



## MEMENANGI PERSAINGAN PPDB DENGAN MENINGKATKAN KUALITAS SEKOLAH DAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL

Wakhudin<sup>1</sup>, Beny Wijarnako<sup>2</sup>, Cahyono Purbomartono<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Email: [wakhudin@ump.ac.id](mailto:wakhudin@ump.ac.id)

### ABSTRAK

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada satuan pendidikan dasar dan menengah terus mengalami dinamika. Kontestasi di antara sekolah, terutama non-favorit, dalam mendapatkan peserta didik baru kerap diwarnai gratifikasi. Agar mau mendaftar ke sekolah dimaksud, sekolah tersebut memberikan stimulus dengan memberikan baju seragam, sepatu, tas, alat tulis dan lain sebagainya. Modus seperti ini merupakan latihan gratifikasi yang paling mendasar. Padahal, Permendikbud No. 1 Tahun 2021 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Bab II tentang Tata Cara Penerimaan Peserta Didik Baru Pasal 2 ayat (1) menyatakan, PPDB dilaksanakan secara objektif, transparan, dan akuntabel. Satuan pendidikan mempunyai banyak pilihan dalam memasarkan pendidikan, dengan menghindari berbagai pilihan tindakan tidak terpuji. Pilihan terbaik adalah meningkatkan kualitas mutu layanan pendidikan yang dimulai dari manajemen layanan pemasaran. Kualitas layanan RATER (reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness) diharapkan menjadi solusi semakin kerasnya persaingan dalam PPDB, terutama saat masyarakat dunia memasuki era revolusi industri 4.0. Di antara manajemen pemasaran pendidikan, pemasaran pendidikan berbasis media sosial menjadi pilihan paling panasea. Sebab, media sosial saat ini semakin dominan menjadi bagian kehidupan semua generasi, dari generasi tua, menengah, apalagi generasi milenial. Peningkatan layanan pendidikan yang paling baik adalah meningkatkan kualitas pendidik. Guru menjadi peran kunci berkualitas atau tidaknya pelayanan pendidikan itu. Bahkan sebagus apa pun kurikulum, jika pelayanan pendidik dalam satuan pendidikan berkualitas rendah, maka pelayanan pendidikan tetap rendah. Sebaliknya, seburuk apa pun kurikulumnya, jika guru yang mengajar berkualitas tinggi, maka kualitas pelayanan pendidikan pun tinggi. Idealnya, layanan pendidikan terbaik dimulai dari konsepnya yang berkualitas, dilaksanakan oleh pendidik yang berkualitas, dan dikelola menggunakan layanan yang dapat diandalkan, terjamin, nyata, empati, dan tanggap terhadap berbagai fenomena yang terjadi, khususnya menyangku peserta didik. Pendidik berkualitas yang dikelola dengan manajemen berbasis sekolah yang juga berkualitas menyebabkan sekolah menjadi tempat ideal untuk belajar bagi peserta didik. Satuan pendidikan seperti ini yang dicari orang tua untuk mempercayakan anaknya belajar di sekolah. Dengan meningkatkan kualitas sekolah ditambah sistem marketing berbasis media sosial menjadi jalan terbaik dalam memenangi persaingan penerimaan peserta didik baru secara elegan.

**Kata Kunci:** PPDB, Kualitas pendidikan, Berbasis media sosial, Layanan pendidikan.

## ABSTRACT

*Admission of New Students (PPDB) in primary and secondary education units continues to experience dynamics. Contestation among schools, especially non-favorites, in getting new students is often colored by gratification. In order to apply to the school, the school provides a stimulus by providing uniforms, shoes, bags, stationery and so on. This mode is the most basic gratification exercise. In fact, Permendikbud No. 1 of 2021 concerning the Admission of New Students (PPDB) Chapter II concerning Procedures for Accepting New Students Article 2 paragraph (1) states, PPDB is implemented objectively, transparently, and accountably. Education units have many options in marketing education, avoiding a variety of commendable action options. The best option is to improve the quality of educational services starting from the management of marketing services. The quality of RATER services (reliability, assurance, tangible, empathy, and responsiveness) is expected to be a solution to the increasingly tough competition in PPDB, especially when the world community enters the era of industrial revolution 4.0. Among educational marketing management, social media-based educational marketing is the hottest option. Because, social media today is increasingly dominant to be a part of the lives of all generations, from the older, middle generation, let alone the millennial generation. The best improvement of educational services is to improve the quality of educators. Teachers are the key role in whether or not education services are qualified. No matter how good the curriculum is, if the educator's services in the education unit are of low quality, then the education services remain low. On the contrary, no matter how bad the curriculum is, if the teachers who teach are of high quality, then the quality of educational services is high. Ideally, the best educational services start from a quality concept, are implemented by qualified educators, and are managed using services that are reliable, guaranteed, real, empathetic, and responsive to various phenomena that occur, especially for students. Quality educators who are managed with school-based management that is also qualified make the school an ideal place for learning for students. This kind of education unit is what parents are looking for to entrust their children to study at school. By improving the quality of schools plus a social media-based marketing system, it is the best way to win the competition for the admission of new students elegantly.*

**Keywords:** PPDB, Quality of education, Social media based, Education services.

## LATAR BELAKANG PENGABDIAN

Pendidikan itu sarat moral. Itulah sebabnya, Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 1 ayat (1) yang menyebutkan, "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara" (Kemenristek, 2016). Permendikbud No. 1 Tahun 2021 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Bab II tentang Tata Cara Penerimaan Peserta Didik Baru Pasal 2 ayat (1) menyatakan, PPDB dilaksanakan secara objektif, transparan, dan akuntabel. Ini menunjukkan bahwa pendidikan merupakan persoalan moral. Oleh karena itu, konsep, pelaksanaan, dan evaluasinya pun penuh dengan pesan moral.

Meskipun sarat moral, pelaksanaan pendidikan kerap diwarnai tindakan kontradiktif. Penerimaan peserta didik baru (PPDB) merupakan salah satu contoh yang kontradiktif itu. Dalam beberapa kasus, sekolah dasar memberikan "insentif" berupa uang atau barang kepala Taman Kanak-kanak agar kepala sekolah tersebut mengarahkan peserta didiknya ke SD pemberi insentif tersebut. SD juga memberikan iming-iming kepada peserta didik TK berupa tas, baju seragam, sepatu, buku, alat tulis dan sebagainya agar tamatan TK tersebut masuk ke SD pemberi iming-iming tersebut. Model

seperti ini juga berlaku di SMP, SMA, dan SMK.

Fenomena dalam PPDB biasanya berlaku pada sekolah non-favorit, sementara sekolah favorit justru menjadi rebutan orang tua untuk memasukkan anaknya, sehingga mereka harus melakukan seleksi untuk membatasi jumlah peserta didik masuk. Persoalan ini berusaha diatasi dengan terbitnya Permendikbud No. 1 Tahun 2021 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru dengan sistem zonasi. Dengan peraturan ini diharapkan setiap sekolah mendapatkan peserta didik dengan jumlah sesuai dengan kuota yang disiapkan. Di samping itu, kualitas pelayanan pendidikan diharapkan semakin merata, tidak hanya pada sekolah negeri, tapi juga sekolah swasta.

Banyaknya lembaga pendidikan yang tidak memberikan pelayanan dengan baik mempengaruhi dalam kepuasan pelanggan pendidikan. Akibatnya penerimaan peserta didik baru semakin menurun hingga berujung pada sekolah harus digabung atau ditutup karena jumlah peserta didik tidak sesuai pagu. Untuk itulah perlu adanya peningkatan mutu layanan dalam sebuah manajemen pemsasaan pendidikan di lembaga pendidikan dalam rangka menyongsong revolusi industri 4.0 (Hidayat, 2020: 41).

Lembaga pendidikan mestinya menjadi basis moral. Tapi bagaimana mungkin sekolah menjadi basis moral jika sejak penerimaan peserta didik baru sekolah berebut siswa dengan cara gratifikasi. Pendidikan anti-korupsi mestinya dilaksanakan sejak rekrutmen peserta didik. Pendidikan anti-korupsi harus dilakukan sejak dari hulu hingga hilir, sejak rekrutmen peserta didik, pengembangan kurikulum, penyusunan rencana pelaksanaan pembelajaran, proses belajar-mengajar, sistem evaluasi, hingga peserta didik menamatkan sekolah.

Meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan diharapkan menjadi pilihan utama bagi satuan pendidikan dalam upaya memenangi kompetisi raihan jumlah peserta didik baru. Tidak hanya dalam layanan pendidikan, dunia apa pun memerlukan layanan prima agar pelanggan terikat hatinya kepada layanan tersebut. Kuliner yang enak dan berkualitas selalu diburu masyarakat, meskipun tempatnya berada di gang sempit dengan harga yang tidak murah. Demikian juga lembaga pendidikan yang berkualitas, masyarakat akan mengantarkan anaknya untuk belajar di sekolah tersebut, meskipun lokasinya jauh sekalipun.

Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional sebetulnya sudah mengamanatkan kepada pemerintah untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan di tanah air. Pasal 51 Undang-undang tersebut secara jelas memberikan garis agar (1) Pengelolaan satuan pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, dan pendidikan menengah dilaksanakan berdasarkan standar pelayanan minimal dengan prinsip manajemen berbasis sekolah/madrasah.

Patras *et al.*, (2019: 806) menjelaskan, Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) adalah strategi desentralisasi pengambilan keputusan pendidikan dengan melibatkan orang tua, siswa, guru, pejabat, dan masyarakat untuk mencapai otonomi, fleksibilitas, partisipasi, kemandirian, tanggung jawab, dan akuntabilitas sekolah. MBS disebut berhasil manakala dukungan kepala sekolah, guru, sumber keuangan yang cukup, komitmen yang jelas, tanggung jawab, keterampilan, kualifikasi pejabat sekolah, rencana yang tepat, tanggung jawab, dan akuntabilitas.

Di antara kebijakan peningkatan kualitas pendidikan, peningkatan kualitas guru merupakan nomor satu. Apa pun kebijakannya, jika kualitas pendidik rendah, maka hasil akhir Pendidikan juga rendah. Sebaliknya, dengan kualitas guru terbaik, apa pun

kebijakan sekolah yang diambil, kualitas proses belajar-mengajar dan lulusannya pun akan baik. Sebagaimana dikemukakan Susanti (2020), kunci utama meningkatkan kualitas pendidikan adalah mutu para gurunya. Guru merupakan salah satu faktor penentu tinggi rendahnya mutu hasil Pendidikan. Guru mempunyai posisi strategis, maka setiap usaha peningkatan mutu Pendidikan harus diprioritaskan peningkatan mutu guru. Guru dituntut memiliki kinerja yang mampu memberikan dan merealisasikan harapan dan keinginan semua pihak terutama masyarakat yang telah mempercayai sekolah dalam membina peserta didik. Penentu lain dalam peningkatan kualitas pendidikan adalah kurikulum, media dan evaluasi yang digunakan.

Selain itu, setiap satuan pendidikan dapat membangun citra dengan memanfaatkan media sosial. Sebab, pada era serba-internet ini, hampir semua orang memegang telepon seluler. Siapa pun yang menguasai media sosial memungkinkan memenangi kompetisi sosial. Dalam melakukan promosi layanan pendidikan, sekolah dapat memanfaatkan media sosial melalui Instagram, Facebook, Whatsapp, Twitter, SnackVideo, Youtube, Telegram dan lain-lain. Sekolah tidak sekadar menayangkan promosi tentang penerimaan peserta didik baru, tapi menampilkan apa pun kegiatan peserta didik. Produktivitas tayangan di media yang positif sangat menarik bagi peserta didik yang tayang di media sosial, dan dari peserta didik tersebut akan beredar dari mulut ke mulut. Sebab, peserta didik pada hakikatnya adalah subjek promosi bagi lembaga pendidikan itu.

Efektivitas pemanfaatan media sosial untuk media promosi dikemukakan Puspitarini & Nuraeni (2019) yang mengatakan bahwa promosi harus dilakukan setiap perusahaan, termasuk jasa pendidikan. Promosi membuat pesan semakin persuasif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen. Media sosial saat ini tidak hanya digunakan sebagai sarana pemuas kebutuhan hiburan semata, tetapi juga sebagai media sosial yang memiliki peluang besar untuk melakukan kegiatan bisnis, menyusul kesuksesannya sebagai media sosial yang diminati pengguna.

Neneng Nurmalasari & Masitoh, (2020) bahkan secara spesifik melakukan penelitian tentang strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial di Yayasan Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Babakan Jamanis. Katanya, media sosial sangat bermanfaat sebagai alat pemasaran dalam dunia pendidikan pada era revolusi industri 4.0 ini. Madrasah Aliyah Babakan Jamanis merupakan salah satu lembaga pendidikan yang menerapkan manajemen pemasaran melalui media sosial. Pemasaran pendidikan dilakukan di antaranya melalui Facebook, Instagram, dan Youtube dengan mengidentifikasi terlebih dahulu di lingkungan masyarakat yang kemudian menjadi strategi pemasaran pendidikan dengan menonjolkan prestasi lembaga tersebut. Pengelolaan pendidikan yang bersifat swasta, didukung dengan *stakeholders* dan fasilitas yang mendukung telah memberikan ciri khas dan kekuatan pada manajemen strategi pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis.

## METODE PENGABDIAN

Metode Pengabdian pada Masyarakat ini diawali dari identifikasi masalah berkaitan dengan evaluasi terhadap kondisi sekolah di bawah Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kroya. Evaluasi dimulai dari laporan Ketua Majelis Dikdasmen PCM Kroya Drs. Masbukhin dan dilengkapi penjelasan dari

Ketua PCM Kroya. Puncak identifikasi masalah adalah saat para kepala sekolah Muhammadiyah PCM Kroya menyampaikan laporan tentang kondisi satuan pendidikan di lingkungan masing-masing. Laporan para kepala sekolah dilengkapi dengan penjelasan dari Ketua Majelis Dikdasmen Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kabupaten Cilacap.

Setelah melakukan identifikasi masalah, Majelis Dikdasmen PCM Kroya mengundang pengabdian yang terdiri atas Dr. H. Wakhudin, M.Pd., Dr. R. Beny Wijarnako, M.Si., dan Dr. drh. Cahyono Purbomartono, M.Sc. dari Universitas Muhammadiyah Purwokerto untuk menyampaikan orasi ilmiah tentang strategi mengembangkan pendidikan di lingkungan Majelis Dikdasmen Kroya. Para kepala sekolah dan Majelis Dikdasmen Kroya kemudian berdialog dengan narasumber. Hasil dialog menghasilkan kesepakatan bahwa narasumber diundang hadir di masing-masing satuan pendidikan untuk membantu mengidentifikasi masalah dan membangun strategi pengembangan satuan pendidikan. Dari kunjungan ke beberapa satuan pendidikan, diperoleh kesepakatan bahwa mereka berkomitmen meningkatkan kualitas satuan pendidikan, baik sistem yang dibangun, guru, maupun dalam pemasaran jasa pendidikan.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN PENGABDIAN**

Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kroya, Cilacap memiliki kepengurusan yang nyaris lengkap, ditambah Aisyiyah, Hizbul Wathan, Tapak Suci, Pemuda Muhammadiyah, Nasyyatul Aisyiyah, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah, dan Ikatan Pelajar Muhammadiyah. PCM Kroya juga dilengkapi Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah, Majelis Pendidikan Kader, Majelis Pelayanan Sosial, Majelis Ekonomi dan Kewirausahaan, Majelis Pemberdayaan Masyarakat, Majelis Pembina Kesehatan Umum, Majelis Wakaf dan Kehartabendaan, dan lain-lain.

Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah PCM Kroya juga memiliki semua tingkatan sekolah dari Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan. Performa sekolah di lingkungan PCM Kroya berkualifikasi baik, dengan jumlah rombongan belajar yang cukup, bahkan ada yang melebihi kuota. Meski demikian, performa sebagian dari satuan pendidikan tersebut belum maksimal. Mereka harus bekerja keras agar kuota yang tersedia dapat terpenuhi. Mereka harus membuat berbagai program agar *seat* yang mereka siapkan terisi penuh.

Dari hasil dialog antara Pengabdian dengan pimpinan satuan Pendidikan di bawah Majelis Dikdasmen diperoleh kesepakatan bahwa:

1. Melaksanakan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dengan cara memberikan insentif kepada kepala sekolah dan guru pada sekolah jenjang di bawahnya bukan perbuatan yang adil. Demikian pula memancing calon peserta didik dengan iming-iming alat sekolah, baju seragam, tas, sepatu dan sebagainya bukan perbuatan yang fair. Oleh karena itu, sekolah di lingkungan Majelis Dikdasmen PCM Kroya berupaya menghindari aktivitas yang bisa masuk kategori gratifikasi.

Sebab, sekolah merupakan simulasi kehidupan. Apa yang pernah dilakukan di sekolah memungkinkan dilakukan di dalam kehidupan nyata kelak. Saat sekolah menjaga kebersihan fisik, kebersihan otak, dan kebersihan hati, maka itulah yang akan dilakukan peserta didik saat hidup di tengah masyarakat. Kalau menjadi pejabat, mereka akan menjadi aparatur yang amanah, melindungi rakyat, berjuang

menyejahterakan rakyat, bukan sekadar menyejahterakan dan membahagiakan diri, keluarga dan kroninya. Kalaupun menjadi pebisnis, entrepreneur atau menjadi apa pun, mereka lebih mememintngkan keadilan dan kesejahteraan orang banyak daripada egois mementingkan diri sendiri dan merugikan orang lain.

2. Sekolah di lingkungan Majelis Dikdasmen PCM Kroya juga sepakat meningkatkan kualitas tata kelola sekolah secara menyeluruh, dengan terus mencoba menekankan pada manajemen berbasis sekolah (MBS). Meski demikian, proses menuju MBS dilakukan tidak secara serta, melainkan secara bertahap. Ujung dari MBS adalah peningkatan kualitas sekolah, baik menyangkut: kompetensi lulusan; content pendidikan; proses belajar-mengajar; penilaian pendidikan; tenaga kependidikan; sarana dan prasarana; pengelolaan; dan pembiayaan.

Dengan meningkatkan kualitas, sekolah di lingkungan Majelis Dikdasmen PCM Kroya optimis, mereka mampu berkompetisi di berbagai bidang dengan sekolah lain di wilayah yang sama dan dalam jenjang yang sama. Meningkatkan kualitas berarti meningkatkan meningkatkan minat masyarakat menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan Muhammadiyah. Ketika minat masyarakat memasukkan ke sekolah Muhammadiyah terus meningkat, maka mereka tidak perlu melakukan langkah tidak terpuji saat PPDB. Sebab, dengan kesadaran memasukkan anaknya ke sekolah berkualitas, dengan sendirinya orang tua memilih sekolah Muhammadiyah sebagai tempat mendidik anak-anak mereka.

3. Manusia saat ini dapat dikatakan tidak bisa dipisahkan dari *gadget*, baik orang tua, remaja, maupun anak-anak. Jika tidak dikendalikan secara baik, sebagian besar kegiatan anak digunakan untuk mengakses tayangan di telefon seluler atau media tersambung dengan internet. Apa yang viral di media social, itulah menjadi bahan percakapan masyarakat, termasuk anak.

Pada saat anak muncul secara elegan di media sosial, baik di Youtube, Facebook, Instagram, Snack Video, dan sebagainya, mereka tentu sangat bangga sekali. Kebanggaan tersebut dieskpresikan dengan menge-share video di media social kepada teman yang lain. Temannya pun kagum dan bangga, sehingga dia membagikan link videonya kepada orang lain lagi. Dari *share* ke *share* itulah, sekolah yang memproduksi *content* maupun anak yang menjadi content vodeo tersebut semakin terkenal, bahkan tidak mustahil viral di lingkungan anak di wilayah tersebut.

Pendistribusian secara berantai sebetulnya merupakan iklan yang jauh lebih efektif daripada iklan manual berupa penyebaran buklet, memasang spanduk atau baliho, memasang iklan di koran, bahkan televisi sekalipun. Sebab, masyarakat sekarang adalah masyarakat yang dipenuhi dengan telefon seluler. Oleh karena itu, menyebarkan informasi melalui telefon seluler menjadi media iklan paling mujarab.

Pendistribusian informasi melalui media sosial inilah yang ditempuh sekolah di lingkungan Majelis Dikdasmen untuk meraih simpati konsumen agar menyekolahkan anak mereka di lembaga pendidikan di bawah Muhammadiyah. Para guru maupun tenaga kependidikan di lingkungan sekolah Muhammadiyah mendapatkan pelatihan membuat content media, baik menyangkut teknik pengambilan gambar dan video, teknik mengedit teks, foto, maupun video, serta Teknik mengunggahnya ke media social. Dengan modal keterampilan inilah mereka optimis mampu bersaing dalam PPDB di era serba-digital ini.

Berikut dokumentasi orasi ilmiah tentang strategi mengembangkan pendidikan

di lingkungan Majelis Dikdasmen Kroya, Cilacap:



Dr. Wakhudin, M.Pd. menyampaikan orasi di depan pengurus PCM dan pimpinan sekolah di bawah Majelis Dikdasmen PCM Kroya, Sabtu (31/12/2022)



Para kepala sekolah di bawah Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah, Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kroya tengah mengikuti pemaparan teknik meningkatkan kualitas sekolah dan memenangkan persaingan dalam PPDB



Silaturahmi pengabdian dengan Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kroya dalam rangka meningkatkan kualitas sekolah di bawah Muhammadiyah.



## KESIMPULAN

Dari paparan di atas, dapat dikemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Melaksanakan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) dengan cara memberikan insentif kepada kepala sekolah dan guru pada sekolah jenjang di bawahnya bukan perbuatan yang adil. Demikian pula memancing calon peserta didik dengan iming-iming alat sekolah, baju seragam, tas, sepatu dan sebagainya bukan perbuatan yang fair. Oleh karena itu, sekolah di lingkungan Majelis Dikdasmen PCM Kroya berupaya menghindari aktivitas yang bisa masuk kategori gratifikasi.
2. Cara terbaik memenangi kompetisi PPDB adalah dengan meningkatkan kualitas sekolah. Meningkatkan kualitas sekolah secara total dilakukan dengan memberlakukan manajemen berbasis sekolah. Di antara perbaikan berbagai macam Pendidikan, memperbaiki guru merupakan yang paling utama. Dengan guru yang berkualitas, apa pun yang terjadi dengan sekolah, proses belajar-mengajar tetap dapat berjalan dengan baik.
3. Cara menjaring peserta didik dalam PPDB yang paling baik dilaksanakan saat ini adalah dengan memanfaatkan media sosial. Sebab, medsos saat ini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia era revolusi industri 4.0. Menjaring calon peserta didik dilakukan dengan memublikasikan berbagai aktivitas sekolah, sehingga menarik minat calon peserta didik.

## REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan di Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah pada Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kroya, Cilacap Jawa Tengah, berikut disampaikan rekomendasi.

1. Penerimaan peserta didik baru tidak boleh dilakukan dengan cara menyalahi kaidah moral maupun kaidah hukum, dengan cara memberikan iming-iming barang atau uang kepada guru maupun kepala sekolah di bawahnya atau memberikan iming-iming berupa barang kepada calon peserta didik. Sebab, cara seperti ini ilegal dan merupakan bentuk korupsi. Sementara pendidikan merupakan cara terbaik melakukan Pendidikan korupsi. Tidak mungkin melakukan pendidikan anti-korupsi dengan cara korupsi, meskipun dilakukan secara halus.
2. Semua sekolah disarankan melakukan peningkatan kualitas pendidikan. Dengan kualitas yang meningkat, minat calo peserta didik semakin meningkat masuk ke

sekolah, tanpa harus melalui iming-iming barang atau uang. Peningkatan kualitas Pendidikan sebaiknya dilakukan secara menyeluruh, meskipun pelaksanaannya dilakukan secara bertahap.

3. Merekrut calon peserta didik yang terbaik saat ini dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Maka sekolah disarankan memanfaatkan Youtube, Instagram, Facebook, Snack Video, dan sebagainya sebagai ajang promosi sekolah mereka. Para guru dan peserta didik disarankan merekam berbagai aktivitas mereka selama proses belajar-mengajar, baik menyangkut kurikulum intra kurikuler maupun ekstra kurikuler, hasilnya kemudian diunggah ke media social. Cara seperti ini sangat efektif dalam menjangkau calon peserta didik baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R. (2020). Implementasi Servqual dalam Meningkatkan Mutu Layanan pada Manajemen Pemasaran Pendidikan. *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 2(1). <https://doi.org/10.35719/jieman.v2i1.17>
- Kemenristek. (2016). Pedoman Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi. *Produk Hukum*, 02(021).
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4(3).
- Patras, Y. E., Iqbal, A., Papat, P., & Rahman, Y. (2019). Meningkatkan Kualitas Pendidikan Melalui Kebijakan Manajemen Berbasis Sekolah Dan Tantangannya. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(2). <https://doi.org/10.33751/jmp.v7i2.1329>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1). <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Susanti, N. (2020). Kebijakan Peningkatan Kualitas Pendidikan di Indonesia. *Al-Kahfi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1).