A. Khamidi, and M. Sholeh, "Analisis SWOT Proses Penerimaan Siswa Baru dan Pemasaran Pendidikan di SMAN 1 Balongpanggang," JPG J. Pendidik. Guru, vol. 6, no. 2, pp. 343-349, 2025, doi: 10.32832/jpg.v6i2.20104.