

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Manajemen *event* sebagai salah satu bagian *event* yang memegang peranan penting dalam menjamin keberhasilan dan kesuksesan suatu *event*. Perlu dipahami bahwa *event* merupakan sebuah acara pertunjukan, pameran, dan perayaan dengan syarat terdapat penyelenggara, peserta, dan pengunjung. Sedangkan dalam makna luas, *event* merupakan suatu periode kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk mempertemukan orang-orang guna memperoleh informasi atau pengalaman penting atau tujuan lain yang telah ditetapkan oleh penyelenggara.<sup>1</sup>

Manajemen yang efektif sangat penting dan harus diperhatikan dalam mengadakan sebuah *event* untuk memastikan bahwa *event* tersebut berjalan lancar dan mencapai tujuan yang dimaksudkan. Acara yang direncanakan dan dilaksanakan dengan baik memerlukan koordinasi yang cermat dan perhatian terhadap setiap detail, mulai dari penetapan tema *event*, pemilihan lokasi, katering hingga selesainya suatu *event*. Menurut Any Noor, manajemen *event* adalah suatu aktivitas pengorganisasian kegiatan yang profesional, efisien, dan efektif yang dilakukan oleh anggota atau lembaga, yang mencakup seluruh proses dari perencanaan hingga pelaksanaan untuk memastikan acara berjalan

---

<sup>1</sup> Anita Rehatta dan Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, "Manajemen Sevent Event Dalam Memplublikasikan Event Giias Melalui Akun Instagram @Giias\_Id Untuk Menarik Jumlah Pengunjung," *PANTAREI (Jurnal Online Mahasiswa)* 5, no. 1 (Maret 2021), <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/649>.

lancar dan sukses.<sup>2</sup> Pernyataan tersebut senada dengan pernyataan Goldballt, Ia mengatakan bahwa suatu *event* dikatakan sukses apabila di dalamnya berpijak pada tahapan-tahapannya yaitu *research, design, planning, coordination, dan evaluation*.<sup>3</sup>

Dalam hal ini, manajemen *event* adalah sebuah proses yang kompleks yang melibatkan perencanaan, koordinasi, dan evaluasi semua aspek termasuk penyiapan tempat, anggaran, peserta, dan perlengkapan yang diperlukan yang mana memerlukan pemahaman yang mendalam tentang suatu *event*, serta kemampuan untuk mengelola waktu, dana, dan sumber daya secara efektif. Dengan mengikuti tahapan-tahapan *event* yang tepat maka suatu *event* akan berjalan lancar dan sukses.

Ragam *event* sangat beragam dan bergantung pada ide atau konsep yang mendasari pelaksanaannya. Manajemen *event* tidak hanya terbatas pada bidang-bidang non pendidikan, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai jenis acara pendidikan. Contoh *event* yang sering di lakukan pada bidang pendidikan seperti seminar, *talk show, work shop*, pameran dan perlombaan.<sup>4</sup> Manajemen *event* dalam pendidikan berfungsi sebagai suatu sarana penghubung sebuah merek (pendidikan) pada suatu acara yang mana bertujuan untuk memberikan

---

<sup>2</sup> Kandia Ariawijaya dan Rah Utami Nugrahani, "Analisis Manajemen Event Indie Bash Oleh Event Organizer Optimus Di Bandung Tahun 2019," *Eproceedings Of Management* 7, no. 3 (Desember 2020): 7008-7009, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13735>.

<sup>3</sup> Melapriya Anggun Tafarannisa, Nursilah, Deden Haeruddin, "Manajemen Event *Choreonite Vol. 9: Time To Bloom* Di Masa Pandemic Covid-19," *JST (Jurnal Seni Tari)* 10, no. 2 (2021): 170, <https://journal.unnes.ac.id/sju/jst/article/view/50272>.

<sup>4</sup> Ahmad Ali Mutezar dan Umniy Salamah, "Pengembangan Sistem Manajemen Event Pameran Karya Mahasiswa Menggunakan Metode Extreme Programming," *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)* 5, no. 4 (Agustus 2021): 809, <https://jurnal.iaii.or.id/index.php/resti/article/view/3249>.

suatu pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan suatu produk atau jasa pendidikan tersebut.

Promosi pada hakikatnya merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam lembaga pendidikan. Mengingat pesatnya kemajuan teknologi dan persaingan pasar, maka promosi menjadi salah satu upaya yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa rencana dan tujuan lembaga pendidikan dapat terlaksana. Selain itu, promosi diperlukan untuk menjaga nama baik dan eksistensi lembaga di mata masyarakat.

Hal tersebut senada dengan pendapat Indrajaja dan Karno yang dikutip oleh Ahmad Zain Sarnoto dan Lukmanul Hakim bahwa promosi perlu dilakukan karena hal-hal berikut: 1. Penting untuk meyakinkan pelanggan jasa pendidikan atau masyarakat bahwa lembaga tersebut masih ada dan tetap eksis; 2. Perlu meyakinkan pelanggan jasa pendidikan atau masyarakat bahwa jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka; 3. Perlu dilakukan promosi agar lembaga tidak dilupakan oleh masyarakat.<sup>5</sup>

Untuk dapat memaksimalkan hal tersebut dibutuhkan kecepatan daya saing dalam hal promosi karena secepat apapun lembaga pendidikan dalam berinovasi dan sebanyak apapun memiliki keunggulan apabila masyarakat luas tidak mengetahui adanya potensi tersebut maka untuk dapat menarik masyarakat akan sangat mustahil. Pernyataan tersebut dibuktikan dari hasil penelitian Rahman Nurhakim dan Muhammad Tafsiruddin bahwa promosi memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan masyarakat dalam memilih

---

<sup>5</sup> Ahmad Zain Sarnoto dan Lukmanul Hakim, "Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Perspektif Al-Qur'an," *KAHPI (Jurnal Kajian Agama Hukum Dan Pendidikan Islam)* 5, no. 1 (Juli 2023): 59, <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kahti/article/viewFile/36582/16935>.

sekolah. Mereka mengatakan bahwa “Semakin tinggi nilai promosi, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk memilih sekolah tersebut, semakin rendah nilai promosi maka semakin kecil kemungkinan seseorang untuk memilih sekolah tersebut”.<sup>6</sup>

Untuk menarik calon peserta didik, diperlukan strategi pemasaran yang tidak hanya mempromosikan jasa pendidikan secara apa adanya dalam artian hanya sekedar promosi. Lembaga pendidikan perlu mencoba dan mencari cara yang inovatif untuk meningkatkan minat masyarakat dan mencapai keunggulan kompetitif. Maka lembaga pendidikan dituntut untuk dapat mempromosikan jasa pendidikan dengan cara yang unik dan kreatif.

Hal tersebut senada dengan pernyataan Javalgi dan Moberg yang dikutip oleh Nadia Novianti dan M. Hufron bahwa pemasar yang dalam hal ini lembaga pendidikan menciptakan suatu pembeda antar usaha barang dan jasa, dan strategi pemasarannya perlu di variasi agar memuaskan pelanggan.<sup>7</sup> Salah satu cara yang efektif dalam mempromosikan atau menyampaikan pesan dengan mengajak masyarakat untuk terlibat dalam suatu *event* yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan.

Melalui manajemen *event* dalam promosi jasa pendidikan, masyarakat akan berada selangkah lebih dekat dengan lingkungan lembaga pendidikan sehingga mereka akan mengetahui keunggulan-keunggulan dan fasilitas yang

---

<sup>6</sup> Rahman Nurhakim dan Muhammad Tafsiruddin, “Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah Di Smas Nusantara Plus,” *Jurnal Penkomi (Kajian Pendidikan Dan Ekonomi)* 7, no. 1 (Januari 2024): 233, <https://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/PK/article/view/1751>.

<sup>7</sup> Nadia Novianti Dan M. Hufron, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ahass Setio Motor Jombang,” *JRM (Jurnal Riset Manajemen)* 6, no. 4 (Agustus 2017): 154, <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/474>.

ada. Dengan demikian, lembaga pendidikan dapat menunjukkan kepada masyarakat komitmen dan keterampilan dalam meningkatkan kualitas pendidikan.

Dalam artian manajemen *event* merupakan suatu acara yang secara tidak langsung dapat membantu mempromosikan jasa pendidikan yang dikemas secara menarik dan memberikan edukasi. Pernyataan tersebut sesuai dengan pernyataan Wibowo dan Priansa bahwa manajemen *event* memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk, mendekatkan diri kepada publik, serta bertujuan untuk mempengaruhi publik tentang jasa pendidikan yang ditawarkan.<sup>8</sup>

Saat ini banyak lembaga-lembaga pendidikan yang menggunakan *event* untuk promosi jasa pendidikannya baik *event* pameran, bazar, dan ajang kompetisi atau perlombaan yang dilakukan oleh SD, SMP, maupun SMA. Lembaga berkompetisi secara sehat untuk memenangkan pelanggan atau masyarakat yang mana dalam *event* pihak lembaga akan memperkenalkan lingkungannya, fasilitas-fasilitas, program yang ada dan prestasi-prestasi yang telah dicapai.

SMPN 1 Larangan Pamekasan sebagai sekolah menengah pertama yang terletak di kelurahan Larangan Luar, kecamatan Larangan, sudah menyelenggarakan *event* yang diberi nama lomba Aksi Mipas Plus sejak 5 tahun terakhir yaitu tahun 2019 dan rutin dilaksanakan setiap tahun oleh SMPN 1 Larangan Pamekasan. *Event* ini bertujuan sebagai wadah meraih prestasi

---

<sup>8</sup> Komang Yoga Ade Candra, *Event Marketing, E-Wom, Cita Merek Terhadap Niat Beli: Konsep Dan Aplikasi* (Bali: Cv. Intelektual Manifes Media, 2023), 14.

khususnya bagi anak SD di kecamatan Larangan, dan merangkul anak-anak yang memiliki bakat dalam bidang akademik maupun non akademik untuk menyalurkan hobi mereka dan mengenal lebih dekat lembaga SMPN 1 Larangan Pamekasan sebagai sekolah ramah anak, sekolah adiwiyata mandiri, dan sekolah yang telah berpengalaman dalam mengantarkan siswa meraih kesuksesan dan menggali potensi siswa, sehingga lulusannya dapat memberikan energi positif kepada lembaga SMPN 1 Larangan Pamekasan. Tidak hanya itu, bapak Hendroyono juga menginginkan agar masyarakat (siswa SD) lebih mengenal sekolah SMPN 1 Larangan Pamekasan dengan cara mendatangkan siswa SD lalu menunjukkan sekolah SMPN 1 Larangan Pamekasan baik secara fisik, pelayanan, program sekolah, ekstrakurikuler, dan lain sebagainya.<sup>9</sup>

*Event* menjadi cara yang kreatif untuk dapat memperkenalkan semua program di lembaga pendidikan. Moment di sela-sela *event* perlombaan dapat di desain untuk memperkenalkan sekolah kepada publik. Sehingga *event* tersebut dapat bermanfaat baik bagi sekolah yang mengadakan yaitu SMPN 1 Larangan Pamekasan dan peserta yang mengikuti *event*.

Melalui suatu *event* perlombaan bagi tingkat SD ini tentunya sudah menjadi suatu pembeda dari sekolah lainnya dalam hal promosi pendidikan. Sehingga, adanya *event* perlombaan ini dapat mempengaruhi dan menarik bibit unggul agar dapat melanjutkan pendidikannya di SMPN 1 Larangan Pamekasan.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Hendroyono, Kepala Sekolah SMPN 1 Larangan Pamekasan, *Wawancara Langsung* (08 Juni 2024).

<sup>10</sup> Hendroyono, Kepala Sekolah SMPN 1 Larangan Pamekasan, *Wawancara Langsung* (08 Juni 2024).

Menurut ibu Shophia Oktavina, *event* ini sukses diselenggarakan oleh SMPN 1 Larangan Pamekasan. Suksesnya *event* ini dapat dilihat dari banyaknya siswa SD yang mendaftar pada saat pendaftaran *event*.<sup>11</sup>

Berdasarkan konteks yang tertera di atas, peneliti tertarik untuk meneliti seperti apa gambarannya dan sejauh mana manajemen *event* lomba Aksi Mipas Plus berhasil dalam mempromosikan sekolah SMPN 1 Larangan Pamekasan. sehingga penelitian ini berjudul “Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan di SMPN 1 Larangan Pamekasan”.

## **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di SMPN 1 Larangan Pamekasan?
2. Apa Saja Faktor Pendukung Keberhasilan Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di SMPN 1 Larangan Pamekasan?
3. Bagaimana Hasil Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di SMPN 1 Larangan Pamekasan?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mendeskripsikan Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di SMPN 1 Larangan Pamekasan.
2. Untuk Mendeskripsikan Faktor Pendukung Keberhasilan Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di SMPN 1 Larangan Pamekasan.

---

<sup>11</sup> Shophia Octavina, Wakil Ketua Event Lomba Aksi Mipas Plus Di SMPN 1 Larangan Pamekasan (Guru), *Wawancara Langsung* (08 Juni 2024).

3. Untuk Mendeskripsikan Hasil Manajemen *Event* Lomba Aksi Mipas Plus Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di SMPN 1 Larangan Pamekasan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan rujukan dan pedoman untuk meningkatkan hasil promosi sekolah melalui manajemen *event*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Kepala Sekolah SMPN 1 Larangan Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan acuan perbaikan dalam merencanakan *event* yang sama demi kelancaran dan suksesnya *event*.

- b. Bagi Ketua Panitia *event* lomba Aksi Mipas Plus SMPN 1 Larangan Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber masukan untuk terus meningkatkan kinerjanya dalam pelaksanaan *event*, serta dengan penelitian ini diharapkan ketua panitia *event* lomba Aksi Mipas Plus dapat terus menciptakan ide-ide ataupun pembaharuan dari *event* sebelumnya agar dapat menjangkau dan mendorong partisipasi yang lebih luas.

c. Bagi Waka Humas SMPN 1 Larangan Pamekasan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi waka humas dalam merencanakan dan melaksanakan *event* lomba yang tidak hanya sukses, tetapi juga berdampak positif bagi promosi jasa pendidikan di SMPN 1 Larangan Pamekasan.

d. Bagi Siswa SMPN 1 Larangan Pamekasan yang pernah mengikuti *event* lomba Aksi Mipas Plus

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber motivasi dalam mengembangkan prestasi baik akademik maupun non akademik sehingga membuahkan hasil bagi SMPN 1 Larangan Pamekasan dan meningkatkan citra positif di masyarakat.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman, dasar teori dan referensi yang lebih luas dalam penelitian-penelitian berikutnya yang terkait dengan manajemen *event* dan promosi jasa pendidikan yang dilakukan oleh peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama atau berhubungan dengan topik tersebut.

## **E. Definisi Istilah**

### 1. Manajemen *Event*

Manajemen *event* adalah suatu sistem pengelolaan dan pengaturan *event* (acara) yang dilakukan secara sadar, terencana, dan sistematis dengan memberdayakan sumber daya manusia dan non manusia demi tercapainya suatu tujuan.

## 2. Lomba Aksi Mipas Plus

Lomba Aksi Mipas Plus adalah lomba akademik dan non akademik bagi siswa tingkat sekolah dasar (SD) khususnya kelas 5 dan 6 yang diselenggarakan setiap tahun oleh SMPN 1 Larangan Pamekasan sebelum tahun ajaran baru dimulai yang terdiri dari lomba akademik seperti Matematika, IPA, dan IPS dan lomba non akademik seperti lukis poster dan puisi.

## 3. Promosi Jasa Pendidikan

Promosi jasa pendidikan merupakan suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau mengingatkan target serta memperkenalkan tentang layanan pendidikan yang ditawarkan suatu lembaga pendidikan agar mereka bersedia menerima, membeli, dan tetap loyal terhadap lembaga tersebut

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen *event* lomba Aksi Mipas Plus dalam mempromosikan jasa pendidikan adalah suatu kegiatan mengelola *event* lomba Aksi Mipas Plus yang dalam hal ini lomba dibidang akademik dan non akademik bagi siswa sekolah dasar (SD) dengan melibatkan semua sumber daya yang ada yang dilakukan secara sadar dan sistematis dengan tujuan mengingatkan, mempengaruhi, serta membujuk masyarakat untuk nantinya menggunakan jasa Pendidikan.

## F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ach. Ghufron Romdhon pada tahun 2022, yang berjudul “Penerapan Manajemen Event Lomba Baca Kitab Kuning

Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Miftahul Qulub Polagan Pamekasan.”

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa: a) upaya sekolah dalam manajemen event lomba baca kitab kuning yaitu siswa diberikan bimbingan khusus di luar kegiatan pesantren, jenis kitab yang digunakan dalam event lomba baca kitab kuning yaitu *Taqrib*, *Fathul Qorib*, dan *Fathul Mu'in*. Pengajar kitab kuning di pondok pesantren Miftahul Qulub yaitu guru pengajar dan santri yang layak, b) tingkat keberhasilan penerapan manajemen event lomba baca kitab kuning dalam mempromosikan jasa pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Qulub Polagan Pamekasan yaitu pondok pesantren memaksimalkan promosi lewat banner, pamflet, mading, pengeras suara, dan media sosial yang dilakukan secara intens dan juga melalui ustadz/ustadzah, dan tingkat keberhasilan lomba bagi santri yaitu secara internal penguasaan santri pada kitab kuning semakin mendalam sedangkan secara eksternal bagi sang juara adalah memiliki pengembangan diri dan mempunyai pengalaman bagi yang tidak mendapat juara c) faktor pendukung dan penghambat penerapan manajemen event lomba baca kitab kuning dalam mempromosikan jasa pendidikan di Pondok Pesantren Miftahul Qulub Polagan Pamekasan yaitu factor pendukungnya adalah sarana berupa media sosial yang dimiliki dan terlibatnya semua komponen pondok pesantren sedangkan faktor penghambatnya adalah terdapat perubahan jadwal karena berbenturan dengan kegiatan pesantren dan dari santri sendiri yang telah

menjuarai event lomba tidak adanya tindak lanjut.<sup>12</sup> Adapun Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang dapat dilihat pada tabel 1.1.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Achmad Damanhuri pada tahun 2022, yang berjudul “Manajemen Event Olah Bakat Siswa Aktif (OBASTIS) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan.”

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa: a) Rancangan *event* di MA Miftahul Qulub Polagan melalui tahapan-tahapan *pertama*, riset lapangan sebelum diadakan, hal ini bertujuan untuk mengurangi resiko ketidakhadiran dan kegagalan, *kedua*, penentuan tujuan event, *ketiga*, Menyusun detail pelaksanaan seperti waktu dan tempat, *keempat*, membentuk struktur kerja yang melibatkan Osis, *terakhir*, penyusunan anggaran, b) Pelaksanaan event olah bakat siswa aktif (OBASTIS) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan *pertama*, yaitu dengan menyebarkan brosur dan memberi surat delegasi yang dilakukan satu minggu sebelum pendaftaran, *kedua*, Pendaftaran lomba yang dilanjutkan *technical meeting* dengan dihadiri perwakilan sekolah yang mengikuti lomba, *keempat*, pelaksanaan lomba selama dua hari, *terakhir*, acara penutup dan pemberian hadiah, c) Hasil promosi melalui *event* olah bakat siswa aktif (obastis) tingkat madrasah tsanawiyah sebagai strategi promosi di MA Miftahul Qulub

---

<sup>12</sup> Ach. Ghufon Romdhon, “Penerapan Manajemen Event Lomba Baca Kitab Kuning Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Miftahul Qulub Polagan Pamekasan” (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2022), 73-74.

Polagan Galis Pamekasan sesuai dengan yang diharapkan yaitu sekolah yang menjadi target telah mengenal lembaga MA Mithahul Qulub.<sup>13</sup> Adapun Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang dapat dilihat pada tabel 1.1.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Zulkipli, Ivan Riyadi, Afif Alfiyanto, Rudini, dan Mahin Ainun Naim pada tahun 2022, yang berjudul “Pelaksanaan Promosi Melalui Kegiatan Event Lomba Non Akademik Tingkat SMP/MTS.”

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa: a) terdapat 5 indikator pelaksanaan promosi sekolah melalui event lomba non akademik yaitu pertama *market*, promosi sudah dilaksanakan dengan cukup baik hal ini karena semua warga sekolah ikut berpartisipasi dalam promosi tersebut. Kedua *mission*, promosi sekolah dalam event lomba non akademik sangat baik karena sudah sesuai dengan tujuan yaitu untuk mempromosikan SMA Muhammadiyah 6 Palembang agar lebih dikenal oleh masyarakat. Ketiga *Message*, pesan yang disampaikan juga sangat baik terlihat bahwa pesannya mengandung kejujuran, sportivitas, dan kerja sama tim. Keempat *media*, media yang digunakan sudah cukup baik yaitu menggunakan media sosial, media cetak, dan televisi. Kelima *money*, dana promosi sekolah melalui event lomba non akademik juga tercukupi dengan baik, dana tersebut berasal dari anggaran sekolah, donator, dan perusahaan. b) keberhasilan promosi melalui event lomba non akademik sudah baik karena

---

<sup>13</sup> Achmad Damanhuri, “Manajemen Event Olah Bakat Siswa Aktif (OBASTIS) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan” (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2022), 83-84.

jumlah peserta dan penerimaan siswa baru memenuhi target. c) faktor pendukungnya yaitu komunikasi yang baik, fasilitas yang menunjang, dan dana yang cukup, sedangkan faktor penghambatnya yaitu adanya lomba yang sama dengan sekolah lain serta peralatan kesehatan yang minim.<sup>14</sup> Adapun Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang dapat dilihat pada tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ach. Ghufron Romdhon (2022)	Penerapan Manajemen Event Lomba Baca Kitab Kuning Dalam Mempromosikan Jasa Pendidikan Di Pondok Pesantren Miftahul Qulub Polagan Pamekasan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif,</li> <li>- Pengumpulan datanya sama-sama menggunakan Teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fokus penelitian dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana upaya sekolah dalam manajemen <i>event</i> yang diikuti oleh santri, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada bagaimana manajemen <i>event</i>nya melalui lomba aksi mipas plus dalam mempromosikan jasa Pendidikan di sekolah</li> <li>- Sasaran <i>event</i> lomba pada penelitian ini yaitu lomba untuk santri aktif pondok pesantren sedangkan penelitian peneliti yaitu lomba untuk tingkat Sekolah Dasar (SD).</li> <li>- Lokasi penelitian, pada penelitian ini</li> </ul>

<sup>14</sup> Zulkipli, dkk, "Pelaksanaan Promosi Melalui Kegiatan Event Lomba Non Akademik Tingkat SMP/MTS," *Jurnal Pendidikan Glasser* 6, no. 2 (2022): 189-190, <https://lonsuit.unismuhluwuk.ac.id/glasser/article/view/1973>.

				dilaksanakan di Pondok Pesantren Miftahul Qulub sedangkan penelitian peneliti yaitu di SMPN 1 Larangan.
2.	Achmad Damanhuri (2022)	Manajemen Event Olah Bakat Siswa Aktif (OBASTIS) Tingkat Madrasah Tsanawiyah Sebagai Strategi Promosi Di MA Miftahul Qulub Polagan Galis Pamekasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif</li> <li>- Pengumpulan datanya sama-sama menggunakan Teknik wawancara dan dokumentasi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengumpulan data pada penelitian ini tidak menggunakan metode observasi sedangkan pada penelitian peneliti menggunakan metode observasi.</li> <li>- Fokus penelitian pada penelitian ini hanya berfokus pada rancangan dan pelaksanaan <i>event</i>, sedangkan penelitian peneliti berfokus pada manajemen <i>event</i> nya yang didalamnya terdapat rancangan, pelaksanaan, dan evaluasi.</li> <li>- Lokasi penelitian dalam penelitian ini dilakukan di MA Miftahul Qulub sedangkan penelitian peneliti dilakukan di SMPN 1 Larangan.</li> </ul>
3.	Zulkipli, Ivan Riyadi, Afif Alfiyanto, Rudini, dan Mahin Ainun Naim	Pelaksanaan Promosi Melalui Kegiatan Event Lomba Non Akademik Tingkat SMP/MTS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian kualitatif</li> <li>- Pengumpulan data nya sama-sama menggunakan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penelitian ini meneliti tentang pelaksanaan promosi melalui <i>event</i> lomba non akademik sedangkan penelitian peneliti meneliti tentang manajemen <i>event</i> lomba Aksi Mipas Plus dalam mempromosikan jasa Pendidikan.</li> <li>- Lokasi penelitian ini dilakukan di SMA</li> </ul>

				Muhammadiyah 6 Palembang sedangkan penelitian peneliti dilakukan di SMPN 1 Larangan Pamekasan.
--	--	--	--	---