

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT PESERTA DIDIK BARU DI MADRASAH TSANAWIYAH**

(Studi Kasus Di MTs Kertabumi, , MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Administrasi Pendidikan



oleh:

Balqis Maharani El-Fadhil

NIM. 2000392

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PENDIDIKAN

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN
MINAT PESERTA DIDIK BARU DI MADRASAH TSANAWIYAH
(Studi Kasus Di MTs Kertabumi, MTs , MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari)**

Oleh
Balqis Maharani El-Fadhil

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi Administrasi Pendidikan

©Balqis Maharani El-Fadhil
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, Dengan cetak ulang,
difoto kopi, atau dengan cara lainnya tanpa izin dari penulis

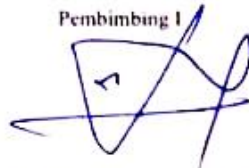
LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN
BALQIS MAHARANI EL-FADHIL

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT
PESERTA DIDIK BARU DI MADRASAH TSANAWIYAH
(Studi kasus di MTs Kertabumi, MTs Al-Fatah, MTs Lengkongsari)

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I

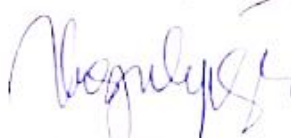


Handwritten note:
di terima
synefudin
4/6/24

Prof. H. Udin Synefudin Sa'ud, Ph.D.

NIP. 19530612 198103 1 003

Pembimbing II

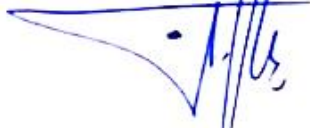


Dr. Eka Prihatin, M.Pd.

NIP. 19660712 200604 2 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Pendidikan



Dr. Surtri, M.Pd.

NIP. 19701109 199802 1 001

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Madrasah Tsanawiyah (Studi kasus di MTs Kertabumi, MTs Al-Fatah, MTs Lengkongsari)”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau adaklam dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 05 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Balqis Maharani El-Izzatul
NIM 2000392

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan untuk Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, dan MTs Lengkongsari)” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran pendidikan, serta dapat menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, 15 Juli 2024

Balqis Maharani El-Fadhil

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di Madrasah Tsanawiyah (Studi kasus di MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari)” disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program Administrasi Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Saya menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, saya telah banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. H. Udin Syaefudin Sa’ud, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan waktu yang telah diberikan.
2. Dr. Eka Prihatin, M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, dan selalu memberikan dukungan kepada peneliti sehingga, peneliti termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Dr. Endang Herawan, M.Pd selaku ketua dewan skripsi Program Studi Administrasi Pendidikan
4. Dr. Sururi, M.Pd selaku ketua Program Studi Administrasi Pendidikan
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Pendidikan yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya serta memberikan motivasi kepada peneliti selama menempuh pendidikan S1 di Program Studi Administrasi Pendidikan ini.
6. Kepada Bapak Pena dan Bu Melly, selaku Staff Program Studi Administrasi Pendidikan yang sudah memberikan pelayanan yang baik terkait administratif mahasiswa, sehingga memberikan kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Kedua orang tua tercinta Papah Ma'mun Fadil, S.Ag dan Mamah Immawati Yulia, S.Ag yang telah memberikan batuan, dukungan motivasi, doa yang tulus, dukungan moril dan material sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini
8. Kepada adik Al-Farabi Haikal El Fadhil yang telah memberikan dukungan serta doa dalam proses pembuatan skripsi ini
9. Kepada keluarga besar yang telah memberikan dukungan moral, spiritual, dan finansial yang tiada henti. Terima kasih atas doa dan kasih sayangnya.
10. Kepada pihak MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari, yang sudah memberikan izin serta telah memberikan data, informasi, dan kerjasama yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.
11. Kepada sahabat Banteng FIP, Ambar, Dinar, Siti Nisa, Ryneva, Wulan, Ivana, Salsa, terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat saya Nasyaa, Alda, Intan, Salwa yang telah menjadi teman saya dari masa sekolah hingga saat ini
13. Kepada Siti Nisa Aminah Ridwan terimakasih telah menjadi sahabat seperjuangan yang selalu ada setiap bercerita dan berkeluh kesah selama perkuliahan hingga saat ini
14. Kepada teman satu bimbingan Tessa dan Ida terimakasih telah menemani peneliti saat bimbingan serta dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Kepada Teman-teman Administrasi Pendidikan 2020, terimakasih atas kebersamaan, kenangan dan pengalaman dalam menempuh perkuliahan selama empat tahun ini.
16. Adik-adik angkatan 2021, 2022, 2023 dan kakak-kakak 2019, 2018, 2017 terimakasih yang telah menjadi salah satu proses peneliti selama menempuh studi di Program Studi Administrasi Pendidikan.
17. Kepada Ida Ayu Prabashinta Candradewi selaku *partner* bisnis dari tahun 2022 yang telah memberikan doa dan dukungannya selama ini semoga suatu saat nanti bisa bertemu.

18. Kepada Dmitriev Abraham dan Papi yang telah menjadi salah satu penyemangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
19. Kepada diri sendiri terimakasih atas perjuangannya dalam menyelesaikan pendidikan di Univesitas impiannya selama ini.
20. Serta semua pihak yang terlibat dalam hidup peneliti dan tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, terimakasih banyak atas bantuannya selama ini dalam menyelesaikan skripsi dan studi di Progam Studi Administrasi Pendidikan.

Semoga kebaikan yang telah diberikan semua pihak dapat dibalas oleh Allah SWT, dan kita senantiasa diberikan rahmat dan karunia-Nya.

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK BARU DI MADRASAH TSANAWIYAH

(Studi kasus di MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari)

Oleh :

Balqis Maharani El-Fadhil

Dengan terjadinya penurunan minat peserta didik baru untuk masuk ke Madrasah swasta setiap tahunnya disebabkan adanya persaingan dengan sekolah negeri dan jarak antar sekolah yang berdekatan serta menjadikan madrasah swasta sebagai pilihan terakhir orang tua dalam memasukkan anak-anaknya ke sekolah, membuat madrasah harus melakukan strategi pemasaran pendidikan yang dapat menarik minat peserta didik baru dengan cara pemasaran yang sesuai dengan keadaan dilingkungan sekitar serta anggota tim pemasaran yang memadai agar tidak terjadinya angka penurunan peserta didik baru di tiap tahunnya. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilaksanakan dan diterapkan pada Madrasah Tsanawiyah serta siapa saja yang melaksanakan pemasaran pendidikan ini untuk meningkatkan minat peserta didik baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan deskriptif studi kasus, partisipan pada penelitian ini adalah kepala madrasah, guru, tim pemasaran dan komite di MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, serta studi dokumentasi. Serta teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ke-tiga madrasah telah menerapkan strategi pemasaran pendidikan cukup baik, diantaranya terdapat kesamaan dalam penerapan pemasaran pendidikan, beberapa kegiatan pemasaran mulai dari perencanaan pemasaran, pelaksanaan, sumberdaya yang digunakan, dan hasil yang diharapkan yang harapannya dapat meningkatkan minat peserta didik baru untuk dapat bersekolah di madrasah. Kegiatan strategi pemasaran pendidikan dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi yang sesuai dengan perkembangan zaman dan sesuai dengan kemampuan madrasah serta kebutuhan peserta didik di lingkungan sekitar agar dapat menarik minat peserta didik baru terutama masyarakat sekitar.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran Pendidikan, Minat Peserta didik baru,
Madrasah Tsanawiyah**

ABSTRACT

EDUCATIONAL MARKETING STRATEGY TO INCREASE THE INTEREST OF NEW STUDENTS IN MADRASAH TSANAWIYAH

(Case study at MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari)

By:

Balqis Maharani El-Fadhil

With the decline in the interest of new students to enter private madrassas every year due to competition with public schools and the distance between schools that are close together and make private madrassas the last choice of parents in sending their children to school, making madrassas must carry out educational marketing strategies that can attract new students by marketing in accordance with the conditions in the surrounding environment and adequate marketing team members so that there is no decrease in the number of new students each year. So this research aims to find out the marketing strategies implemented and applied to Madrasah Tsanawiyah and who carries out this educational marketing to increase the interest of new students. This research uses a qualitative approach with descriptive case studies, the participants in this study are the head of the madrasah, teachers, marketing team and committee at MTs Kertabumi, MTs Al-Fattah, MTs Lengkongsari. Data collection techniques using interviews, observation, and documentation studies. As well as data analysis techniques used, namely by reducing data, presenting data and drawing conclusions. The results of the study show that the three madrasahs have implemented educational marketing strategies quite well, including similarities in the application of educational marketing, several marketing activities ranging from marketing planning, implementation, resources used, and expected results which hope to increase the interest of new students to be able to attend madrasahs. Educational marketing strategy activities can be carried out using technology in accordance with the times and in accordance with the capabilities of madrasah and the needs of students in the surrounding environment in order to attract new students, especially the surrounding community.

Keywords: Education Marketing Strategy, Interest of New students, Madrasah Tsanawiyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Batasan dan Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Struktur organisasi Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran	11
2.1.1.1 Pengetian Strategi Pemasaran Pendidikan.....	12
2.1.1.2 Tujuan strategi Pemasaran Pendidikan	15
2.1.1.3 Proses Strategi Pemasaran Pendidikan	16
2.1.1.4 Strategi Pemasaran Pendidikan	22
2.1.2 Minat Peserta Didik Baru.....	23

2.1.2.1 Pengertian Penerimaan Peserta Didik.....	23
2.1.2.2 Pengertian Manajemen Peserta Didik Baru	25
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Peserta Didik.....	28
2.1.3 Lembaga Pendidikan Islam (Madrasah Tsanawiyah)	29
2.1.3.1 Profil Madrasah Tanawiyah.....	30
2.1.3.2 Hambatan dan Solusi dalam Pemasaan Pendidikan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Berpikir	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Metode dan Desain Penelitian.....	39
3.1.1 Metode penelitian	39
3.1.2 Desain penelitian.....	41
3.2 Lokasi Penelitian	42
3.3 Sumber Data	43
3.3.1 Data primer	43
3.3.2 Data sekunder	44
3.4 Teknik pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Observasi (Pengamatan).....	44
3.4.2 Wawancara	45
3.4.3 Kaji dokumentasi	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.6 Kisi-kisi Penelitian	50
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Temuan Penelitian	53
4.1.1 Perencanaan.....	53
4.1.2 Pelaksanaan	60

4.1.3 Sumberdaya	65
4.1.4 Hasil	72
4.2 Kesimpulan hasil temuan penelitian	76
4.3 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian.....	85
4.3.1 Perencanaan Pemasaran Pendidikan	85
4.3.2 Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan.....	89
4.3.3 Sumberdaya	92
4.3.4. Hasil dari Pemasaran Pendidikan	97
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI	99
5.1 Simpulan	99
5.1.1 Perencanaan.....	100
5.1.2 Pelaksanaan	100
5.1.3 Sumberdaya	101
5.1.3 Hasil	101
5.2 Implikasi	101
5.3 Rekomendasi.....	102
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN I	111
LAMPIRAN II.....	118
LAMPIRAN III.....	125
LAMPIRAN IV	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah peserta didik swasta dan negeri yang ada di Indonesia.....	1
Tabel 1.2 tabel jumlah peserta didik Madrasah Tsanawiyah.....	2
Tabel 1.3 tabel jumlah peserta didik.....	5
Tabel 2. 2 PenelitianTerdahulu.....	33
Tabel 3.2 pedoman observasi proses perencanaan strategi pemasaran pendidikan....	45
Tabel 3.3 Tabel pedoman kaji dokumentasi.....	48
Tabel 3. 4 Kisi-Kisi Penelitian.....	50
Tabel 4.1 tabel kesimpulan hasil temuan penelitian.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan marketing mix menurut Kotler dan Killer.....	18
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

- a. Surat Pengangkatan pembimbing Skripsi
- b. Surat Permohonan izin Penelitian

Lampiran II

- a. Catatan Bimbingan Skripsi

Lampiran III

- a. Kisi-kisi Penelitian
- b. Pedoman Wawancara dan hasil wawancara
- c. Pedoman Observasi dan hasil observasi
- d. Pedoman Dokumentasi

Lampiran IV

- a. Profil dan sejarah Madrasah
- b. Dokumentasi

Lampiran V

- a. Riwayat hidup Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, A. M. (2023). Sumberdaya Manusia dalam Pemasaran Jasa Pendidikan. *Jurnal Indopedia (Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan)*, 1459.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. syakir Media Press .
- Amiruddin, A. H. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan*. Yogyakarta: Penerbit K-Media.
- Arifin, Z. (2022). Manajemen peserta didik sebagai upaya pencapaian tujuan pendidikan. *Dirasat: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 8(1), 71-89.
- Arroyan, L., & Subekti, N. (2021). *Utilization of the Education Management Information System (EMIS) as a Decision Making Means in the Institutional Section of the Regional Office of the Ministry of Religion, Yogyakarta Special Region. As-Sabiqun*, 3(2), 202-215.
- Astuti. (2021). Manajemen Peserta Didik. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 137.
- Bafadhol, I. (2017). Lembaga Pendidikan Islam Indonesia. *Jurnal Edukasi Islami Jurnal Pendidikan Islam* , 60.
- Bairizki, A. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Tinjauan Strategis Berbasis Kompetensi)-Jilid 1 (Vol. 1)*. Pustaka Aksara.
- Burhanuddin, Afid. (2014, February 6). *Wordpress*.
- Chaerudin, A., Rani, I. H., & Alicia, V. (2020). Sumber daya manusia: pilar utama kegiatan operasional organisasi. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Damanik, A. S., Situmorang, M. S., Nisa, K., Khotimah, N., & Nur, F. (2023). Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 3696-3702.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- Diah Pitaloka, M. W. (2020). Strategi Kepala Sekolah Madrasah Aliyah Ar-Rahmah Dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru. *jurnal PAI Raden Falah* , 370.
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. *Jurnal Madaniyah*, 261.
- Falahiyah, E. S. (2023). Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota Tangerang. *Jurnal on Education*, 576.

- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 1-12.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan). Deepublish.
- Fonna, N. (2019). Pengembangan revolusi industri 4.0 dalam berbagai bidang. Guepedia.
- Ghozali, A., Mudjahid, A. K., & Hayati, M. (2013). Studi pendanaan pendidikan madrasah di Indonesia.
- Hananto, S., & Murtafiah, N. H. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Madrasah. *Jurnal An-Nur: Kajian Ilmu-Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*, 8(02).
- Harsoyo, R., & Sukmawati, A. D. (2023). Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Madrasah Riset dalam Peningkatan Mutu Pendidikan di MAN 1 Ngawi. Al-Idaroh: *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1), 61-77.
- Hawi, A. (2017). Tantangan Lembaga Pendidikan Islam. *Tadrib*, 144.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 112.
- Imam Junaris, N. H. (2022). Manajemen Pemasaran Pendidikan. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Indriani, F., Diba, F., Ubaedullah, D., & Pratama, A. I. (2021). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(2), 131-148.
- Irianto, Y. B. (2011). Pemasaran Pendidikan . Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Jahari, J., Khoiruddin, H., & Nurjanah, H. (2018). Manajemen peserta didik. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 3(2), 170-180.
- Junaedi, I. (2019). Proses pembelajaran yang efektif. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 3(2), 19-25.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah tsanawiyah negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880.

- Kismiyati. (2021). Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Ibtidaiyah Imam Puro Sutoragan Kecamatan Kemiri Kabupaten Purworejo. *ibtida, jurnal kajian pendidikan dasar*, 84.
- Labaso, S. (2018). Penerapan marketing mix sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 289-311.
- Mahmud MY, R. S. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan. *Journal of Management in Education*, 35.
- Mahmud, M. Y., Savitri, R., & Oktorita, L. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19. *JMiE (Journal of Management in Education)*, 6(1), 33-44.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 79-86.
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. *Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, 10(2), 133-153.
- Muis, A. A. (2021). Peranan internet sebagai sumber belajar dalam meningkatkan minat belajar Pendidikan Agama Islam peserta didik kelas XI di SMA Muhammadiyah Parepare. *Jurnal Al-Ibrah*, 10(1), 189-222.
- Mukhid, M. P. (2023). Penjaminan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren Dengan Teknologi Pembelajaran.
- Mukhtar, M. (2017). Pemasaran dan upaya dalam mempengaruhi harapan stakeholder dalam lembaga pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 14(2).
- Mudir, A. (2016). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *Malia*, 32.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 1-37.
- Muspawi, M. (2020). Memahami Konsep Dasar Manajemen Peserta Didik. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi (JIUBJ)*, 744.
- Nizarman, N. (2015). Manajemen Penerimaan Siswa Baru. *Manajer Pendidikan: Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana*, 9(2).
- Nizarman. (2016). Manajemen Penerimaan Siswa Baru. *Nitro Professional*, 225.
- Paramarta, V., Fasya, R., Lasminingsih, K. F., Sukmana, H., & Muhsin, A. (2024). Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Digital Sebagai Upaya Peningkatan Siswa Baru. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(2), 35-51.

- Pasaribu, A. (2017). Implementasi manajemen berbasis sekolah dalam pencapaian tujuan pendidikan nasional di madrasah. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1).
- Pelealu, A., Nangoi, G. B., & Gerungai, N. Y. (2018). Analisis Penerapan Sistem Transaksi Non Tunai Dalam Pengelolaan Keuangan Daerah Pada Dinas Lingkungan Hidup Kota Bitung. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(04).
- Perdana, N. S. (2019). Implementasi PPDB zonasi dalam upaya pemerataan akses dan mutu pendidikan. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 3(1), 78-92.
- Philip Fatma, D. (2017). Pengaruh guru profesional dan iklim sekolah terhadap mutu pembelajaran SD Muhammadiyah Terpadu kecamatan Siman kabupaten Ponorogo Tahun pelajaran 2016/2017 (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). Metode penelitian kuantitatif. *Pascal Books*.
- Qomaruddin, Q. (2022). Manajemen Kesiswaan dalam Membentuk Karakter Siswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 20(1), 75-98.
- Rahman, A., & Muin, A. (2023). Aspek Sumber Daya Manusia Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan. *Indopedia (Jurnal Inovasi Pembelajaran dan Pendidikan)*, 1(4), 1457-1467.
- Rahman, Y. A. (2020). Manajemen sumber daya manusia. *Tsaqofah; Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 1-23.
- Rangkuti, S. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Internal Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Pt. Capella Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 3(1).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sangsurya, Y., Muazza, M., & Rahman, R. (2021). Perencanaan Sumber Daya Manusia Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan Di Sd Islam Mutiara Al Madan Kota Sungai Penuh. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 766-778.
- Shopiana. (2021). Manajemen Sumberdaya Manusia dalam Pendidikan. *Jurnal ACIEM (Annual Conference on Islamic Education)*, 447.
- Sirajuddin. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menjaring Siswa Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya Program Madrasah Bertaraf Internasional Pondok Pesantren Nurul Ummah Pacet Mojokerto. *jurnal penelitian dan kajian pendidikan islam*, 103.
- Sofanudin, A. (2021). Jalur Peningkatan Mutu Madrasah Di Jawa Tengah: Problem Dan Solusi.

- Sugianto, S. (2017). Kompetensi Kepala Madrasah Dalam Mengoptimalkan Modal Sosial Untuk Pengembangan Madrasah: Studi Kasus di Madrasah Aliyah As' ariyah Panjang. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 7(2), 72-98.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supardi, D., & Marnoto, M. (2024). Pengukuran Tingkat Pemahaman Pemangku Kepentingan (Stakeholders) Terhadap Visi, Misi, Tujuan, Dan Sasaran (Vmts) Akademi Sekretari Dan Manajemen (Asm) Ariyanti. *Jurnal Education And Development*, 12(1), 302-307.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Prenada Media.
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (4p) Terhadap Keputusan pembelian Perumahan Pt. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi Kasus Perumahan Taman Arizona 1 Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43-49.
- Turmudzi, I. (2017). Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang). *jurnal penataran*, 194.
- Uno, W. A. (2021). *Pengembangan teknologi pendidikan IPA berbasis multimedia dalam meningkatkan minat belajar siswa*. Cv. Cahaya Arsh Publisher & Printing.
- Vernanda, T., Paramita, P. D., & Andini, R. (2023). Pengaruh Skala Usaha Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Umkm Dimoderasi Motivasi Pelaku UMKM (Studi Kasus: UMKM Pengrajin Kulit di Tanggulangin Sidoarjo). *Journal Of Accounting*, 9(1).
- Wahib, A. (2024). Implementasi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Mtsn 1 Tuban Jatim. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 11(3), 1412-1428.
- Wahyudi, K. (2016). Manajemen pemasaran pendidikan. *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 4(2), 99-116.
- Wahyudi, K. (2017). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Kariman, 68.
- Zarkasi, I., & Anwar, F. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menjaring Siswa Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya Program Madrasah Bertaraf Internasional Pondok Pesantren Nurul Ummah Pacet Mojokerto. *Sirajuddin: Jurnal Penelitian Dan Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 102-119.

