

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA
DI MIN 1 PRINGSEWU**

SKRIPS

Oleh:

RAHAYU WILUJENG

NPM. 2011030406

Jurusan: Manajemen Pendidikan Islam



**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1446 H/ 2024 M**

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA DI MIN 1 PRINGSEWU

Skripsi

Diajukan Untuk Dimunaqosyah kan dalam rangka Penulisan
Skripsi pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

**Rahayu Wilujeng
NPM. 2011030406**

Jurusan: Manajemen Pendidikan Islam

**Pembimbing I : Dr. H. Septuri, M.Ag
Pembimbing II : Devin Cumbuan Putri M.Pd**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1445 H / 2024 M**

ABSTRAK

Pemasaran jasa pendidikan harus membangun citra dan sudut pandang sekolah terhadap masyarakat. Strategi pemasaran pendidikan memiliki pola pikir yang berpandangan ke depan sehingga dapat mempersiapkan tenaga pendidik yang berkualitas untuk pendidikan kedepannya. Pemasaran merupakan suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era global. Tujuan dari pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk-produk sekolah meningkatkan minat calon peserta didik, agar sekolah tetap ramai dan banyak jumlah peminatnya semakin meningkat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan subjek penelitian Kepala Madrasah, Waka Kesiswaan, Ketua PPDB, Ketua Tu, dan Orang tua siswa. Analisis yang peneliti gunakan, yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Sedangkan peneliti menggunakan uji keabsahan data dan triangulasi sumber dan triangulasi teknik

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat siswa baru yang dilakukan oleh kepala madrasah dan tim ppdb: 1) Produk yang ditawarkan untuk menarik minat siswa yaitu dengan menawarkan kualitas siswa, keunggulan, kurikulum, ekstrakurikuler. Dimana siswa harus memiliki bekal untuk melanjutkan jenjang selanjutnya. 2) Harga gratis tidak dipungut biaya, walaupun tidak ada biaya fasilitas dan bangunan kami sebagai suatu instansi akan memberikan pelayanan terbaik untuk menunjang proses pembelajaran agar berjalan secara efektif dan efisien. 3) Lokasi strategis dengan letaknya yang tidak jauh dari Jalan Lintas dan dekat dengan berbagai fasilitas umum. 4) Promosi dengan menggunakan media cetak dan elektronik sehingga memudahkan masyarakat mengetahui bahwa sudah ada pembukaan peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu. Media cetak yang digunakan yaitu dengan memasang spanduk, banner dan membagikan brosur ke RT/Tk terdekat, kemudian untuk media elektronik yang digunakan adalah Website, Video Profil sekolah, Tiktok, Ig, link, dan

Facebook.5) Sumber Daya Manusia Tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu sudah 90 % sudah PNS dan ada beberapa guru yang baru diterima PPPK dan beberapa bahkan sudah menempuh pendidikan hingga S2. 6) Bukti Fisik (physical evidence) fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki MIN 1 Pringsewu cukup lengkap dan memadai dalam menunjang proses belajar mengajar mulai dari ruang belajar dan fasilitas lainnya, bukti pendukung meliputi prestasi sekolah, data siswa, rapor, dan akreditasi sekolah, tenaga pendidik yang memenuhi standar. 7) Proses di MIN 1 Pringsewu berjalan dengan efektif dan efisien dengan menggunakan kurikulum yang sudah ditetapkan oleh pemerintah, baik guru yang berkopeten, dan sarana prasana yang lengkap dan memadai. Dari ketujuh strategi yang dilakukan maka sekolah dapat menjadi contoh sekolah sekitar karena keberhasilannya dalam melakukan strategi pemasaran.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Jasa pendidikan



ABSTRACT

Marketing education services must build the school's image and point of view towards the community. The education marketing strategy has a forward-looking mindset so that it can prepare qualified educators for future education. Marketing is a step in balancing the position of education in the global era. The purpose of marketing in an educational institution is to inform the public about school products to increase the interest of prospective students, so that schools remain crowded and the number of enthusiasts is increasing.

Translated with DeepL.com (free version) In this study the authors used a qualitative approach with data collection techniques in the form of interviews, observation, and documentation. With the research subjects of the Head of Madrasah, Head of PPDB, Head of Tu, and parents of students. The analysis that researchers use, namely data reduction, data presentation and data verification. While researchers use data validity testing and source triangulation.

The results of this study indicate that in the education marketing strategy in attracting new students carried out by the madrasah head and ppdb team: 1) The products offered to attract students are by offering quality, excellence, curriculum, extracurricular activities. Where students must have the provision to continue the next level. 2) The price is free of charge, although there is no facility and building fee, we as an institution will provide the best service to support the learning process to run effectively and efficiently. 3) Strategic location with its location not far from Jalan Lintas and close to various public facilities. 4) Promotion by using print and electronic media to make it easier for people to know that there has been an opening of new students at MIN 1 Pringsewu. The print media used is by installing banners, banners and distributing brochures to the nearest Ra / TK, then for electronic media used is the website, school profile video, Tiktok, Ig, link, and Facebook. 5) Human Resources The education staff at MIN 1 Pringsewu is 90% civil servants and there are several teachers who have just been accepted by PPPK and some have even taken education to S2. 6) Physical evidence, the facilities and infrastructure owned by MIN 1 Pringsewu are quite complete and adequate in supporting the teaching

and learning process starting from the learning space and other facilities, supporting evidence includes school achievements, student data, report cards, and school accreditation, educators who meet the standards. 7) The process at MIN 1 Pringsewu runs effectively and efficiently by using the curriculum set by the government, both competent teachers, and complete and adequate infrastructure.

Keywords: Strategi, Marketing, Educational Services



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahayu Wilujeng
NPM : 2011030406
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: **“STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA DI MIN 1 PRINGSEWU”** adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi ataupun karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar rujukan. Apabila suatu waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 17 april 2024



Rahayu Wilujeng
NPM. 2011030406



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA DI
MIN 1 PRINGSEWU**

Nama : Rahayu Wilujeng
NPM : 2011030406
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang
munaqosyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Dr. H. Septuri, M.Ag
NIP. 19640920199403 1 002

Pembimbing II

Devin Cumbuan Putri, M.Pd
NIP.

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Dr. Hj. Yetri, M. Pd
NIP.19651215199403 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA DI MIN 1 PRINGSEWU” yang disusun oleh: **Rahayu Wilujeng**, NPM **2011030406**, Program Studi **Manajemen Pendidikan Islam** telah diujikan pada sidang Munaqosyah di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan pada Hari/Tanggal: **Rabu, 26 Juni 2024** pukul **09.31 – 11.00 WIB**.

TIM PENGUJI

Ketua	: Dr. Hj. Yetri, M. Pd	(.....)
Sekretaris	: Sri Purwanti Nasution, M.Pd	(.....)
Penguji Utama	: Dr. Riyuzen Praja Tuala, M.Pd	(.....)
Pembimbing I	: Dr. H. Septuri, M.Ag	(.....)
Pembimbing II	: Devin Cumbuan Putri, M.Pd	(.....)

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan**



Prof. Dr. Hj. Niya Diana, M.Pd.
NIP. 196408251988032002

MOTTO

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَذُكُمُ عَلَىٰ تَجْرَةٍ تُنَجِّيكُمْ مِّنْ عَذَابِ أَلِيمٍ
تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ
وَأَنفُسِكُمْ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١١﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari adzab yang pedih. (10). Engkau beriman kepada Allah dan Rasulnya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya. (11)”. Q.s As. Shaff ayat 10-11¹



¹ Departemen Agama RI, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2012). h. 24

PERSEMBAHAN

Dengan rasa Syukur kepada Allah SWT, berkat Rahmat dan karunianya, dan shalawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada bagina Nabi Muhammad Swt, maka dengan rasa syukur serta tulus Ikhlas disertai jerih poayah dan perjuangan penulis. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dengan rasa Syukur dan tulus skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Teruntuk Kedua orang tua tercinta Bapak Teguh Santoso dan Ibuku yang sangat aku sayang Ibu Rubiyanti yang telah membesarkanku sampai sekarang ini, terimakasih atas kasih sayang, serta semangat dan doa yang tidak pernah henti sehingga mengantarkanku menuju gerbang keberhasilanku menyelesaikan studi di UIN Raden Intan Lampung.
2. Teruntuk kakak-kakakku tersayang Alm.Kukuh Wahyu Rubowo dan Wahyu Pangertuning Astuti M.Pd yang telah memberikan semangat dan motivasi agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Teruntuk diriku sendiri terimakasih atas perjuangannya melawan rasa malas sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
4. Untuk patnerku seseorang yang memiliki NRP 129917 terimakasih sudah mendengarkan keluh kesah dengan sabar dan menemani penulis menyelesaikan skripsi ini
5. Teruntuk Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah menjadi wadah untuk menimba ilmu pengetahuan dan memberikan banyak kenang-kenangan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama lengkap Rahayu Wilujeng lahir di Patoman, Kec.Pagelaran, Kab.Pringsewu, Lampung. Lahir pada tanggal 26 Januari 2002 yang merupakan anak ke 3 dari 3 saudara dari pasangan bapak Teguh Santoso dan Ibu Rubiyanti. Riwayat Pendidikan penulis sebagai berikut:

Penulis memulai pendidikan di TK Aisyah Bustafanul Anfal (TK ABA) di Patoman dan lulus pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 1 Patoman dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2014, lalu melanjutkan sekolah jenjang menengah pertama di SMP Negeri 1 Pagelaran dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2017, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Pagelaran kec.Pagelaran kab.Pringsewu lulus pada tahun 2020, Dan melanjutkan bidang studi S1 di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Penulis pernah mengikuti kegiatan Organisasi Intra Sekolah (OSIS) di jenjang SMA dan bertugas sebagai Bendahara 1 pada periode 2017/2018 dan menjadi Bendahara Umum pada periode 2018/2019.

Selama menjadi mahasiswa penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Desa Kalirejo Kab.Pesawaran. Penulis juga telah melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan di MIN 1 Pringsewu

Bandar Lampung, 17 April 2024

Penulis,

Rahayu Wilujeng

NPM : 2011030406

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Alhamdulillah wasyukurillah, segala puji bagi Allah SWT semoga kita semua selalu dalam lindungannya. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul

“Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu”.

Shalawat serta salam mari kita curahkan kejunjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman kegelapan hingga menuju jalan yang terang benderang seperti yang kita rasakan sekarang ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof Dr. Hj. Nirva Diana, M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr. Yetri, M.Pd dan Riyuzen Praja Tuala, M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung.
3. Dr. H. Septuri M.Ag, selaku Pembimbing I dengan penuh keikhlasan telah banyak memberikan bimbingan arahan dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Devin Cumbuan Putri M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang sudah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Perpustakaan Tarbiyah UIN Raden Intan Lampung yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Kepala Madrasah MIN 1 Pringsewu, dan semua guru dan staf yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian
8. Kedua orangtuaku, kakak-kakak, dan sepupuku yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas ini.
9. Untuk teruntuk sahabat terbaikku Tri Widya Lestari, Angel Putri Berliana, Annisa Putri, Aulia Aditya Anzani, Meylia Redita Putri, Nasekhatun Toyibba, Monik Mutiah dan seluruh teman-teman sistur qyut yang sudah menjadi bagian dari penulis semasa dibangku kuliah.
10. Untuk teman KKN ku Ika Selpiyani dan Vrista Awlya Afifa terimakasih sudah memberikan warna dihidupku semasa kita melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) bersama.
11. Teman-teman Mahasiswa/I MPI angkatan 2020 kelas B dan khususnya anak ibu dan teman-teman terdekatku yang tidak bisa disebutkan satu persatu
12. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan maupun kosakata karena kurangnya penulis dalam menguasai teori dan ilmu. Maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amiin

Bandar Lampung, 17 April 2024
Penulis

Rahayu Wilujeng
2011030406

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
PERNYATAAN.....	vii
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	21
A. Penegasan Judul	21
B. Latar Belakang.....	4
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	18
D. Rumusan Masalah	18
E. Tujuan Penelitian	19
F. Manfaat Penelitian.....	19
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	20
H. Metode Penelitian.....	25
I. Sistematika Pembahasan	32
BAB II LANDASAN TEORI	35
A. Strategi Pemasaran	35
1. Pengertian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	35
2. Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran Pendidikan	38
3. Bauran pemasaran Jasa Pendidikan	40
a. Product (Produk)	42
b. Price (Harga)	44

c. Place (Tempat/Lokasi).....	46
d. Promotion (Promosi)	46
e. People (Orang)	47
f. Physical Evidence (Bukti Fisik)	49
g. Process (Proses).....	50
B. Minat Peserta Didik Baru	51
1. Pengertian Minat Peserta Didik	51
2. Faktor yang mempengaruhi minat	52
BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	55
A. Objek Penelitian	55
1. Sejarah singkat MIN 1 Pringsewu.....	55
2. Visi, Misi dan Tujuan	56
3. Struktur Organisasi MIN 1 Pringsewu	58
4. Keadaan Guru di MIN 1 Pringsewu	58
5. Data Keadaan Jumlah Siswa MIN 1 Pringsewu	60
6. Data Jumlah Ruangan	61
B. Penyajian Fakta dan Data	61
BAB IV ANALISIS PENELITIAN.....	87
A. Analisis Data Penelitian.....	87
B. Temuan Penelitian	99
BAB V PENUTUP.....	105
A. Kesimpulan.....	105
B. Rekomendasi	106
DAFTAR RUJUKAN	107
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Siswa Lima Tahun Terakhir	16
Tabel 1.2 Kajian Terdahulu Yang Relevan.....	24
Tabel 3.1 Struktur Organisasi	58
Tabel 3.2 Data Keadaan Guru	59
Tabel 3.3 Data Siswa Lima Tahun Terakhir.....	60
Tabel 3.4 Data Jumlah Ruangan	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian	112
Lampiran 2 Lembar Observasi	114
Lampiran 3 Pedoman Wawancara	117
Lampiran 4 Dokumentasi	127
Lampiran 5 Daftar Responden.....	128
Lampiran 6 Hasil Wawancara.....	129
Lampiran 7 Surat Prapenelitian	151
Lampiran 8 Surat Balasan Prapenelitian.....	152
Lampiran 9 Berita Acara Seminar Proposal	153
Lampiran 10 Surat Permohonan Penelitian	154
Lampiran 11 Surat Penelitian	155
Lampiran 12 Surat Balasan Penelitian.....	156
Lampiran 13 Dokumentasi Wawancara.....	157
Lampiran 14 Profil Sekolah	160
Lampiran 15 Hubungan Masyarakat	160
Lampiran 16 Data Siswa Prestasi	162
Lampiran 17 Promosi Sekolah	163
Lampiran 18 Akses Jalan	166
Lampiran 19 Sarana dan Prasarana	168



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum menjelaskan lebih runtut serta menguraikan isi proposal skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan sedikit istilah yang terkandung dalam judul proposal skripsi ini, skripsi yang berjudul:

“Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Orang tua di Min 1 Pringsewu” agar tidak terjadi kesalahan antara pembaca dengan apa yang dimaksud oleh penulis, maka penulis akan memberikan penjelasan judul secara singkat sebagai berikut.

1. Strategi

Strategi merupakan pola dasar dari suatu sasaran yang berjalan dan sudah tersusun dan terencana penyebaran, sumber daya dan interaksi organisasi dengan segmen pasar, pesaing, kolega, dan faktor-faktor lingkungan². Sedangkan Strategi yang dimaksud dalam judul ini ialah meninjau pola strategi apa saja yang efektif dilakukan dalam strategi pemasaran pendidikan agar bisa menarik minat siswa baru.

2. Pemasaran

Pemasaran ialah proses social yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, serta menawarkan apa yang mereka butuhkan dan secara bebas

² Mustolih & Tri Murni, “Straegi, Planning, Posisioning, Targeting.,” *Cakrawala IAINU Kebumen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI)* 2, no. 1 (2018):h. 1.

mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.³

3. Pendidikan

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.⁴

4. Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ialah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, yakni, gairah dan keinginan. Minat adalah karakteristik seseorang yang relatif tetap, sehingga minat memiliki pengaruh besar pada kegiatan seseorang, karena orang yang tertarik mau melakukan hal apa saja yang mereka minati. Di sisi lain, seseorang tidak mungkin melakukan suatu kegiatan tanpa minat seseorang. Minat ialah sejauh mana seseorang merasa atau tertarik atau tidak disukai dengan mengabaikan adanya rangsangan. Atau dengan tegas meminta sesuatu seseorang untuk melakukan semua apa yang dia inginkan. Minat merupakan salah satu faktor yang dapat memandu bakat, sehingga keberadaan minat merupakan salah satu faktor utama untuk mengembangkan atau mengoptimalkan prospek.⁵

5. Siswa

³ Susy Alestriani Sibagariang, Sukarman Purba, and Irsan Rangkuti, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di SMK HKBP Pematang Siantar" 3 (2023): h. 45.

⁴ Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional, "Introduction and Aim of the Study," *Acta Pædiatrica* (1982): <https://doi.org/10.1111/j.1651-2227.1982.tb08455.x>. h. 71.

⁵ Anoraga and Panji, *Psikologi Pendidikan*, ed. Jakarta Rineka, 2009, h 3.

Pengertian siswa dalam Kamus Bahasa Indonesia ialah orang/anak yang sedang berguru (belajar, bersekolah). Menurut Prof. Dr. Shafique Ali Khan) pengertian siswa adalah orang yang datang dan hadir ke suatu lembaga/ instansi sekolah untuk memperoleh atau mempelajari beberapa tipe pendidikan. Sedangkan menurut Sardiman, pengertian siswa adalah orang yang datang kesekolah untuk memperoleh atau mempelajari beberapa tipe Pendidikan yang ada dibeberapa Lembaga. Pada saat masa sekarang ini siswa mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Selain itu juga berubah secara kognitif dan mulai mampu berpikir abstrak seperti orang dewasa. Pada periode ini pula remaja mulai melepaskan diri secara emosional dari orang tua dalam rangka menjalankan peran sosialnya yang baru sebagai orang dewasa. Masa ini secara global berlangsung antara usia 12-22 tahun. Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa Siswa merupakan salah satu bagian penting dari sistem pendidikan, yang kemudian diolah selama proses pendidikan sehingga mampu menciptakan siswa-siswi berkualitas yang sesuai dengan tujuan pendidikan.⁶

6. Min 1 Pringsewu

Min 1 Pringsewu adalah salah satu lembaga pendidikan formal dengan jenjang pendidikan yang ciri khasnya pendidikan Agama Islam yang berada dinaungan Kementrian Agama sebagai tempat dimana siswa-siswi belajar untuk menempuh pendidikan sekolah dasar yang berlokasi di Jl. Mpu Tantular, Pajar Agung Barat, Kabupaten Pringsewu, Lampung.

Dengan kata lain yang dimaksud dengan adanya Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Siswa Baru di Min 1 Pringsewu ini adalah untuk mencapai suatu target pemasaran dilembaga pendidikan dengan cara

⁶ Mardiana, Nugraha Ugi, and Setiawan Iwan Budi, "Motivasi Siswa Mengikuti Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Di SMP 13 Tanjung Jabung Timur," *Jurnal Score 2*, no. 1 (2022). h. 32–37.

menggunakan strategi pemasaran pendidikan semenarik mungkin agar dapat menarik minat siswa baru.

B. Latar Belakang

Di era perubahan zaman yang semakin canggih dengan teknologi, lembaga pendidikan semakin dituntut memberikan pelayanan yang profesional sebagai *stakholder*. Hal ini disebabkan semakin kritisnya para *stakholder* dalam memiliki suatu lembaga pendidikan yang layak dan memuaskan. Stakholder yang dimaksud adalah Siswa/I, Orang tua murid, Guru, alumni sekolah.⁷

Pada saat ini tingkat persaingan di dunia pendidikan baik jenjang Madrasah Ibtidaiyah sampai dengan Perguruan tinggi, sangat lah tinggi sehingga menuntut sekolah-sekolah untuk mampu bersaing untuk melaksanakan strategi pendidikan secara kreatif, inovatif, efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran yang dilakukan semacam ini sebenarnya membutuhkan suatu konsep pemasaran dasar yang telah didasarkan pada minat pemasar serta apa sajakah kebutuhan dan keinginan dari pelanggan. Dalam hal ini, strategi pemasaran memiliki posisi yang begitu penting didalam dunia pendidikan dikarenakan pendidikan dunia saat ini telah memasuki zaman globalisasi, dimana pada zaman ini semua serba maju dan canggih menyebabkan iklim kompetitif sudah memasuki semua lini kehidupan.

Persaingan ini berlaku juga dalam dunia pendidikan, walaupun suatu lembaga pendidikan tidak termasuk salah satu lembaga profit, namun pengelolaannya tidak bisa dilakukan dengan cara tradisional tetapi membutuhkan kemampuan khusus yang ahli dalam bidangnya sehingga mendapatkan output pendidikan yang memiliki daya saing tinggi untuk dapat bersaing ditingkat nasional maupun internasional. Dan saat ini juga paradigma dalam memandang suatu pendidikan mulai bergeser, pada awalnya pendidikan dipandang dan

⁷ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Lembaga Pendidikan* (Malang: UMM Press, 2010), h. 5.

dikaji sebagai aspek sosial, tetapi sekarang masyarakat melihat pendidikan sebagai corporate atau perusahaan. Sehingga sekolah harus bertindak responsif, inovatif, dan kreatif untuk mempertahankan dan mengembangkan siswanya karena persaingan dalam dunia pendidikan yang begitu cepat. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan, strategi manajemen dapat diterapkan dalam manajemen sekolah.⁸

Pendidikan dianggap sebagai alat untuk meningkatkan taraf hidup manusia. Pendidikan membuat orang cerdas, memiliki "kemampuan atau *skill*, sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat", "pendidikan menjadi investasi yang" memberikan "keuntungan sosial" "dan pribadi yang menjadikan bangsa" bermartabat," dan individunya "menjadi" "manusia yang memiliki derajat".⁹ Lembaga tersebut ialah sekolah. Untuk mempertahankan keberadaannya, sekolah juga harus dapat memperkenalkan dan memasarkan madrasahnyanya. Tanpa strategi promosi yang cukup, suatu sekolah akan mengurangi jumlah siswa dan membuat sekolah tidak dikenal masyarakat. Sangat penting untuk memasarkan lembaga pendidikan, terutama sekolah, karena masyarakat umum dan calon konsumen belum meninggalkannya. Akibatnya, kegiatan pemasaran sekolah tidak hanya mencakup penyediaan layanan sehingga sekolah dapat menarik minat siswa baru. Ini juga menunjukkan bahwa sekolah bertanggung jawab kepada masyarakat luas atas layanan pendidikan masa kini dan masa depan.¹⁰

Menurut Philip Kotler dan Topor mengatakan bahwa citra adalah kekuatan. Citra positif adalah aset yang begitu

⁸ Diana Riski and Sapitri Siregar, "Manajemen Strategi Dalam Lembaga Pendidikan" 2 (2022): h. 680–94.

⁹ Alfian Syafi, Achmad Qosim, and Ara Hidayat, "Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru Di Madrasah Aliyah Raudlotul Huffadz Kediri Tabanan Tahun 2021/2022," 2022. h. 1–11.

¹⁰ Muhaimin, Suti'ah, and Sugeng Listyo Prabowo, *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Prenada Media Grup, vol. 3, 2015, <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.h.245>.

berharga di pasar. *Image* positif juga menjadi modal dasar yang kuat untuk mempengaruhi ekspektasi pelanggan. Salah satu cara untuk mencapai citra yang baik adalah dengan mempengaruhi kebutuhan dengan mengharapkan konsumen tertarik dengan barang dan layanan yang tersedia di institusi pendidikan atau madrasah. Dengan demikian, calon siswa sangat tertarik untuk masuk sekolah ataupun madrasah tersebut. Dengan kata lain, sekolah dan madrasah harus berusaha untuk meningkatkan barang dan jasa berkualitas tinggi, diikuti dengan promosi madrasah yang optimal untuk mencapai semua yang diharapkan. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan yang dimaksudkan untuk merencanakan, mempromosikan, dan melakukan pertukaran sesuatu yang bernilai untuk mencapai tujuan dan tujuan yang terkait satu sama lain. Untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, ada beberapa elemen penting yang dapat digunakan untuk menganalisis. Salah satunya adalah konsep pasar, yaitu bagian pemasaran sosial, yang tugasnya adalah menentukan pelanggan dari pesaing mereka dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan kebutuhan dan keinginan pasar serta memberikan kepuasan pelanggan dengan cara yang lebih efektif dan efisien dari pesaing mereka dengan tetap mempertahankan dan meningkatkan kesenangan pelanggan.¹¹

Pemasaran adalah sebuah proses manajerial yang mengakibatkan individu atau kelompok yang ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan, yaitu dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk atau jasa yang mempunyai nilai kepada pihak lain. Manajemen pemasaran menyangkut sebuah produk yaitu barang dan jasa agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Manajemen pemasaran mempunyai tujuan agar perusahaan dapat menghasilkan laba sebanyak banyaknya, yaitu dengan cara memenuhi atau melayani konsumen dengan cara

¹¹ Pendidikan Bisnis and Bisnis Pendidikan, "View of Pendidikan Bisnis, Bisnis Pendidikan" 5, no. 2 (n.d.): <https://journal.binus.ac.id/index.php/winners/article/view/3855/3110>. h. 10-13.

menyediakan produk (barang dan jasa) yang mereka butuhkan dan inginkan.¹²

Pemasaran Pendidikan berarti bekerja sama dengan suatu lembaga untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa kepuasan dan rasa nyaman terhadap suatu lembaga. Sehingga Keuntungan berlipat ganda akan diperoleh produsen melalui penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain. Pemasaran juga berarti kegiatan yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.¹³

Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun. Strategi Promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Allah berfirman dalam Q.S. al-Nahl 16:125 yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَدِلْ لَهُم بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan

¹² Aris Arianto, *Manajemen Pemasaran*, ed. Saripudin Udin, April 2023 (Grup CV. Widina Media Utama, 2023).h 34

¹³ R Amalia, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11). 2018. h. 10–27.

Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.¹⁴ Dalam kaitannya dengan persoalan bisnis, Nabi Muhammad SAW menegaskan bahwa Allah SAW memberikan rahmat kepada seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis sebagaimana hadits riwayat Bukhari dan Tirmidzi. Dalam dunia pendidikan memberikan layanan terbaik kepada konsumen dapat dilakukan dengan cara tegur sapa yang sopan dan santun, terima kasih dan senyum ramah, jangan sungkan dengan mengucapkan minta maaf jika membuat kesalahan Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab, sebagaimana sabda beliau:

Artinya: “Allah berbelas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia menjual, bila membeli dan atau ketika menuntut hak (menagih)” (HR. Bukhari). Seorang pemasar yang baik harus memiliki kemampuan bertutur sapa dengan lemah lembut. Sebagaimana praktik yang dicontohkan Nabi Muhammad Saw dalam mendakwahkan ajaran Islam. Dalam rangka mengemban tugasnya, Nabi Muhammad Saw merupakan sosok yang penuh kasih sayang¹⁵

Dari hal di atas maka dapat dipahami bahwa dalam pandangan islam. Produk jasa yang bernilai haram tidak memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang karenanya tidak dianggap sebagai barang ekonomi. Dalam kaitannya dengan pemasaran syariah maka dilarang mengada ada atau melebihi lebihkan dalam mempromosikan suatu lembaga atau semacamnya ke masyarakat sebagai calon konsumen.¹⁶

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Tafsirnya* (Jakarta: Departemen Agama RI & Widya Cahaya, 2011).

¹⁵ Moh. Toriquddin, “Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syari'ah,” *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah* 7, no. 2 (2015): h.116–125, <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>.

¹⁶ Mohamad Zaenal Arifin, Muh Anshori, and Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani, “Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada

Peranan Strategi pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran.¹⁷ Menurut Muhammad Jauharul Mawahib, dengan adanya bauran pemasaran produk, akan mampu meningkatkan struktur keputusan yang diambil pembeli, sehingga berdampak pada pencapaian peningkatan target perusahaan.¹⁸

Menurut Haris Hermawan, dengan adanya bauran pemasaran, dapat meningkatkan keputusan, kepuasan, dan loyalitas konsumen terhadap pembelian sehingga nantiya akan berdampak pada peningkatan kualitas daya saing perusahaan. Sedangkan menurut, Putra, Yunus, dan Sulaiman, dengan diadakanya bauran pemasaran, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas merk yang ditawarkan perusahaan, sehingga akan berdampak pada baiknya citra perusahaan oleh konsumen¹⁹.

Untuk melaksanakan menerapkan kegiatan strategi pemasaran pendidikan yang efektif, perlu digunakan berbagai perspektif. pola pikir ini akan memungkinkan sekolah untuk menilai operasinya berdasarkan kebutuhan pengguna jasa pendidikan. Pada akhirnya, sumber daya manusia yang dihasilkan dari pendidikan dapat digunakan untuk membantu masyarakat, baik di dalam maupun di luar pendidikan. Begitu pula dengan bidang pendidikan: lembaga pendidikan bukanlah organisasi yang menguntungkan, tetapi pengelolaannya tidak dapat dilakukan secara konvensional karena membutuhkan keterampilan khusus. Akibatnya, produk pendidikan sangat

Perbankan Syariah, "Agustus 5, no. 2 (2022): h. 83–97, <https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah>.

¹⁷ Ibid., h. 99.

¹⁸ Muhammad Jauharul Mawahib, "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman)," *EJournal Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman* 3, no. 4 (2015): h. 858–872.

¹⁹ Erwinsyah Putra, Muhklis Yunus, and Sulaiman, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepercayaan Merek (Brand Trust) Dan Dampaknya Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Politeknik Aceh," *Jurnal SI-MEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES* 6, no. 2 (2015). h. 87–97, <http://sties-aceh.ac.id/e-jurnal/index.php/simen/article/view/43/30>.

kompetitif dan dapat bersaing di seluruh dunia. Melihat dan mempelajari paradigma dari perspektif sosial menunjukkan bahwa masyarakat saat ini memiliki pendidikan yang lebih tinggi di perusahaan. Dengan kata lain, lembaga pendidikan dianggap sebagai perusahaan produksi yang menghasilkan produk pendidikan yang dibeli oleh konsumen. Jika produsen tidak memiliki kemampuan untuk menjual barangnya dalam hal ini kualitas jasa pendidikan tidak bisa memenuhi kebutuhan konsumen, maka jasa produksi yang akan diberikan tidak akan laku dijual.

Strategi ini berasal dari dunia bisnis, di mana marketing berfokus pada kepuasan konsumen: jika konsumen tidak puas, marketing gagal. Dengan kata lain, lembaga pendidikan tidak akan bertahan jika mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar untuk memberikan pendidikan kepada pengguna.²⁰ Sedangkan dalam konteks pendidikan, organisasi pendidikan dapat didefinisikan sebagai sebuah lembaga organisasi yang bergerak dalam bidang layanan jasa pendidikan dengan tujuan melayani konsumen seperti siswa dan mahasiswa serta masyarakat umum yang dikenal sebagai stake holder. Karena itu, etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah memberikan layanan intelektual yang tinggi dan pembentukan karakter.

Produsen yang melakukan bisnis dengan etika yang baik yang tidak mengandung unsur kebathilan, kedzaliman, atau keterpaksaan mampu dengan sukses menciptakan kesetiaan konsumen terhadap produk mereka. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Allah SWT dalam surah An-Nisa' ayat 29 sebagai berikut:

²⁰ Irwan Fathurrochman et al., "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas," *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 6, no. 1 (2021), h 1–12, <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢١﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.²¹

Dari penjelasan ayat di atas, terlihat bahwa Allah SWT melarang memperoleh harta dengan cara yang salah; Sebaliknya, Dia menganjurkan untuk berbisnis dengan cara di mana kedua pihak yang terlibat dalam transaksi setuju satu sama lain. Begitu pula, strategi pemasaran pendidikan yang memaksimalkan etika bisnis selama proses pemasaran dan transaksi dapat meningkatkan penjualan produk.

Pemasaran lembaga Pendidikan memiliki tujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk-produk sekolah untuk meningkatkan minat, membantu sekolah tetap eksis, dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Dengan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga lembaga pendidikan dapat memberikan layanan terbaik, yang tentunya akan berdampak pada kepuasan pelanggan.²²

Sedangkan Menurut Sufja Assauri mengklasifikasikan bahwa fungsi pemasaran mempunyai tiga fungsi dasar yaitu;

²¹ RI, *AL-Qur'an Dan Terjemahannya*, 28.

²² Mohamad Zaenal Arifin, "Islamic Education Management Study Programme, Faculty of Tarbiyah and Education, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.," 2023.h. 69, <https://doi.org/10.14421/manageria>.

fungsi transaksi/transfer yang meliputi: pembelian dan penjualan; fungsi *supply* fisik (pengangkutan dan penggudangan tau penyimpanan) dan fungsi penunjang (penjagaan standarisasi dan grading, financing, penanggungan resiko dan informasi pasar). Sedangkan pemasaran memiliki fungsi pendidikan sebagai salah satu langkah pembaruan ketika sebuah lembaga pendidikan harus mengikuti atau mengimbangi ketatnya persaingan dalam memperoleh pelanggan (*costomer*).

Peranan strategi pemasaran tidak terlepas dari bauran pemasaran yang digunakan perusahaan karena bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut James dan Philips dalam buku yang dikutip oleh David Wijaya untuk mengukur bauran pemasaran yaitu dapat dilihat dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*.²³ Produk meliputi siswa, kurikulum,ekstakulikuler, dan sekolah sebagai kegiatan masyarakat. Harga meliputi penentuan harga jasa berdasarkan biaya, penentuan harga jasa berdasarkan persaingan, penentuan harga berdasarkan nilai. Kemudian dalam hal promosi meliputi periklanan, penjualan pribadi, publisitas, promosi penjualan. Dalam hal sdm meliputi, siswa, guru dan karyawan, kepuasan orang tua. Selanjutnya dalam hal bukti yaitu bentuk gedung dan denah lokasi sekolah, dan yang terakhir dalam hal proses meliputi proses pembelajaran.

Konsep pemasaran didominasi oleh bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah seperangkat alat pemasaran dengan *customer oriented*, terdiri dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol,

²³ Samsu Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam* (K-Media, 2021). h. 45.

digunakan oleh pemasar untuk mencapai tujuan pemasaran atau target pasar yang dituju.²⁴

Menurut Haris Hermawan, dengan adanya bauran pemasaran, akan meningkatkan keputusan, kepuasan, dan loyalitas konsumen dalam pembelian sehingga nantiya akan berdampak pada peningkatan kualitas daya saing perusahaan. Sedangkan menurut Putra, Yunus, dan Sulaiman, dengan adanya bauran pemasaran, akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas merk yang ditawarkan perusahaan, sehingga akan berdampak pada baiknya citra perusahaan oleh konsumen.²⁵

Sedangkan Minat peserta didik menurut Slameto dalam buku Syaiful Bahri Djamarah, “minat” adalah suatu rasa yang lebih suka dan rasa” keteratikan pada sesuatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.²⁶ Secara sederhana, “minat” (interest) “berarti kecendrungan “dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”.²⁷ Peserta didik adalah individu yang sedang tumbuh dan berkembang baik secara fisik, psikologis, sosial, dan religius dalam mengarungi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.²⁸ Peserta siswa atau “peserta didik menurut ketentuan umum yang ada di undang-undang RI No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang, dan jenis pendidikan tertentu”

²⁴ Christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruh Nya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Baru Mall Manado Oleh: Christian A.D Selang,” *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2016):h. 72.

²⁵ Erwinsyah Putra, Muhklis Yunus, and Sulaiman, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepercayaan Merek (Brand Trust) Dan Dampaknya Pada Keputusan MahasiswaMemilih Kuliah Di Politeknik Aceh,” 2015. h. 88.

²⁶ Djamarah Bahri Syaiful, *Psikologi Belajar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008),h. 191.

²⁷ Muhibbinsyah, *Psikologi Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010),h. 133.

²⁸ Nata Abuddin, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Prenanda Media Grub, 2010),h. 173.

Minat tidak timbul secara kebetulan, namun minat timbul karena terdapat faktor- faktor yang mempengaruhi timbulnya minat. Menurut Crow terdapat tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri individu.
Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat membaca, belajar, menuntut ilmu, dan lain-lain.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalkan minat terhadap pakaia timbul karena ingin mendapat perhatian dari orang lain.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut.

Dari berbagai istilah diatas dapat disimpulkan bahwa minat peserta didik baru adalah suatu ketertarikan peserta didik/ orang tua terhadap suatu lembaga pendidikan tanpa adanya paksaan untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya sesuai dengan tahap perkembangannya.

Sekolah adalah tempat terbaik untuk anak atau peserta didik memulai pendidikan formal. Sekolah tidak hanya harus memberikan nilai, tetapi juga harus mempersiapkan siswa untuk membangun karakter supaya mereka dapat beradaptasi dengan masyarakat dan zaman di masa depan. Orang tua memiliki peran penting dalam memilih sekolah anak mereka. Saat ini, banyak institusi pendidikan yang berbasis Islam Terpadu (IT) telah didirikan yang memadukan pendidikan formal dengan pendidikan akhlak. Ada tujuh faktor yang dipertimbangkan orang tua, yaitu

- a. Misi Sekolah: Visi misi sekolah menentukan kurikulum yang akan digunakan. Oleh karena itu, orang tua harus menentukan apakah visi dan misi tersebut sudah sesuai dengan pendidikan yang dimiliki keluarga atau tidak.

- b. Tenaga Pendidik. Pendidik adalah kunci keberhasilan pembelajaran, jadi orang tua harus memperhatikan latar belakang guru di sekolah.
- c. Kondisi lingkungan sekolah dan sekitarnya, termasuk ketersediaan sarana dan prasarana. Kebutuhan dan kenyamanan siswa juga terjamin jika semua hal dilakukan dengan benar.
- d. Jarak dari sekolah ke rumah Jangan pergi terlalu jauh sehingga anak menjadi lelah dan tidak ingin belajar.
- e. Sesuai dengan Kebutuhan dan Karakter Anak: Orang tua harus memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan anak serta mempertimbangkan karakter anak.
- f. Memahami kebutuhan karakter dan kebutuhan pesera didik.
- g. Biaya yang dibutuhkan. Orang tua juga harus memilih sekolah sesuai kemampuan keuangannya sehingga pendidikan anak bisa terlaksana tanpa ada hambatan.²⁹

Dapat disimpulkan bahwa orang tua harus mempertimbangkan berbagai hal dalam memilihkan sekolah untuk anaknya seperti kesesuaian visi dan misi sekolah, jarak dan biaya. Akan tetapi juga harus disesuaikan dengan kemauan dari anak supaya proses pendidikan atau belajar bisa sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Berdirinya MIN 1 Pringsewu untuk membentuk peserta didik yang menjunjung tinggi dalam memiliki keunggulan kepribadian yang dimiliki siswa didasari dengan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT serta membentuk karakter yang menjunjung tinggi dan memiliki kemandirian dalam bersikap, bertindak dan berfikir berbasis akhlakul karimah.

Berdasarkan hasil pra penelitian melalui wawancara dengan Bapak Wahyu Cahyo Wibowo S.Pd selaku Ketua panitia dalam kegiatan PPDB pada (Penerimaan Peserta Didik

²⁹ Dewi Ambarsari, "Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Walisongo, Bekasi Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru" 12 (2023): 366–67, <https://doi.org/10.22441/jies.v12i1.218542019.5.1.001>.

Baru) MIN 1 Pringsewu. Pada tanggal 07 Oktober 2023 didapati hasil wawancara bahwa *Product* (produk) yang ditawarkan sekolah Akreditasi B, Tahfizh, Tilawah, Siswa. Kemudian untuk *price* (harga) di MIN 1 Pringsewu itu gratis, pada aspek *place* (lokasi) sangat strategis berada ditengah kota, kemudian pada aspek *promotion* yang digunakan sosial media, pada aspek *people* tenaga pendidik di Min 1 Pringsewu ditempatkan sesuai dengan kemampuan sesuai kualifikasi yang ada. Selain itu minat masyarakat/minat orang tua terhadap MIN 1 Pringsewu tinggi sesuai dengan jumlah calon siswa yang umurnya sudah mencukupi dan biasanya berdomisili di sekitar sekolah. Pada aspek *physical evidence* sudah lengkap adanya ruang kelas, pada aspek *process* pembelajaran menggunakan kurikulum 2013 dan kurikulum Merdeka.

Tabel 1.1

Daftar Jumlah Peserta Didik Baru Lima Tahun Terakhir

NO	TAHUN AJARAN	JUMLAH SISWA DITERIMA	JUMLAH PENDAFTAR
1.	2019/2020	54 Siswa	54 Siswa
2.	2020/2021	55 Siswa	60 Siswa
3.	2021/2022	54 Siswa	59 Siswa
4.	2022/2023	57 Siswa	61 Siswa
5.	2023/2024	74 Siswa	79 Siswa

Dokumentasi MIN 1 Pringsewu 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa dampak keberhasilan dari strategi pemasaran yang dilakukan di MIN 1 Pringsewu yang melakukan promosi melalui media massa seperti web site, facebook, brosur, tik-tok, dan promosi yang secara tidak langsung oleh masyarakat. Banyaknya siswi yang dimiliki oleh MIN 1 Pringsewu menjadikan penulis ingin meneliti bauran pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MIN 1 Pringsewu sebagai strategi dalam melakukan pemasaran lembaga pendidikan serta efeknya terhadap daya saing lembaga pendidikan. Karena dalam konteks pendidikan dasar

dan menengah siswa merupakan pihak yang paling penting tanpa siswa tidak ada permintaan dalam pendidikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di MIN 1 Pringsewu menghasilkan data bahwa: Produk yang ditawarkan untuk menarik minat siswa yaitu dengan menawarkan kualitas produk, keunggulan, kurikulum, ekstrakurikuler. Dimana siswa harus memiliki bekal untuk melanjutkan jenjang selanjutnya. Program unggulan yang ditawarkan adalah Program Tahfizh dan Tilawah, serta kegiatan akademik lainnya. Harga gratis tidak dipungut biaya hanya pada saat pengambilan batik, dan pakaian olahraga ada biaya yang perlu dikeluarkan, walaupun tidak ada biaya fasilitas dan bangunan kami sebagai suatu instansi akan memberikan pelayanan terbaik untuk menunjang proses pembelajaran agar berjalan secara efektif dan efisien. Lokasi strategis dengan letaknya yang tidak jauh dari Jalan Lintas dan dekat dengan berbagai fasilitas umum, sehingga memudahkan para pengguna baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi dan pejalan kaki. Dengan lokasi yang tidak begitu dekat dengan jalan raya sehingga proses belajar mengajar tidak terganggu dari kebisingan dari kendaraan di jalan raya. Selain itu lokasi ini bersampingan dengan Ra/tk sehingga memudahkan madrasah memperluas pasar dan lokasi ini juga dekat dengan pemukiman warga sehingga sekolah lebih mudah dalam berinteraksi agar menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman. Promosi dengan menggunakan media cetak dan elektronik sehingga memudahkan masyarakat mengetahui bahwa sudah ada pembukaan peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu. Media cetak yang digunakan yaitu dengan memasang spanduk, banner dan membagikan brosur ke Ra/Tk terdekat, kemudian untuk media elektronik yang digunakan adalah Website, Video Profil sekolah, Tiktok, Ig, link, dan Facebook. Sumber Daya Manusia dalam mengukur loyalitas siswa siswa dapat dilihat dari motivasi dalam mengikuti semua program pembelajaran dan ekstrakurikuler yang ada disekolah serta kepuasan orang tua inisiatif orang tua untuk

ikut mempromosikan ke masyarakat banyak. Tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu sudah 90 % sudah PNS dan ada beberapa guru yang baru diterima PPPK dan beberapa bahkan sudah menempuh pendidikan hingga S2. Bukti Fisik (*physical evidence*) fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki MIN 1 Pringsewu cukup lengkap dan memadai dalam menunjang proses belajar mengajar mulai dari ruang belajar dan fasilitas lainnya, bukti pendukung meliputi prestasi sekolah, data siswa, rapor, dan akreditasi sekolah, tenaga pendidik yang memenuhi standar. Proses di MIN 1 Pringsewu berjalan dengan efektif dan efisien dengan menggunakan kurikulum yang sudah ditetapkan oleh pemerintah, baik guru yang berkopeten, dan sarana prasarana yang lengkap dan memadai.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas serta dilihat dari kondisi jumlah peminat MIN 1 Pringsewu dari tahun ke tahun selalu ada peningkatan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka fokus penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Orang Tua di MIN 1 Pringsewu”.

2. Sub Fokus Penelitian

Adapun sub-fokus penelitian ini menggunakan Teori dari James dan Philips dalam buku David Wijaya adalah: Strategi Penerapan Bauran Pemasaran (*marketing mix*) yaitu 7P: (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus dan sub fokus yang telah dipaparkan, maka yang menjadi sub fokus masalah yang dijadikan patokan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut

1. *Product* (Produk) apa saja yang ditawarkan di MIN 1 Pringsewu?
2. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pendidikan dalam hal *Price* (Harga) di MIN 1 Pringsewu?
3. Bagaimana keadaan *Place* (tempat) MIN 1 Pringsewu?
4. Bagaimana *Promotion* (promosi) yang dilakukan oleh MIN 1 Pringsewu?
5. Bagaimana *People* (Sumber daya manusia) MIN 1 Pringsewu?
6. Bagaimana *Physical evidence* (bentuk fisik) di MIN 1 Pringsewu?
7. Bagaimana *Process* (proses pembelajaran)) yang dilakukan MIN 1 Pringsewu?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan produk apa saja yang ditawarkan di MIN 1 Pringsewu.
2. Untuk mengetahui penerapan harga yang ada di MIN 1 Pringsewu?
3. Untuk mengetahui keadaan tempat di MIN 1 Pringsewu.
4. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan di MIN 1 Pringsewu.
5. Untuk mengetahui sumber daya manusia di MIN 1 Pringsewu.
6. Untuk mengetahui bentuk fisik di MIN 1 Pringsewu.
7. Untuk mengetahui proses pembelajaran di MIN 1 Pringsewu.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memiliki manfaat teoritis dan praktis sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan diatas:

1. Manfaat Teoritis Dari hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberitahu kepada pembaca sebagai untuk dijadikan informasi serta wawasan bahwa strategi pemasaran ini sangat penting dalam menarik minat siswa baru.

2. Secara Praktik

- a) Penulis berharap penelitian ini akan bermanfaat bagi orang-orang yang berkepentingan dalam strategi pemasaran pendidikan.
- b) Untuk penulis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu serta wawasan sehingga dapat memenuhi syarat akademik dalam mencapai gelar sarjana, dan juga bagi peneliti diharapkan bisa menjadikan pengalaman agar kedepannya dapat diterapkan pada saat sudah bekerja menjadi staf ataupun kepala madrasah sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas serta layanan pendidikan dalam islam.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penelitian terdahulu dapat diketahui data yang relevan mengenai strategi pemasaran ialah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Syahrial Labaso. Jurnal. Tahun 2018. “*Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan di MAN 1 Yogyakarta*”. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Dalam merumuskan strategi pemasaran, hendaknya memperhatikan Pemasaran jasa pendidikan, dimaksudkan untuk menciptakan kondisi pemasaran yang kondusif dan stabil, sehingga memberikan dampak yang positif bagi pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut, (baik pihak madrasah selaku produsen, maupun masyarakat sebagai konsumen).³⁰

Persamaan pada penelitian ini metode yang digunakan sama. Sedangkan perbedaan pada penelitian terdahulu ini

³⁰ Syahrial Labaso, “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta,” *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): h. 289–311, <https://doi.org/10.14421/manageria>.

terletak pada fokus Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan di MAN 1 Yogyakarta sedangkan penelitian saat ini fokus penelitiannya Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Imam Faizin. Jurnal. Tahun 2017. "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah*". Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Dalam merumuskan strategi pemasaran, sebaiknya memperhatikan apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan peserta didik dengan cara mendengarkan keluhan-keluhan peserta didik serta mencari solusi yang tepat agar dapat memperbaiki strategi pemasaran yang sudah ada.³¹

Persamaan jurnal ini dengan penelitian penulis terletak pada metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Sedangkan, perbedaan pada penelitian terdahulu ini terletak pada fokus penelitian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah, dan lokasi penelitian, sedangkan penelitian saat ini fokus penelitiannya Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Iffah Af'idah, Asep Kurniawan. Jurnal. Tahun 2020. "*Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan minat Masyarakat*". Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Dalam merumuskan strategi pemasaran, strategi pemasaran Pendidikan harus tepat sasaran sehingga dapat memudahkan lembaga pendidikan dalam melakukan promosi. Melalui pelayanan yang baik dapat menciptakan

³¹ Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah," *Jurnal Madaniyah* 7, no. 2 (2017): h. 264, <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>.

citra suatu lembaga pendidikan, sehingga berdampak pada minat masyarakat terhadap sekolah tersebut.³²

Persamaan jurnal ini dengan penelitian terdahulu terletak pada metode yang digunakan yakni, metode kualitatif. Sedangkan, perbedaan pada penelitian terdahulu ini terletak pada fokus penelitian Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan minat Masyarakat, lokasi, dan permasalahan, sedangkan penelitian saat ini fokus penelitiannya Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito, Suti'ah, dan Mulyadi. Jurnal. Tahun 2020. "*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan citra. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data ini melalui observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian menemukan bahwa layanan jasa pendidikan di SD Islam Surya Buana memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah dilakukan dalam beberapa strategi; strategi langsung, strategi tidak langsung, strategi perbedaan, strategi pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SD Islam Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut. Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana adalah; a). Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa

³² Imam Nur Hidayat, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pesantren Al-Kahfi Somalangu Kebumen," *JM-TBI: Jurnal Manajemen Dan ...* 01, no. November (2021): h. 1–66, <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/jm-tbi/article/view/1422%0Ahttp://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/jm-tbi/article/download/1422/1031>.

pendidikan. b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat, c). Adanya dukungan masyarakat, d). Terjalannya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa.³³

Persamaan dengan penelitian terdahulu yakni metode yang digunakan sama-sama kualitatif, Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu ini terletak pada fokus penelitiannya dimana fokus penelitian terdahulu membahas mengenai Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah sedangkan penelitian yang saat ini membahas mengenai Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Dian, Iis Rosbiah, Ari Prayoga. Jurnal. Tahun 2020.

“Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah” Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan berdasarkan teori manajemen bauran pemasaran di Madrasah Aliyah Miftahurroja Lebakmuncang- Ciwidey, Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam kajian ini adalah dengan pengamatan lingkungan internal dan eksternal madrasah, wawancara dengan kepala madrasah, wakil kepala madrasah bidang kurikulum, pendidik, komite dan dokumentasi dari pamflet, daftar lembaga, agenda pemasaran madrasah. Teknik analisis data yang digunakan adalah untuk melakukan pengurangan data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa: pertama, strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan mutu pendidikan di MA Miftahurroja Lebak muncang Ciwidey dengan menggunakan fungsi manajemen, ada empat tahapan,

³³ Aditia Fradito, Suti'ah Suti'ah, and Mulyadi Mulyadi, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah,” *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 (2020): h. 12–22, <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.

yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Kedua, pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di MA Miftahurroja Lebakmuncang melalui marketing mix yaitu; produk, tempat, harga, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Daya saing MA Miftahurroja Lebak Muncang Ciwidey cukup baik ha itu dapat dilihat dari data peningkatan jumlah siswa.³⁴

Persamaan kajian ialah sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran dan metode yang digunakan yakni metode kualitatif. Sedangkan, perbedaan dengan penelitian terdahulu ini terletak pada lokasi, dan fokus penelitiannya dimana fokus penelitian terdahulu membahas mengenai Impelementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah sedangkan penelitian yang saat ini membahas mengenai Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

Tabel 1.2

Kajian Terdahulu Yang Relevan

No.	Nama, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Syarial Labaso Judul: “Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan di MAN Yogyakarta”. Tahun 2018	Metode penelitian yang digunakan sama Kualitatif.	Fokus Penelitian, Letak Penelitian.
2.	Imam Faizin dengan Judul:	Metode penelitian yang	Fokus Penelitian,

³⁴ Dian, Ilis Rosbiah, and Ari Prayoga, “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Madrasah,” *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2020): h. 1–14, <https://doi.org/10.29062/dirasah.v3i1.73>.

	“Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”. Tahun 2017	digunakan sama Kualitatif.	Letak Penelitian
3.	Iffah Af'idah, Asep Kurniawan Judul: “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat” Tahun 2020	Metode penelitian yang digunakan sama Kualitatif	Fokus Penelitian, Letak Penelitian
4.	Aditia Fradito, Suti'ah dan Mulyadi Judul: “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah” Tahun: 2020	Metode yang digunakan sama Kualitatif	Metode yang digunakan sama Kualitatif
5.	Dian, Iis Rosbiah, Ari Prayoga Judul: “Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah”. Tahun 2020	Metode yang digunakan sama Kualitatif	Fokus penelitian, letak penelitian, waktu

Sumber: Diolah dari Penelitian Terdahulu yang Relevan

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian kualitatif sifatnya mendasar dan naturalistis atau bersifat kealamian,

serta tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan.³⁵ Adapun jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif bersifat mendeskripsikan ‘makna data’ atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya. Pemaknaan terhadap fenomena itu banyak bergantung pada kemampuan dan ketajaman peneliti dalam menganalisisnya.³⁶

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di MIN 1 Pringsewu yang bertempat di Jl. Mpu Tantular, Pajar Agung Barat, Kabupaten Pringsewu, Lampung 35373.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek atau pokok permasalahan dari mana data diperoleh untuk tujuan penelitian. Data dapat didefinisikan sebagai fakta yang dikumpulkan untuk menjadi data, data dalam penggunaan sehari-hari, atau pernyataan yang didasarkan pada hasil survei dan kemudian diamati untuk menjadi dokumen penting.³⁷

a) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung. Sumber data ini diperoleh melalui proses observasi, wawancara, dan terjun langsung ke lapangan. Dan data pokok yang langsung berkaitan dengan kebutuhan analisis dalam penelitian ini didapat dengan melakukan wawancara langsung dengan Ketua Panitia Penerimaan Siswa Baru, Kepala Tata Usaha sekaligus panitia penerima siswa baru, Kepala Sekolah

b) Sumber Data Sekunder

³⁵ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Patta Rapanna (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), h. 30.

³⁶ *Ibid.*, 31.

³⁷ H Subakti et al., *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022), h. 45.

Sumber data sekunder ialah data yang diperoleh peneliti dari sumber data yang sudah ada. Data sekunder ini diperoleh dari hasil membaca dan juga percakapan dengan pihak sekolah mengenai judul yang akan diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif ini dikumpulkan dalam lingkungan yang alamiah. Teknik pengumpulan data yang paling penting adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.³⁸

a) Observasi

Pengertian Observasi adalah pengamatan atau teknik yang dilakukan dengan mengadakan suatu pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis, cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi terkait apa yang akan diteliti.³⁹

Jenis-jenis Observasi ada dua macam yaitu Observasi berperanserta dan observasi Non Partisipan

1. Observasi Berperanserta

Observasi berperanserta merupakan observasi dimana peneliti ikut terlibat dalam kehidupan sehari-hari yang kemudian dijadikan sumber data penelitian

2. Observasi Non Partisipan

Observasi Non Partisipan dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dan hanya sebagai pengamat yang mengamati kejadian yang kemudian peneliti mencatat, menganalisis dan selanjutnya dapat menyimpulkan untuk dijadikan sumber data⁴⁰

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 2.

³⁹ Restu Wibawa Husnul Khaatimah, "Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar," *Jurnal Teknolofi Pendidikan* 2, no. 2 (2017), h. 80.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, ed. Sutopo (Bandung: Cv.Alfabeta, 2021), 203–204.

Dengan ini penulis menggunakan jenis observasi non Partisipan menggunakan data primer yang dilakukan secara langsung. Dimana penulis tidak turut ambil bagian dalam kehidupan orang yang diobservasi adapun hal yang akan di observasi tentang strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat siswa baru di MIN 1 Pringsewu.

Teknis observasi yang dilakukan di MIN 1 Pringsewu untuk mendapatkan peran tentang strategi pemasaran. Adapun observasi yang dilakukan terhadap Ketua Panitia Penerimaan Siswa Baru.

b) Wawancara

Pengertian Wawancara adalah Teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti tentang hal yang mendalam berdasarkan hasil interview.

Wawancara dapat diibedakan menjadi dua yaitu: Wawancara secara struktur dan tidak struktur

1. Wawancara secara struktur

Wawancara secara struktur artinya peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh dari responden dan peneliti menyiapkan pertanyaan serta jawaban yang sudah tersusun secara sistematis.

2. Wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis hanya memuat point-point penting masalah yang digali dari responden.⁴¹

Penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis wawancara tidak terstruktur karena dalam pelaksanaannya tidak begitu formal dan terbuka tetapi tidak menyimpang dari permasalahan penelitian, selanjutnya dalam proses wawancara berlangsung

⁴¹ Ibid., h. 195–198.

mengikuti situasi pewawancara, apabila menyeseleweng dari pokok permasalahan yang dibahas. Dalam penelitian kualitatif sumber data yang digunakan ialah sumber data primer yang digunakan secara langsung saat melakukan penelitian. Penulis menggunakan metode ini untuk mewawancarai Ketua Pelaksana Penerimaan Siswa Baru, Kepala Tata Usaha, Kepala Sekolah, Wali Murid Siswa untuk mendapatkan informasi strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat siswa baru di MIN 1 Pringsewu.

c) **Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah cara yang dilakukan untuk memperoleh data mengenai penelitian yang bersifat dokumen yang berada dilingkungan penelitian, seperti profil sekolah, data pengurus sekolah (guru, karyawan, peserta didik, dan sarana prasarana sekolah) dan data terkait administrasi sekolah.⁴²

Dokumentasi yang peneliti gunakan ialah metode pengumpulan data yang didapat berbentuk tulisan, arsip, gambar, foto, dan lain-lain.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami dan temuannya yang dijadikan sumber dalam penelitian. Pendekatan yang digunakan oleh peneliti merupakan pendekatan induktif yang menganalisis masalah dari hal-hal yang bersifat khusus, kemudian diambil kesimpulan yang bersifat umum. Setelah data yang diperlukan telah terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan pengelolaan analisis data. Data yang telah

⁴² Husnul Khaatimah, "Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar,"2017. h. 81.

diorganisasikan ke dalam suatu pola yang akan diolah dengan menggunakan analisis data model Miles dan Huberman.⁴³

Analisis data Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah pasti,⁴⁴

a) Reduksi Data

Tujuan dari reduksi data adalah untuk mempermudah membuat kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan selama penelitian. Dimulai dengan mengidentifikasi semua catatan dan data lapangan yang relevan dengan masalah fokus penelitian: Strategi Pemasaran Pendidikan Untuk Menarik Minat Siswa Baru Di MIN 1 Pringsewu. Selain itu, sub-fokus penelitian mendefinisikan penerapan bauran pemasaran, atau *marketing mix*, yang terdiri dari 7 P: produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

Oleh karena itu, data yang telah direduksi memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan peneliti untuk pengumpulan dan pencarian data tambahan jika diperlukan.

b) Penyajian Data

Dalam menampilkan data, penulis akan menyajikan dalam bentuk flowchart, bagan, uraian singkat, dan sebagainya. Setelah peneliti menggumpulkan data selanjutnya peneliti akan menyajikan data untuk membantu para peneliti memahami fenomena atau masalah yang sedang diteliti. Penerapan bauran pemasaran, yang dikenal sebagai 7P, terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.

⁴³ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, ed. (Jakarta: Jakarta: Bumi Aksara, 2015). h. 45

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, h. 321.

c) Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan suatu tahap lanjutan dimana pada tahap ini peneliti menarik sebuah kesimpulan dari temuan data yang diperoleh. Ini adalah interpretasi peneliti atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen. Untuk menarik kesimpulan maka dimulai dari data lapangan dan teori yang digunakan, sehingga akan menghasilkan kesimpulan.

Dalam penelitian ini kesimpulan-kesimpulan ini juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Secara sederhana makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekuatannya, kecocokannya yakni merupakan validitasnya.

6. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif temuan atau data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan penulis dan apa yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Menguji keabsahan data didalam sebuah penelitian dengan teknik triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Macam-macam Triangulasi adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak terbagi waktu dengan hal lain maka akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi sumber dan Triangulasi Teknik dimana proses pengumpulan data dari berbagai sumber menggunakan metode yang sama atau untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data dari berbagai sumber Triangulasi⁴⁵. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengecekan data yang berasal dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi mengenai Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di MIN 1 Pringsewu.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan struktur atau langkah pembahasan pada penelitian yang akan dilakukan sehingga dapat diketahui bagaimana logika penyusunan dan koherensi antar satu bagian dengan bagian lain. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi mencakup lima bagian, yaitu sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Bab I ini berisi tentang Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

2. BAB II Landasan Teori

Pada Bab II ini akan menjelaskan tentang apa saja yang menjadi landasan teori dalam penyusunan skripsi ini.

3. BAB III Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab ini menjelaskan secara rinci tentang profil sekolah yang akan menjadi objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

4. BAB IV Analisis Penelitian

⁴⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*. h. 54

Pada Bab IV ini akan dijelaskan mengenai apa saja yang ditemui oleh penelitian yang berkaitan dengan penelitian di Min 1 Pringsewu.

5. BAB V Penutup

Pada Bab V berisi tentang kesimpulan atas apa yang telah diteliti oleh peneliti di Min 1 Pringsewu. Dan akan memuat tentang rekomendasi atau saran dari peneliti untuk sekolah yang akan menjadi objek penelitian, agar sekolah tersebut dapat lebih meningkatkan lagi sektor-sektor apa saja yang perlu dibenahi untuk perbaikan kemajuan sekolah tersebut.

Dengan adanya sistematika penulisan skripsi ini semoga dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan para pembaca, manfaatnya agar pembaca dapat mengetahui semua informasi dengan jelas dan tepat dari penulisan skripsi ini sehingga tidak akan terjadi kesalahan saat membaca skripsi.





BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut Ismail Solihin, kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang berasal dari "*stratus*" yang berarti militer dan "*ag*" yang berarti meminpin. Strategi dalam konteks awalnya diartikan sebagai *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Sementara Nanang Fatah berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan.⁴⁶

Strategi menurut Gerry Johnson & Kevan Scholes strategi adalah arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui konfigurasi sumberdaya dalam lingkungan yang berubah untuk mencapai kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan (*Stakeholder*). Secara umum strategi dapat disimpulkan bahwa arah cakupan dan penerahan sumberdaya untuk melakukan kegiatan operasional yang paling menguntungkan.⁴⁷

Dengan demikian dapat disimpulkan, maka strategi adalah Langkah-langkah yang sistematis dalam melakukan rencana secara menyeluruh untuk mencapai suatu tujuan.

⁴⁶ Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Cv. Nas Media Pustaka, 2020), h. 1.

⁴⁷ Naili Farida Hari Susanto Nugraha, *Strategi Pemasaran Produk Batik* (Cv.Istana Agency, 2018),h. 4.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama dari suatu perusahaan atau perusahaan dan terutama ditujukan untuk pengembangan perusahaan atau perusahaan, menjaga kelangsungan usaha atau bisnis, dan menghasilkan keuntungan.

Dalam KBBI, kata pemasaran asal katanya ialah pasar yang berarti daerah atau tempat transaksi berjual beli. Sedangkan pemasaran berarti proses, cara, perbuatan memasarkan barang dagangan, selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh David Wijaya dalam bukunya menyatakan Pemasarannya adalah proses interaksi *social* dan administratif yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan an keinginan mereka dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Menurut pendapat lain yang lebih detail yaitu definisi Menurut Wiliam J.Stanton dalam buku Ikatan Bankir Indonesia pemasaran merupakan sistem secara menyeluruh dari semua kegiatan usaha yang bertujuan untuk merencanakan,menentukan dan memilih harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang serta jasa yang memuaskan kebutuhan, baik dari konsumen yang ada juga konsumen potensial.

Menurut lockhart dalam buku Emran Anom pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu dimana siswa, orang tua, karyawan dan masyarakat mengaggap yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.⁴⁸

Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan, pedoman, dan aturan yang memandu kegiatan

⁴⁸ Erman Anom, *Pemerintah,Media, Dan Masyarkat Di Indonesia* (Yogyakarta: Cv.Andi Offset, 2016), h.16.

pemasaran disemua tingkat dan lokasi dari waktu ke waktu.⁴⁹

Hal ini diperkuat oleh *Chartered Institute of Marketing*, menyebutkan bahwa pemasaran adalah: “*Management process of anticipating, identifying and satisfying customer requirements profitably*”.

Tersirat bahwa pemasaran adalah suatu proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi dan memuaskan keinginan atau kebutuhan pembeli demi meraih laba. Stanton dalam Swastha dan Irawan, mendefinisikan pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Kotler dan Keller mengartikan: “*Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*”.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa bernilai dengan pihak lain. Dalam kaitannya dengan pemasaran, strategi didefinisikan sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan lembaga dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran. Dengan demikian, strategi pemasaran merupakan suatu

⁴⁹ Feby Sri Yelvita, “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Citra Sekolah*” 5, no. 8.5.2017 (2022) h.4.

rencana yang diformulasikan secara sistematis mengenai kegiatan pemasaran untuk dijadikan sebagai pedoman dalam kaitannya dengan implementasi variabel-variabel pemasaran seperti identifikasi pasar, segmentasi pasar, pemosisian terhadap pasar dan elemen bauran pemasaran.

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu dibidang pemasaran barang dan jasa. dengan perkataan lainnya strategi.⁵⁰

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana yang dijadikan pedoman yang diformulasikan secara sistematis mengenai pemasaran dalam mengimplemntasikan suatu lembaga untuk mencapai tujuan lembaga dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran Pendidikan

Untuk menentukan tujuan dan fungsi dari pemasaran Pendidikan, tentunya tidak akan terlepas dari beberapa pengertian yang sudah dipaparkan diatas.

Tujuan Pemasaran Pendidikan diantaranya

- a. Memberikan informasi kepada Masyarakat tentang produk-produk Lembaga Pendidikan
- b. Meningkatkan minat dan ketertarikan Masyarakat pada produk lembaga pendidikan
- c. Membedakan produk Lembaga Pendidikan dengan Lembaga yang lain
- d. Memberikan penilaian lebih pada Masyarakat dengan produk yang ditawarkan dan,

⁵⁰ Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah" . h 264.

- e. Menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan Lembaga Pendidikan di Masyarakat

Jadi, yang ingin dicapai dalam pemasaran Pendidikan adalah mendapatkan pelanggan yang sudah ditargetkan, baik itu kualitas maupun kuantitas dari calon pelanggan (Siswa).

Pendapat dari Kotler dan Fox dalam buku yang ditulis oleh David Wijaya mendefinisikan tujuan utama pemasaran jasa pendidikan yaitu untuk:

- a. Memenuhi misi sekolah dengan tingkat keberhasilan yang besar;
- b. Meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan;
- c. Meningkatkan ketertarikan terhadap sumber daya pendidikan;
- d. Meningkatkan efisiensi pada aktivitas pemasaran jasa pendidikan.

Sedangkan Fungsi Strategi Pemasaran diantaranya:

- a. Meningkatkan motivasi untuk berpikir jauh ke depan. Kelangsungan sebuah lembaga.
- b. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif dan terarah.
- c. Dapat merumuskan tujuan perusahaan atau lembaga yang akan dicapai.
- d. Pengawasan kegiatan pemasaran lebih efektif atas standar prestasi kerja.⁵¹

Buchari Alma menjelaskan bahwa fungsi marketing dalam dunia pendidikan adalah “untuk membentuk citra baik terhadap lembaga, dalam

⁵¹ Efrina Masdaini and Hemayani, Ayu Dewi, “Analisis Keputusan Pembelian Pada Konsumen Warung Kopi Nilang,” *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2022): h. 23.

rangka menarik minat sejumlah calon pelanggan jasa pendidikan”⁵²

3. Bauran pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

Jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya. Kotler merumuskan jasa adalah segala aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Bauran pemasaran (marketing mix) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga lembaga Pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁵³

Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut: *“marketing mix as set of controllable, tactical marketing tools that the firm blends to produce the result it wants in the target market.”* Maksudnya bauran pemasaran merupakan serangkaian unsur-unsur pemasaran, yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, dan dipadukan sedemikian rupa, sehingga dapat mencapai tujuan dalam pasar sasaran.⁵⁴ Dalam

⁵² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), 273.

⁵³ Faizin, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah,” h. 265.

⁵⁴ Labaso, “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta,” h. 300.

konteks pendidikan, bauran pemasaran (marketing mix), adalah unsur-unsur yang sangat penting, dan dapat dipadukan sedemikian rupa, sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan, untuk memenangkan persaingan. Pendapat Kotler di atas menunjukkan bahwa bauran pemasaran, merupakan strategi kolektif yang proses penerapannya harus dilakukan secara terpadu, setiap unsur memiliki keterhubungan yang saling terkait, dan tidak dapat dipisahkan.⁵⁵ Hal ini didesuaikan dengan firman Allah QS. AL-Jumuah Ayat 10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ
وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ
تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.⁵⁶

Jika kalian sudah menyelesaikan salat maka menyebarlah kalian di muka bumi untuk mencari rezeki yang halal dan untuk menuntaskan keperluan-keperluan kalian. Carilah karunia Allah dengan kerja yang halal dan keuntungan yang halal. Dan ingatlah kepada Allah saat kalian mencari rezeki yang halal itu dengan zikir yang banyak dan jangan sampai mencari rezeki itu

⁵⁵ Ibid.,h. 301.

⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Tafsirnya*, 35.

menjadikan kalian lupa terhadap zikir kepada Allah, agar kalian mendapatkan kemenangan dengan apa yang kalian inginkan dan selamat dari apa yang kalian hindari.

Berdasarkan ayat dan tafsir quran diatas dapat dijelaskan makna kata.” carilah karunia Allah “yang digunakan didalamnya maksudnya untuk segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Elemen- elemen Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut James dan Philips yang dikutip dalam buku David Wijaya Strategi elemen pemasaran pendidikan ini terdiri atas 7 P yaitu: *Product* (Produk), *Price* (Biaya), *Place* (Tempat/Lokasi), *Promotion* (Promosi), *People* (Sumber Daya Manusia), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), *Process* (Proses). Adapun penjelasan dari ketujuh hal tersebut sebagai berikut:

1. Product (Produk)

Segala sesuatu yang ditawarkan atau diberikan oleh sekolah atau madrasah kepada pelanggannya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut disebut produk/jasa pendidikan. Produk/jasa utama yang dapat ditawarkan dan diberikan oleh sekolah kepada pelanggannya adalah produk/jasa yang berkaitan dengan bidang akademik (kurikulum). Sekolah juga dapat menawarkan produk/jasa pendidikan yang lebih beragam, seperti kegiatan olahraga, reputasi, serta kegiatan lainnya.⁵⁷

⁵⁷ Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*, h. 21.

Produk dalam konteks jasa pendidikan madrasah adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah lembaga yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, prospek dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya, seperti studi lanjut di Perguruan Tinggi favorit di dalam atau luar negeri, bekerja atau bermasyarakat dengan baik.⁵⁸

Reputasi dan prospek lembaga madrasah menjadi daya tarik dan minat siswa. Selama ini madrasah menawarkan produk sesuai dengan misinya yaitu sebagai proses “*Character Building*”, yaitu siswa berakhlak mulia, agamis, religius dan penuh nilai, termasuk di dalamnya adalah terpenuhinya Standar Kompetensi Lulusan adalah kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan. Produk madrasah ini sesungguhnya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para calon pelanggannya.⁵⁹

Menurut Lockhart dalam buku David Wijaya produk jasa pendidikan ada empat kelompok, yaitu sebagai berikut:

a. Siswa

⁵⁸ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 71.

⁵⁹ Hidayat Ara and Machali Imam, *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah)*, *Digital Library, Uin Sunan Gunung Djati*, 2010, 19, [https://theses.uinsgd.ac.id/30324/.](https://theses.uinsgd.ac.id/30324/), h. 20

Produk jasa pendidikan yang paling terlihat secara fisik, sekolah yang unggul memiliki karakteristik siswa yang mampu memenuhi atau melebihi standar pendidikan.

b. Kurikulum

Kurikulum dapat mengembangkan suatu program belajar mengajar baru atau memperbaiki kurikulum yang sudah ada.

c. Aktivitas Ekstrakurikuler

Aktivitas yang melibatkan siswa untuk menarik perhatian orang tua dan siswa untuk mendukung program-program yang ada di sekolah.

d. Sekolah sebagai pusat kegiatan masyarakat

Sekolah merupakan pusat kegiatan masyarakat, dimana tim pemasaran memiliki interaksi hubungan sekolah yang baik dengan masyarakat.⁶⁰

2. *Price (Harga)*

Harga atau jasa sejumlah uang yang harus dibayar oleh para peminta jasa pendidikan, atau dengan kata lain tarif atas tawaran yang dibeli oleh pasar sasaran. Misalnya uang registrasi pada setiap awal semester, uang SPP, biaya praktikum, sumbangan pembangunan, dan biaya lain yang terkait dengan layanan jasa yang diberikan oleh lembaga pendidikan kepada konsumen. Secara sederhana harga jasa madrasah adalah sejumlah biaya yang harus dibayarkan atau dikeluarkan oleh konsumen madrasah kepada

⁶⁰ Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 103–5.

pihak madrasah untuk mendapatkan suatu produk/jasa madrasah yang telah ditawarkan atau diberikan oleh madrasah. Penentuan dan penetapan harga jasa madrasah ini sangat penting dipertimbangkan dengan matang oleh pihak madrasah dengan tetap memperhatikan kualitas jasa, konsumen yang dituju, dan suasana pasar madrasah. Karena dengan penetapan harga yang baik, dapat memberikan keunggulan bagi madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan madrasahnyanya.⁶¹

Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga seperti SPP, investasi bangunan, biaya laboratorium dan lain-lain.⁶²

Menurut Lovelock peneentuan harga merupakan dasar atau harga minimal jasa pendidikan yang dikenakan pada produk jasa pendidikan tertentu yang meliputi

- a. Penentuan Harga berdasarkan Biaya
Harga jasa pendidikan ditentukan berdasarkan biaya pendidikan yang berkaitan dengan aktivitas untuk menghasilkan, menyampaikan, menentukan dan memasarkan produk pendidikan.
- b. Penentuan Harga jasa Berdasarkan Persaingan

⁶¹ Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*,h. 47.

⁶² Ara and Imam, *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah)*,h. 19.

Penentuan harga yang relative lebih murah dari sekolah lainnya.

c. Penentuan Harga jasa Berdasarkan Nilai

Penentuan harga yang berkaitan jelas antara harga jasa dan nilai jasa⁶³

3. *Place (Tempat/Lokasi)*

Letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting jika berbicara tentang lokasi madrasah, berarti berhubungan dengan dimana tempat gedung madrasah itu berdiri atau berada, serta tempat dilakukannya semua aktifitas madrasah. Letak lokasi madrasah sedikit banyak menjadi pertimbangan bagi calon konsumen dalam menetapkan pilihannya. Tentu saja, lokasi madrasah yang strategis, tenang, aman, serta aksesnya mudah untuk dijangkau, menjadi salah faktor daya tarik tersendiri untuk dipilih oleh calon konsumen madrasah. Apalagi kalau dibandingkan dengan sekolah/madrasah lain yang lokasinya kurang strategis, jauh, kurang nyaman karena di Tengah keramaian, aksesnya pun sulit, ditambah lagi ada unsur-unsur mistiknya, misalnya dekat dengan pemakaman, tempatnya dikenal seram dan sebagainya. Sehingga letak madrasah menjadi daya tarik tersendiri bagi calon konsumen.⁶⁴

4. *Promotion (Promosi)*

Promosi (*promotion*) adalah kegiatan menjual produk di pasaran dan berhubungan langsung dengan masyarakat. Promosi bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan kepada konsumen akan manfaat

⁶³ David Wijaya, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. Bunga Sari Fatwati (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 114.

⁶⁴ *Ibid.*, h. 48.

produk yang dihasilkan. Kegiatan promosi yang dapat dilakukan adalah dengan cara *advertising* (iklan) melalui media TV, radio, surat kabar, bulletin, majalah, baliho, brosur dan lain-lain. Promosi penjualan seperti pameran pendidikan, bazar pendidikan, dan invitasi. Melakukan kontak langsung dengan calon siswa dan melakukan kegiatan hubungan dengan masyarakat dapat menarik daya tarik tersendiri⁶⁵

Menurut Lovelock dalam buku David Wijaya periklanan yaitu bentuk periklanan yaitu bentuk-bentuk komunikasi bukan pribadi yang dilakukan pemasaran jasa pendidikan untuk menginformasikan, mengedukasi, atau membujuk khalayak pasar sasaran jasa pendidikan, yang meliputi siaran radio, materi tercetak, internet, papam reklame, dan surat menyurat.⁶⁶

Menurut American Marketing Assosion dalam buku David Wijaya memiliki empat kelompok, yaitu:

- a. Periklanan
- b. Penjualan pribadi
- c. Publisitas
- d. Promosi penjualan⁶⁷

5. *People (Orang)*

Dalam konteks pendidikan adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa Pendidikan seperti Tata Usaha (TU), kepala sekolah, guru, dan karyawan (pendidik dan tenaga kependidikan). Dalam PP 19 tahun 2005 tentang SNP dinyatakan bahwa Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan adalah kriteria pendidikan prajabatan dan kelayakan

⁶⁵ Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*, h. 20.

⁶⁶ Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, h. 165–166.

⁶⁷ *Ibid.*, h. 136.

fisik maupun mental, serta pendidikan dalam jabatan.

Sumber daya pendidik dan tenaga kependidikan ini sangat penting bahkan menjadi ujung tombak dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada para siswa dalam lembaga madrasah guru yang kompeten dan memiliki cara pengajaran yang unik dan berbeda menjadikan murid lebih aktif dalam kegiatan pembelajaran. Misalnya Teknik mengajar yang tidak hanya monoton, kemampuan penguasaan teknologi, metode pengajaran yang menyenangkan, kemampuan memberi motivasi dan lain-lain.⁶⁸

Menurut lockhat SDM pendidikan dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok diantaranya sebagai berikut:

a. Siswa

Siswa berperan penting dalam penilaian kinerja sekolah. Oleh karena itu, kita dapat menilai prestasi, pendaftaran, kepuasan, dan kebutuhan siswa.

b. Guru dan karyawan sekolah

Kualitas guru dan karyawan sekolah harus diperhatikan apabila kita akan menilai sekolah. Jika sekolah memiliki guru dan karyawan sekolah yang produktif serta bekerja dalam jangka Panjang, kedudukan mereka sebagai guru dan karyawan sekolah bisa menunjukkan loyalitas, kelancaran,serta stabilitas sekolah.

c. Orangtua dan Wali siswa

⁶⁸ Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*, 20., h. 20

Orangtua dan wali siswa akan memiliki kepuasan yang tinggi, jika mereka memiliki kepuasan, aktif, serta menyetujui seluruh kegiatan yang ada disekolah.⁶⁹

6. *Physical Evidence (Bukti Fisik)*

Physical evidence (bukti fisik) adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. Zeithaml dan Bitzer mendefinisikan *physical evidence* sebagai *the environment in which the service is delivered and where the firm and customer interact, and any tangible components that facilitate performance or communication of the service.*

Terdapat dua macam bukti fisik yaitu pertama, bukti penting (*essential evidence*) merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak (*layout*) dari gedung. Dalam konteks jasa pendidikan *essential evidence* dapat berupa desain ruang kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olah raga, laboratorium (lab), mushola, uks, toilet, dan lain-lain.

Kedua bukti pendukung (*peripheral evidence*) merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berarti apa-apa, jadi hanya berfungsi sebagai pelengkap saja, namun demikian mempunyai peran penting dalam proses produksi jasa. Dalam konteks lembaga Pendidikan bukti pendukung dapat berupa raport per semester, catatan prestasi siswa dan lain-lain.

⁶⁹ Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, 158–59.

Physical evidence dalam konteks SNP adalah Standar Sarana dan Prasarana yang berkaitan dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat berolahraga, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, bengkel kerja, tempat bermain, tempat berkreasi dan berekreasi, serta sumber belajar lain, yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.⁷⁰

7. *Process (Proses)*

Process (proses) adalah prosedur atau mekanisme dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen. Zeithaml dan Bitzer mengartikan proses sebagai “*the actual procedures, mechanisms, and flow of activities by which the service is delivered the service delivery and operating system*”.

Dalam konteks jasa pendidikan proses adalah proses Pendidikan yang meliputi segala kegiatan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar-mengajar guna terbentuknya produk/lulusan (*output*) yang diinginkan. Dalam Standar Nasional Pendidikan proses mencakup Standar Isi, Standar Proses, Standar Pengelolaan (perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan), dan Standar Penilaian Pendidikan. Melalui pengelolaan unsur-unsur bauran pemasaran tersebut diharapkan lembaga pendidikan madrasah dapat menyusun suatu strategi yang lebih baik dalam meningkatkan kepuasan

⁷⁰ Ara and Imam, *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah)*, h. 21.

pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu kondisi dimana pelanggan merasa apa yang diterimanya sama atau melebihi harapannya, atau dalam pengertian lain kepuasan adalah “*satisfaction is fulfillment of need, or the degree to which an expectation is met*” menurut Stackpole. Dengan tercapainya kepuasan pelanggan madrasah maka diharapkan loyalitasnya meningkat. Loyalitas atau kesetiaan dapat diukur dari frekuensi penggunaan atau promosi penggunaan kembali (*re-use*) sebuah jasa. Kepuasan pelanggan juga dapat diamati ketika pelanggan jasa menganjurkan atau bahkan mendesak orang lain untuk mengkonsumsi jasa tersebut.⁷¹

B. Minat Peserta Didik Baru

1. Pengertian Minat Peserta Didik

Minat diartikan sebagai “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan” sedangkan “berminat” diartikan mempunyai (menaruh)minat, kecenderungan hati kepada, ingin (akan). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah, keinginan.⁷² Sedangkan minat menurut Mahfudz Shalahuddin adalah perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan, Sementara itu menurut Soeganda Poerbakawatja dan Harahap, minat diartikan kesediaan jiwa yang sifatnya aktif untuk menerima sesuatu dari luar.⁷³

⁷¹ Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*. h. 22.

⁷² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001). h. 14.

⁷³ Andi Achru P., “Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran,” *Idaarrah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 3, no. 2 (2019): h. 206, <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>.

Sedangkan Eka mengartikan minat peserta didik baru sebagai suatu ketertarikan peserta didik/ orang tua terhadap suatu lembaga pendidikan tanpa adanya paksaan untuk mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya sesuai dengan tahap perkembangannya.⁷⁴

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa minat peserta didikan baru merupakan kecenderungan hati, ketertarikan, atau rasa suka, pada suatu hal untuk mengetahui, mempengaruhi, mempelajari suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Dengan minat oaring akan beresaha mencapai tujuannya.

2. Faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, bahwa faktor yang mempengaruhi minat dikelompokkan menjadi dua hal, yaitu yang bersumber dari dalam diri individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar individu mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat. Faktor lingkungan justru mempunyai pengaruh lebih besar terhadap timbul dan berkembangnya minat seseorang disamping juga faktor dari objek yang diminatinya.

Minat tidak timbul secara kebetulan, namun minat timbul karena terdapat faktor- faktor yang mempengaruhi timbulnya minat. Menurut Crow terdapat tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:

a. Dorongan dari dalam diri individu.

⁷⁴ Mahbub and Eva Husnia Zen, "Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam* 2, no. 1 (2020): h. 121, <https://doi.org/10.30739/jmpid.v2i1>.

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat membaca, belajar, menuntut ilmu, dan lain-lain.

- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu aktivitas tertentu. Misalkan minat terhadap pakaia timbul karena ingin mendapat perhatian dari orang lain.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut.

Kemudian ada tujuh faktor yang dipertimbangkan orang tua, yaitu

- a. Misi Sekolah: Visi misi sekolah menentukan kurikulum yang akan digunakan. Oleh karena itu, orang tua harus menentukan apakah visi dan misi tersebut sudah sesuai dengan pendidikan yang dimiliki keluarga atau tidak.
- b. Tenaga Pendidik. Pendidik adalah kunci keberhasilan pembelajaran, jadi orang tua harus memperhatikan latar belakang guru di sekolah.
- c. Kondisi lingkungan sekolah dan sekitarnya, termasuk ketersediaan sarana dan prasarana. Kebutuhan dan kenyamanan siswa juga terjamin jika semua hal dilakukan dengan benar.
- d. Jarak dari sekolah ke rumah Jangan pergi terlalu jauh sehingga anak menjadi lelah dan tidak ingin belajar.
- e. Sesuai dengan Kebutuhan dan Karakter Anak: Orang tua harus memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan anak serta mempertimbangkan karakter anak.

- f. Memahami kebutuhan karakter dan kebutuhan peserta didik.
 - g. Biaya yang dibutuhkan. Orang tua juga harus memilih sekolah sesuai kemampuan keuangannya



DAFTAR RUJUKAN

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by Patta Rapanna. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021.
- Abuddin, Nata. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Prenanda Media Grub, 2010.
- Ahmad. *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Amalia, R. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Perspektif Ekonomi Islam.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 2018
- Ambarsari, Dewi. “Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Walisongo, Bekasi Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru” 12. <https://doi.org/10.22441/jies.v12i1.218542019.5.1.001>. 2023.
- Amirudin, Ahmad Husein Ritonga, Samsu. *Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*. K-Media, 2021.
- Anom, Erman. *Pemerintah, Media, Dan Masyarakat Di Indonesia*. Yogyakarta: Cv.Andi Offset, 2016.
- Anoraga, and Panji. *Psikologi Pendidikan*. Edited by Jakarta Rineka. Yogyakarta, 2009.
- Ara, Hidayat, and Machali Imam. *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah)*. Digital Library, Uin Sunan Gunung Djati, <https://etheses.uinsgd.ac.id/30324/>. 2010.
- Arianto, Aris. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Saripudin Udin. April 2023. Grup CV. Widina Media Utama, 2023.
- Bisnis, Pendidikan, and Bisnis Pendidikan. “View of Pendidikan Bisnis, Bisnis Pendidikan” 5, no. 2 (n.d.): 108–13. <https://journal.binus.ac.id/index.php/winners/article/view/3855/3110>.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Edited by Abu Narbuko, Cholid, Achmadi. Jakarta: Jakarta: Bumi Aksara,

2015.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Tafsirnya*. Jakarta: Departemen Agama RI & Widya Cahaya, 2011.

Dian, Ilis Rosbiah, and Ari Prayoga. "Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Madrasah." *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 <https://doi.org/10.29062/dirasah.v3i1.73>. 2020.

Faizin, Imam. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Jurnal Madaniyah* 7, no. 2 <https://journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/75>. 2017.

Fathurrochman, Irwan, Endang Endang, Dian Bastian, Meri Ameliya, and Ade Suryani. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas." *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 6, no. 1 <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>. 2021.

Fradito, Aditia, Suti'ah Suti'ah, and Muliyadi Muliyadi. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah." *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 1 <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>. 2020.

Hurriyati, Alma. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta, 2008.

Husnul Khaatimah, Restu Wibawa. "Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 2, no. 2. 2017.

Labaso, Syahrial. "Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta." *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 <https://doi.org/10.14421/manageria>. 2019.

Mahbub, Mahbub, and Eva Husnia Zen. "Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru MAN 3 Banyuwangi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam* 2, no. 1 <https://doi.org/10.30739/jmpid.v2i1.601>. 2020

Mardiana, Nugraha Ugi, and Setiawan Iwan Budi. "Motivasi Siswa

- Mengikuti Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Di SMP 13 Tanjung Jabung Timur.” *Jurnal Score 2*, no. 1. 2022.
- Masdaini, Efrina, and Hemayani, Ayu Dewi. “Analisis Keputusan Pembelian Pada Konsumen Warung Kopi Nilang.” *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi 2*, no. 1. 2022.
- Mawahib, Muhammad Jauharul. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman).” *EJournal Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman 3*, no. 4. 2015.
- Muhaimin, Suti’ah, Sugeng Listyo Prabowo. *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah. Prenanda Media Grub. Vol. 3*, <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.2015.
- Muhibbinsyah. *Psikologi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Murni, Mustolih &Tri. “Straegi, Planning, Positioning, Targeting.” *Cakrawala IAINU Kebumen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) 2*, no. 1 (2018).
- Naili Farida Hari Susanto Nugraha. *Strategi Pemasaran Produk Batik*. Cv.Istana Agency, 2018.
- Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Nasional, Undang-undang Sistem Pendidikan. “Introduction and Aim of the Study.” *Acta Paediatrica 71* <https://doi.org/10.1111/j.1651-2227.1982.tb08455.x>. 1982.
- Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press, 2010.
- Nur Hidayat, Imam. “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Pesantren Al-Kahfi Somalangu Kebumen.” *JM-TBI: Jurnal Manajemen Dan ...* 01, no. November (2021): <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/jmtbi/article/view/1422%0Ahttp://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/jm-tbi/article/download/1422/1031>. 2021.

- Nurcholifah, Ita. “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah.” *Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies* 4, no. 1 . 2014.
- P., Andi Achru. “Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran.” *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 3, no. 2 . <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>.2019.
- Putra, Erwinsyah, Muhklis Yunus, and Sulaiman. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepercayaan Merek (Brand Trust) Dan Dampaknya Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Politeknik Aceh.” *Jurnal SI-MEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES* 6, no. 2 <http://sties-aceh.ac.id/e-jurnal/index.php/simen/article/view/43/30>.2015.
- . “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepercayaan Merek(Brand Trust) Dan Dampaknya Pada Keputusan MahasiswaMemilih Kuliah Di Politeknik Aceh,” 2015.
- RI, Departemen Agama. *AL-Qur’an Dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro, 2012.
- Riski, Diana, and Sapitri Siregar. “Manajemen Strategi Dalam Lembaga Pendidikan” 2. 2022.
- Selang, Christian A.D. “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruh Nya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Baru Mall Manado Oleh: Christian A.D Selang.” *Jurnal EMBA* 1, no. 3. 2016.
- Sibagariang, Susy Alestriani, Sukarman Purba, and Irsan Rangkuti. “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru Di SMK HKBP Pematang Siantar” 3. 2023.
- Subakti, H, D Chamidah, R. S Siregar, N. C Saputro, A, M Recard, M Nurtanto, S Kuswandi, R Rahmadhani, and J. W Sitopu. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, Dan R&D*. Edited by Sutopo. Bandung: Cv.Alfabeta, 2021.
- Syafi, Alfian, Achmad Qosim, and Ara Hidayat. “Strategi Manajemen

Pemasaran Pendidikan Dakam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Bru Di Madrasah Aliyah Raudlotul Huffadz Kediri Tabanan Tahun 2021/2022,” 2022.

Syaiful, Djamarah Bahri. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.

Toriquddin, Moh. “Etika Pemasaran Perspektifal-Qur’an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syari’ah.” *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar’iah* 7, no. 2 :<https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>. 2015.

Wakka, Ahmad. “Petunjuk Al-Qur’an Tentang Belajar Dan Pembelajaran.” *Education and Learning Journal* 1, no. 1 <https://doi.org/10.33096/eljour.v1i1.43.2020>

Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.

———. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Edited by Bunga Sari Fatwati. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.

Yelvita, Feby Sri. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Citra Sekolah” 5, no. 8.5.2017. 2022

Zaenal Arifin, Mohamad. “Islamic Education Management Study Programme, Faculty of Tarbiyah and Education, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.” 2023, 69. <https://doi.org/10.14421/manageria>.

Zaenal Arifin, Mohamad, Muh Anshori, and Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani. “Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah.” *Agustus* 5, no. 2 . <https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah>. 2022.

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

LAMPIRAN

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT

SISWA BARU DI MIN 1 PRINGSEWU

NO	Rumusan Masalah	Indikator Jawaban secara teori	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
1.	Produk (<i>product</i>) apa saja yang ditawarkan di MIN 1 Pringsewu?	<i>Product</i> (Produk)		
		1. Siswa	Ketua TU	Dokumentasi
		2. Kurikulum	Waka Kesiswaan	Dokumen
		3. Ekstrakurikuler	Ketua PPDB	Observasi
2.	Bagaimana penerapan harga (<i>price</i>) di MIN 1 Pringsewu?	4. Mitra sekolah	Kepala Madrasah	Wawancara
		<i>Price</i> (Harga)		
		1. Biaya	Kepala Madrasah	Wawancara
3.	Bagaimana keadaan tempat (<i>place</i>) MIN 1 Pringsewu?	2. Persaingan	Ketua PPDB	Wawancara
		3. Nilai	Kepala Madrasah	Wawancara
		<i>Place</i> (Lokasi)		
4.	Bagaimana promosi (<i>promotion</i>) yang dilakukan oleh MIN 1 Pringsewu?	1. Lokasi	Ketua PPDB	Observasi Dokumentasi
		2. Akses	Ketua Tu Orang tua	Dokumentasi
		3. Kondisi		
5.	Bagaimana sumber daya manusia (<i>people</i>) MIN 1	<i>Promotion</i> (Promosi)		
		1. Iklan	Ketua PPDB	Wawancara Dokumentasi
		2. Keterlibatan Alumni	Ketua PPDB Orang tua	
6.	Bagaimana strategi pemasaran (<i>strategy</i>) MIN 1 Pringsewu?	3. Promosi di Tengah Masyarakat	Ketua PPDB	Wawancara
		<i>People</i> (SDM)		
7.	Bagaimana strategi pemasaran (<i>strategy</i>) MIN 1 Pringsewu?	1. Siswa	Kepala Madrasah Waka	Obsevasi Wawancara

	Pringsewu?		Kesiswaan Ketua PPDB	
		2. Guru dan Karyawan	Kepala Madrasah Ketua Tu	Dokumentasi
		3. Kepuasan	Orang Tua	Wawancara
6.	Bagaimana bentuk fisik (<i>physical evidence</i>) di MIN 1 Pringsewu?	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)		
		1. Model Gedung dan denah lokasi	Ketua PPDB Ketua Tu Orang tua	Dokumentasi
		2. Bukti Pendukung	Ketua TU	Dokumentasi
7.	Bagaimana Proses (<i>Process</i>) pembelajaran di MIN 1 Pringsewu?	<i>Process</i> (Proses)		
		1. Proses pembelajaran	Kepala Madrasah Waka Kesiswaan Orang tua	Observasi Wawancara Dokumentasi

156



Lampiran 2 Lembar Observasi

LEMBAR OBSERVASI

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENARIK MINAT SISWA BARU DI MIN 1 PRINGSEWU

No.	Objek yang akan di observeasi		Hasil Observasi			
			SB	B	C	K
1.	1. Produk	1. Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	✓			
		2. Karateristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar		✓		
		3. Ekstrakurikuler yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	✓			
		4. Sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan		✓		
2.	2. Harga	1. Biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	✓			

		2. Bagaimana penentuan harga jasa Pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa pendidikan		✓		
3	3. Tempat	1. Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis		✓		
4..		2. Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	✓			
	4 Promosi	1. Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	✓			
		2. Menggunakan media apa saja yang digunakan untuk mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	✓			
5.		3. Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung		✓		

		ditengah-tengah masyarakat?				
	5. Sumber Daya Manusia	1. Strategi dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	✓			
		2. Mengukur kepuasan pelanggan jasa pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	✓			
6.	6. Bukti Fisik	1. Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	✓			
		2. Model gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	✓			
7.	7. Proses	1. Proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu		✓		

Keterangan:

SB: Sangat Baik

B: Baik

C: Cukup

K: Kurang

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA
STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK
MINAT SISWA BARU DI MIN 1 PRINGSEWU
 SUMBER DATA: KEPALA MADRASAH

NAMA :

TANGGAL :

TEMPAT :

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	
2.	Bagaimana karakteristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	
6.	Bagaimana penentuan harga jasa Pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	

8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	
11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	



SUMBER DATA: KETUA PANITIA PPDB

NAMA :

TANGGAL :

TEMPAT :

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	
2.	Bagaimana karakteristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada di sekolah ini untuk menarik minat siswa baru	
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	
6.	Bagaimana penentuan harga jasa pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk	

	mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	
11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	

SUMBER DATA: KEPALA TU

NAMA :

TANGGAL :

TEMPAT :

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	
2.	Bagaimana karateristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan laiinya	
6.	Bagaimana penentuan harga jasa pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk	

	mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	
11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	

SUMBER DATA: WAKA KESISWAAN

NAMA :

TANGGAL :

TEMPAT :

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	
2.	Bagaimana karateristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan laiinya	
6.	Bagaimana penentuan harga jasa pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk	

	mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	
11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	

DATA: ORANG TUA

NAMA :

TANGGAL :

TEMPAT :

No.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Apa yang bapak/ibu ketahui tentang MIN 1 Pringsewu?	
2.	Apakah yang membuat bapak/ibu memilih anaknya sekolah di MIN 1 Pringsewu?	
3.	Apakah bapak/ibu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah?	
4.	Dari mana bapak/ibu mengetahui sekolah ini?	
5.	Apakah lokasi MIN 1 Pringsewu mudah dijangkau oleh transportasi umum dan pribadi?	
6.	Bagaimana menurut bapak/ibu tentang biaya di MIN 1 Pringsewu?	
7.	Bagaimana suasana di MIN 1 Pringsewu?	
8.	Bagaimana kondisi bangunan di MIN 1 Pringsewu?	
9.	Apakah pihak sekolah sudah memberikan materi yang sesuai dengan usia para peserta didik?	
10.	Apakah kesetiaan bapak/ibu terhadap sekolah dikarenakan pelayanan jasa Pendidikan yang diberikan sekolah?	
11.	Apakah sekolah memberikan pelayanan yang baik?	
12.	Apakah menurut bapak/ibu, guru dan tenaga kependidikan memprioritaskan peserta dalam hal tumbuh kembangnya kecerdasan?	

13.	Apakah bapak/ibu ikut serta dalam melakukan promosi kepada orang lain, melalui media cetak/elektronik?	
-----	--	--



Lampiran 4 Dokumentasi

KERANGKA DOKUMENTASI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU DI MIN 1 PRINGSEWU

No.	Perihal	Uraian
1.	Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu	Sejarah singkat berdirinya MIN 1 Pringsewu
		Struktur organisasi MIN 1 Pringsewu
		Visi dan Misi MIN 1 Pringsewu
		Data keadaan Pendidik dan Kependidikan di MIN 1 Pringsewu
		Data keadaan Peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu
		Data keadaan sarana dan prasarana di MIN 1 Pringsewu
		Kegiatan sekolah MIN 1 Pringsewu



Lampiran 5 Daftar Responden

DAFTAR RESPONDEN

No.	Nama Responden	Keterangan
1.	Umi Kalsum S,Ag.M.Pd.I	Kepala Madrasah
2.	Insu Widodo S.Pd	Waka Kesiswaan
3.	Wahyu Cahyo Wibowo S.Pd.I	Ketua PPDB
4.	Siti Halimah S.Pd.I	Ketua Tu
5.	Karsini	Orang tua



Lampiran 6 Hasil Wawancara

HASIL WAWANCARA STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU DI MIN 1 PRINGSEWU SUMBER DATA: KEPALA MADRASAH

NAMA : Umi Kalsum S.Ag, M.Pd.I

TANGGAL : 09 Maret 2024

TEMPAT : MIN 1 Pringsewu

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	Untuk Standar yang dilakukan di MIN 1 Pringsewu dalam penerimaan peserta didik ialah cukup umur dimana calon peserta didik sudah berusia minimal tujuh tahun dan sesuai dengan kualifikasi yang ada, kemudian bagi calon peserta didik yang berasal dari Tk ataupun dari RA maka akan diutamakan. Bagi calon kelulusan/alumi diharapkan nantinya dapat melanjutkan jenjang Menengah Pertama di sekolah-sekolah ternama di Kabupaten Pringsewu
2.	Bagaimana karakteristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	Kurikulum yang digunakan di MIN 1 Pringsewu adalah kurikulum Merdeka belajar dan Kurikulum 13 dimana kurikulum Merdeka belajar dipergunakan untuk siswa kelas satu dan kelas

		empat sebagai uji coba dalam rangka memaksimalkan kebijakan dari pemerintah, sedangkan kurikulum 13 digunakan untuk kelas dua,tiga,lima,dan enam
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	Mengenai ekstrakurikuler yang ada di MIN 1 Pringsewu alhamdulillah sudah memiliki banyak macam eskul yang dapat diikuti oleh seluruh siswa /I dengan minat bakat masing-masing, eskul tersebut diantaranya Paskibra,pramuka,kesenian tari,bela diri,tahfizh dan masih banyak lainnya
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	Mitra yang dapat menjadi harapan bagi Masyarakat adalah mitra yang mampu melahirkan siswa/i ataupun anak didiknya menjadi unggul dan berprestasi, serta menjadi siswa lulus dengan bai, maka dari itu kami sebagai pengajar harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk siswa/I serta kepuasan bagi orang tua dan Masyarakat sekitar tentang lembaga pendidikan madrasah ini
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	Untuk biaya pendaftaran dan pendidikan lainnya di MIN 1 Pringsewu itu gratis tidak dipungut biaya apapun dari proses pendaftaran hingga peserta didik menerima kelulusan itu gratis, walaupun gratis kami sebagai lembaga sekolah pastinya akan memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik untuk peserta didik

6.	Bagaimana penentuan harga jasa Pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	Strategi yang kami terapkan agar masyarakat menyekolahkan anaknya di MIN 1 Pringsewu itu tidak ada karena sekolah ini gratis sehingga tidak ada strategi khusus yang dilakukan
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	Menurut saya sekolah ini berada dilokasi yang cukup strategis, karena berada tidak jauh dari pusat kota, tidak jauh dari jalan raya yang letaknya di JL.Pagersari pekon Fajar Agung Barat, Kec.Pringsewu Kabupaten Pringsewu
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	Akses jalan menuju MIN 1 Pringsewu menurut saya mudah walaupun letak nya tidak persis di pinggir jalan namun akses yang dilalui mudah baik pengguna yang berjalan kaki ataupun yang menggunakan kendaraan
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	Kami melakukan promosi dengan cara memberitahu kepada masyarakat tentang program unggulan,. Bahwa madrasah memiliki program-program yang terbaik seperti Program Tahfizh dan program Tilawah dan menerapkan nilai-nilai agama
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	Media yang kami gunakan yaitu media sosial baik media secara online maupun secara offline, seperti yang sudah dijelaskan mengenai promosi yang dilakukan yaitu dengan memberikan informasi PPDB melalui Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok dan website yang di miliki oleh MIN 1 Pringsewu
11.	Apakah sekolah	Ya tentunya kami menggunakan

	melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	media cetak, kami membagikan brosur-bosur dan memasang banner di sekitar sekolah untuk mempermudah masyarakat agar mereka tau bahwa pembukaan peserta didik baru sudah dibuka pendaftaran
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	Kegiatan yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat yaitu dengan mengadakan sosialisasi, berkunjung ke tk/ra yang berada disekitar sekolah, kemudian Min 1 Pringsewu juga mengadakan gebyar acara dengan mengundang masyarakat dan anak-anak calon peserta yang berasal dari Tk/Ra yang ada disekitar untuk memperlihatkan profil sekolah dan kegiatan unggulan apa saja yang adadisekolah sehingga dapat menarik minat calon peserta didik baru
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	Untuk meningkatkan kualitas tenaga pendidikan dengan memberikan kegiatan pelatihan, workshop guna untuk menambah pengetahuan kepada pada pendidik, memberitahu tentang tips dan trik untuk menggunakan metode pembelajaran yang tidak membosankan, sehingga siiswa merasa aman dan nyaman
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	Cara yang dilakukan dengan memberikan pelayanan yang terbaik bagi peserta didik dan juga menjaga nama baik masyarakat disekolah sekitar dengan melakukan hal-hal positif
15.	Apa saja bukti pendukung	Bukti pendukung yang kami

	yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	lakukan yaitu dengan menawarkan program unggulan, kami juga menggunakan output alumni yang sudah dapat meraih cita-citanya
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	Untuk gedung sekolah yang ada di MIN 1 Pringsewu itu menurut saya sudah baik sekali apalagi saat ini sudah dilakukan perbaikan gedung untuk kenyamanan peserta didik dalam proses pembelajarannya
17	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	Proses pembelajaran yang dilakukan di MIN 1 Pringsewu dengan menggunakan Kurikulum K13 dan Kurikulum Merdeka, dimana kelas 2,3,5,6 menggunakan K13 sedangkan kelas 1,dan 4 menggunakan Kurikulum Merdeka. Sudah 2 tahun terakhir ini untuk memaksimalkan kegiatan ANBK ujian bagi kelas 6 menggunakan google form tidak dilakukan secara manual

HASIL WAWANCARA

SUMBER DATA: KETUA PANITIA PPDB

NAMA : Wahyu Cahyo Wibowo

TANGGAL : 09 Maret 2024

TEMPAT : MIN 1 Pringsewu

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Standar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	Standar yang menjadi penilaian di MIN 1 Pringsewu bagi peserta yang akan mendaftar diharapkan bisa mengeja, dan membaca serta dapat membaca iqro dan surat-surat pendek dikarenakan basic dari MIN 1 Pringsewu nantinya siswa diharapkan dapat mengikuti kegiatan tahfizh quran, karena tahfizh ini merupakan kegiatan unggulan yang wajib diikuti oleh peserta didik
2.	Bagaimana karakteristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	Seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Umi Kalsum bahwasannya kurikulum yang digunakan di MIN 1 Pringsewu adalah kurikulum Merdeka Belajar dan Kurikulum 13 kami sebagai tenaga pendidik dalam proses pembelajaran tentunya akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan kebutuhan pesereta didik
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk	Seperti yang dikatakan oleh ibu umi bahwa ekstrakurikuler

	menarik minat siswa baru	di MIN 1 Pringsewu cukup banyak, dan kita sebagai guru wajib mengarahkan dan mendorong para siswa untuk mengikutinya agar siswa nantiya memiliki bekal untuk masa yang akan datang, kemudian banyak juga siswa yang mengikuti lomba OSN Tingkat Kab yang beberapa berhasil meraih juara
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	Kami sebagai mitra sekolah maka harus menjaga citra positif madrasah di masyarakat untuk memberikan kepercayaan kepada masyarakat atau orang tua maka kami akan memberikan pelajaran yang terbaik dalam proses pembelajaran serta memberikan fasilitas yang memadai agar proses pembelajaran menjadi efektif dan efisien
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	Min 1 Pringsewu itu gratis sehingga orang tua tidak perlu pusing untuk mengeluarkan biaya, orang tua hanya fokus untuk memberikan uang saku saja kepada anak mereka
6.	Bagaimana penentuan harga jasa pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	Sekolah ini gratis tidak ada biaya walaupun gratis sekolah tetap memberikan pelayanan terbaik dan memerikan fasilitas yang lengkap untuk proses pembelajaran
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	Untuk lokasi MIN 1 Pringsewu ini berada dilokasi yang cukup strategis, karena dekat dengan jalan utama, dekat dengan rumah sakit

		umum pringsewu, dekat dengan kantor desa, dan tentunya akses yang dilalui juga cukup mudah, dekat dengan pemukiman warga dan persawahan yang asri, sehingga kenyamanan sekoilah terjaga dengan baik
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	Sangat mudah dijangkau oleh anak-anak sekolah disini dan tentunya aman karena tidak terlalu banyak kendaraan yang berlalu lalang, sehingga aman untuk siswa pejalan kaki
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	Kami selaku panitia penerimaan peserta didik baru harus menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat-masyarakat dan pihak sekitar sekolah. Selanjutnya kami juga melakukan sosialisasi di TK/RA sekitar yang ada di MIN 1 Pringsewu dengan memberitahu profil,program dan keunggulan yang dimiliki
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	Media yang kami gunakan yaitu dengan media sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Link, Website. Sedangkan secara offline kami memasang banner, membagikan brosur ke TK/RA terdekat, kami juga melakukan sosialisai, dan melakukan kegiatan <i>fashion show</i> yang diadakan oleh MIN 1 Pringsewu dan mengundang TK/RA yang ada di kabupaten pringsewu untuk melihat kegiatan apa saja yang ada di sini

11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	Kami menggunakan media elektronik dengan menggunakan hp dengan mempromosikan di media sosial dan akun website MIN 1 Pringsewu agar masyarakat dan orang tua calon peserta didik baru tau bahwa sudah ada pembukaan pendaftaran
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	Ya tentunya kami melakukan berbagai cara mulai dari datang kesekolah Tk/Ra, kami juga mengadakan kegiatan gebyar
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	Kami melakukan evaluasi pembelajaran melihat kegiatan yang selama ini dilakukan apakah sudah baik dalam pelayanannya atau belum, sehingga para tenaga pendidik dapat mengetahui cara yang sebaiknya dilakukan untuk menghadapi para peserta didik
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	hal yang dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik serta memberikan rasa aman dan nyaman bagi pesert didik
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	Bukti pendukung untuk meyakinkan calon peserta didik yaitu dengan memberitahukan tentang fasilitas apa saja yang ada di MIN 1 Pringsewu
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	Untuk gedung di MIN 1 Pringsewu sudah cukup baik, dan lengkap ya mulai dari Kelas belajar.Ruang Perpustakaan,Ruang Lab

		Komputer, Lab Ipa, dan masih banyak fasilitas lainnya yang sudah memadai
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	untuk mendukung proses pembelajaran di MIN 1 Pringsewu memanfaatkan gadget untuk memaksimalkan yang sudah dicanangkan oleh pemerintah untuk memperbaiki kurikulum yang ada



HASIL WAWANCARA

SUMBER DATA: KEPALA TU

NAMA : Siti Halimah S.Pd.I

TANGGAL : 09 Maret 2024

TEMPAT : MIN 1 Pringsewu

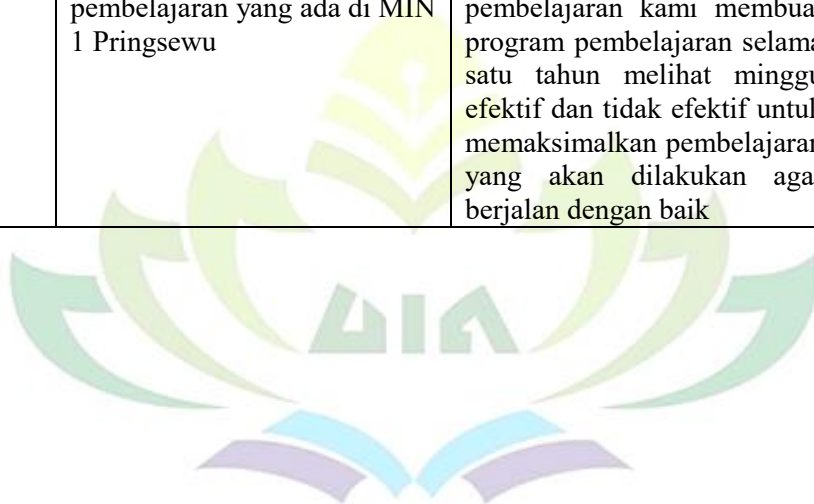
NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	Yang menjadi indikator kita mengedepankan nilai keagamaan dimana guru nantinya dapat mendidik dan membimbing peserta didik untuk menjadi penghafal AL-Quran dan nantinya siswa diharapkan dapat mengikutri kegiatan lomba keislaman yang ada di tingkat Kabupaten maupun provinsi
2.	Bagaimana karakteristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	Dalam proses pembelajaran tentunya kami selaku guru akan selalu menciptakan suasana belajar yang asik dan tidak monoton, dimana dalam proses pembelajaran berlangsung kami memberikan kegiatan ice breaking dan sesekali memberi reward kepada peserta didik agar mereka merasa tidak bosan dan bersemangat dalam belajar. Tidak hanya itu kami sebagai tenaga pendidik juga melakukan evaluasi disetiap kegiatan pembelajaran

		berakhir
3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	Di MIN 1 Pringsewu memiliki beberapa ekstrakurikuler yang wajib diikuti salah satunya adalah pramuka, pramuka di Min 1 Pringsewu terbilang aktif dikarenakan sering mengadakan acara perkemahan di sekolah untuk melatih keberanian dan kedisiplinan siswa/i. acara yang rutin dilakukan adalah Perjusa (Perkemahan Jumat Sabtu
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	Suatu lembaga pendidikan tentunya menjadi hal yang mendasar untuk menjadi pertimbangan bagi masyarakat khususnya bagi peserta didik maupun orang tua peserta didik yang akan menyekolahkan anaknya di MIN 1 Pringsewu sebagai langkah awal dalam pendidikan dasar, maka dari itu kami selaku tenaga pendidik akan memberikan pendidikan yang berkualitas dan memberikan kepuasan terhadap orang tua peserta didik
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	Untuk strategi harga yang kami lakukan agar orang tua menyekolahkan anaknya di MIN 1 Pringsewu itu gratis selanjutnya kami juga menawarkan program-program unggulan dan kegiatan apa saja yang ada di di sekolah ini sehingga orang tua tidak perlu

		khawatir untuk biaya sekolah
6.	Bagaimana penentuan harga jasa pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	Berbicara mengenai biaya di MIN 1 Pringsewu tidak meneima biaya dalam bentuk hal apapun, dan tentunya kami selalu memberikan yang terbaik untuk proses pembelajaran yang dilakukan agar siswa merasa nyaman
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	Terkait lokasi alahmadulillah sudah tergolong mudah untuk dijangkau peserta didik baik pejalan maupun yang menggunakan kendaraan karena letaknya yang strategis dekat dengan pemukiman dan tidak jauh dengan jalan lintas
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	Selain akses yang mudah dan tempat yang nyaman juga menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi calon peserta didik, akses yang digunakan di MIN1 Pringsewu sangat mudah dijangkau baik orang tua yang mengantarkan dan anak-anak sekolah yang berjalan kaki, bagi siswa yang menggunakan kendaraan umum juga hanya berjalan tidak jauh dari sekolah ada jalan raya yang mudah dilalui oleh kendaraan umum
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	Promosi yang digunakan yaitu media sosial baik secara offline maupun online, dengan memasang banner, membagikan brosur dan pamflet dan juga menggunakan jaringan para alumni dan orang tua, maka masyarakat sekitar tau akan penerimaan

		peserta didik baru
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	Kita menggunakan peluang yaitu dengan mengadakan kegiatan di MIN dan mengundang Ra/Tk yang ada di kabupaten pringsewu untuk menarik minat calon peserta didik. Kemudian kami juga menggunakan para alumni dan orang tua untuk membantu mempromosikan MIN 1 Pringsewu
11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	ya kami menggunakan media itu untuk mempermudah para calon mengetahui bahwa pendaftar peserta didik baru di Min sudah dibuka
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	kami mengadakan acara gebyar untuyk cpara calon peserta didik dan mengundang masyarakat untuk melihat kegiatan apa saja yang ada di sekolah agar dapat meyakinkan calon peserta bis amendaftar di sekolah kami
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	Kami mengikuti kegiatan workshop yang diadakan oleh Kepala Madrasah kepada seluruh tenaga pendidik untuk menunjang proses pembelajaran agar berjalan dengan baik secara efisien
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	untuk mengukur kepuasan pelanggan khususnya orang tua yaitu dengan melihat keberhasilan anak-anak dalam mengikuti kegiatan selama pembelajaran berlangsung
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah	Bukti yang kami berikan dengan memberikan pelayanan terbaik,

	minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang lengkap dan memberikan kenyamanan untuk peserta didik yang akan bersekolah di MIN 1 Pringsewu
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	ya untuk gedung di Min 1 sudah bagus karena beberapa waktu sudah melakukan perbaikan mulai dari ruang kelas, dan fasilitas-fasilitas lainnya untuk menunjang proses pembelajaran
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	untuk memaksimalkan proses pembelajaran kami membuat program pembelajaran selama satu tahun melihat minggu efektif dan tidak efektif untuk memaksimalkan pembelajaran yang akan dilakukan agar berjalan dengan baik



HASIL WAWANCARA

SUMBER DATA: WAKA KESISWAAN

NAMA : Insu Widodo
 TANGGAL : 09 Maret 2024
 TEMPAT : MIN 1 Pringsewu

NO.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Strandar untuk penilaian kesesuaian dari persyaratan masuk untuk menjadi peserta didik baru dan calon kelulusan	Standar yang menjadi penilaian di MIN 1 Pringsewu bagi peserta yang akan mendaftar diharapkan bisa mengeja, dan membaca serta dapat membaca iqro dan surat-surat pendek dikarenakan basic dari MIN 1 Pringsewu nantinya siswa diharapkan dapat mengikuti kegiatan tahfizh quran, karena tahfizh ini merupakan kegiatan unggulan yang wajib diikuti oleh peserta didik
2.	Bagaimana karakteristik kurikulum yang bapak/ibu gunakan untuk mengembangkan suatu program belajar	Seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Umi Kalsum bahwasannya kurikulum yang digunakan di MIN 1 Pringsewu adalah kurikulum Merdeka Belajar dan Kurikulum 13 kami sebagai tenaga pendidik dalam proses pembelajaran tentunya akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan kebutuhan pesereta didik

3.	Ekstrakurikuler apa saja yang ada disekolah ini untuk menarik minat siswa baru	Seperti yang dikatakan oleh ibu umi bahwa ekstrakurikuler di MIN 1 Pringsewu cukup banyak, dan kita sebagai guru wajib mengarahkan dan mendorong para siswa untuk mengikutinya agar siswa nantiya memiliki bekal untuk masa yang akan datang, kemudian banyak juga siswa yang mengikuti lomba OSN Tingkat Kab yang beberapa berhasil meraih juara
4.	Apakah sekolah merupakan mitra yang dapat diandalkan dalam menawarkan jasa pendidikan	Kami sebagai mitra sekolah maka harus menjaga citra positif madrasah di masyarakat untuk memberikan kepercayaan kepada masyarakat atau orang tua maka kami akan memberikan pelajaran yang terbaik dalam proses pembelajaran serta memberikan fasilitas yang memadai agar proses pembelajaran menjadi efektif dan efisien
5.	Berapakah biaya untuk pendaftaran dan biaya pendidikan lainnya	Min 1 Pringsewu itu gratis sehingga orang tua tidak perlu pusing untuk mengeluarkan biaya, orang tua hanya fokus untuk memberikan uang saku saja kepada anak mereka
6.	Bagaimana penentuan harga jasa pendidikan yang bapak/ibu tawarkan berdasarkan persaingan dalam pemasaran jasa Pendidikan?	Sekolah ini gratis tidak ada biaya walaupun gratis sekolah tetap memberikan pelayanan terbaik dan memerikan fasilitas yang lengkap untuk proses pembelajaran
7.	Apakah menurut bapak/ibu sekolah ini sudah berada di lokasi yang strategis?	Untuk lokasi MIN 1 Pringsewu ini berada dilokasi yang cukup strategis, karena

		dekat dengan jalan utama, dekat dengan rumah sakit umum pringsewu, dekat dengan kantor desa, dan tentunya akses yang dilalui juga cukup mudah, dekat dengan pemukiman warga dan persawahan yang asri, sehingga kenyamanan sekoilah terjaga dengan baik
8.	Apakah akses jalan menuju sekolah mudah dijangkau siswa dan masyarakat	Sangat mudah dijangkau oleh anak-anak sekolah disini dan tentunya aman karena tidak terlalu banyak kendaraan yang berlalu lalang, sehingga aman untuk siswa pejalan kaki
9.	Bagaimana cara Bapak/Ibu melakukan promosi mengenai sekolah bagi calon peserta didik	Kami selaku panitia penerimaan peserta didik baru harus menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat-masyarakat dan pihak sekitar sekolah. Selanjutnya kami juga melakukan sosialisasi di TK/RA sekitar yang ada di MIN 1 Pringsewu dengan memberitahu profil, program dan keunggulan yang dimiliki
10.	Menggunakan media apa saja yang Bapak/Ibu gunakan untuk mempermudah calon peserta didik baru mengetahui informasi yang ada di MIN 1 Pringsewu	Media yang kami gunakan yaitu dengan media sosial Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, Link, Website. Sedangkan secara offline kami memasang banner, membagikan brosur ke TK/RA terdekat, kami juga melakukan sosialisai, dan melakukan kegiatan <i>fashion show</i> yang diadakan oleh MIN 1 Pringsewu dan mengundang TK/RA yang ada di kabupaten pringsewu untuk melihat

		kegiatan apa saja yang ada di sini
11.	Apakah sekolah melakukan kegiatan promosi menggunakan media cetak dan elektronik? Apa saja media yang digunakan?	Kami menggunakan media elektronik dengan menggunakan bantuan hp dengan mempromosikan di media sosial dan akun website MIN 1 Pringsewu agar masyarakat dan orang tua calon peserta didik baru tau bahwa sudah ada pembukaan pendaftaran
12.	Kegiatan apa saja yang dilakukan sekolah dalam mempromosikan secara langsung ditengah-tengah masyarakat?	Ya tentunya kami melakukan berbagai cara mulai dari datang kesekolah Tk/Ra, kami juga mengadakan kegiatan gebyar
13.	Bagaimana strategi bapak/ibu dalam menjaga SDM khususnya Tenaga pendidik untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga pendidik di MIN 1 Pringsewu	Kami melakukan evaluasi pembelajaran melihat kegiatan yang selama ini dilakukan apakah sudah baik dalam pelayanannya atau belum, sehingga para tenaga pendidik dapat mengetahui cara yang sebaiknya dilakukan untuk menghadapi para peserta didik
14.	Bagaimana cara Bapak/Ibu untuk mengukur kepuasan pelanggan jasa Pendidikan khususnya orang tua siswa/wali murid siswa	hal yang dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik serta memberikan rasa aman dan nyaman bagi pesert didik
15.	Apa saja bukti pendukung yang bapak/ibu berikan untuk meyakinkan dan menambah minat calon peserta didik baru di MIN 1 Pringsewu	Bukti pendukung untuk meyakinkan calon peserta didik yaitu dengan memberitahukan tentang fasilitas apa saja yang ada di MIN 1 Pringsewu
16.	Bagaimana model Gedung dan denah lokasi yang ada di MIN 1 Pringsewu?	Untuk gedung di MIN 1 Pringsewu sudah cukup baik, dan lengkap ya mulai dari

		Kelas belajar.Ruang Perpustakaan,Ruang Lab Komputer,Lab Ipas, dan masih banyak fasilitas lainnya yang sudah memadai
17.	Bagaimana proses pembelajaran yang ada di MIN 1 Pringsewu	untuk mendukung proses pembelajaran di MIN 1 Pringsewu memanfaatkan gadget untuk memaksimalkan yang sudah dicanangkan oleh pemerintah untuk memperbaiki kurikulum yang ada



HASIL WAWANCARA

SUMBER DATA: ORANG TUA

NAMA : Karsini
 TANGGAL : 09 Maret
 TEMPAT : MIN 1 Pringsewu

No.	Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat siswa baru MIN 1 Pringsewu	Respon/Jawaban
1.	Apa yang bapak/ibu ketahui tentang MIN 1 Pringsewu?	Sekolah madrasah yang dekat dengan lingkungan masyarakat
2.	Apakah yang membuat bapak/ibu memilih anaknya sekolah di MIN 1 Pringsewu?	Lokasinya tidak jauh dari rumah
3.	Apakah bapak/ibu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah?	Ya, saya merasa puas dengan pelayanan yang tanggap
4.	Dari mana bapak/ibu mengetahui sekolah ini?	Saya tahu karena sekolah ini dekat dengan rumah saya
5.	Apakah lokasi MIN 1 Pringsewu mudah dijangkau oleh transportasi umum dan pribadi?	Iya, tentu mudah dijangkau
6.	Bagaiman menurut bapak ibu tentang biaya di MIN 1 Pringsewu?	Di sekolah ini tidak ada biaya pendaftaran, gratis
7.	Bagaiaman suasana di MIN 1 Pringsewu?	Menurut saya suasananya sangat asri dan nyaman
8.	Bagaimana kondisi bangunan di MIN 1 Pringsewu?	Untuk bangunan menurut saya bagus apalagi beberapa waktu sudah dilakukan tahap perbaikan
9.	Apakah pihak sekolah sudah memberikan materi yang sesuai dengan usia para peserta didik?	Iya, para guru memebrikan Pelajaran sesuai dengan tingkat pendidikan

10.	Apakah kesetiaan bapak/ibu terhadap sekolah dikarenakan pelayanan jasa Pendidikan yang diberikan sekolah?	Iya, karena melihat dari alumni nya juga diterima di beberapa sekolah unggulan di Pringsewu
11.	Apakah sekolah memberikan pelayanan yang baik?	Ya, sekolah memberikan pelayanan yang baik
12.	Apakah menurut bapak/ibu, guru dan tenaga kependidikan memprioritaskan peserta dalam hal tumbuh kembangnya kecerdasan?	Iya, para guru sangat tanggap tentang kembang belajarnya anak0anak agar mereka memiliki bekal untuk melanjutkan penedidikan selanjutnya.
13.	Apakah bapak/ibu ikut serta dalam melakukan promosi kepada orang lain,melalui media cetak/elektronik?	Iya, pada saat pendaftaran saya ikut mempromosikan di Wa



Lampiran 7 Surat Pra Penelitian

Surat Pra Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
 Jalan Letkol. H. Endro Suratmin I. Sukarame Bandar Lampung 35131
 Telp. (0721) 780887, email: info@uinaradenintan.ac.id
 Website: www.uinaradenintan.ac.id

Nomor : B27 /Un.16/DT./PP.009.7/8/2023 Bandar Lampung, 24 Agustus 2023
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Melaksanakan Pra Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala MIN 1 Pringsewu
 di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka memenuhi persyaratan studi pada Program Strata Satu (S1) UIN Raden Intan Lampung, maka dengan ini mohon bapak/ibu berkenan memberikan izin kepada mahasiswa/i:

Nama : Rahayu Wilujeng
 NPM : 2011030406
 Semester : VI (Enam)
 Fakultas/Program Studi : Tarbiyah dan Keguruan / Manajemen Pendidikan Islam

Untuk melaksanakan Pra Penelitian di MIN 1 Pringsewu. Data hasil Pra Penelitian akan dipergunakan oleh yang bersangkutan untuk penyusunan Proposal Skripsi. Atas izin dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

An. Wakil Dekan I
 Ketua Jurusan / Prodi



Tembusan:

1. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
2. Kabag Tata Usaha Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
3. Mahasiswa/i Yang Bersangkutan

Lampiran 8 Surat Balasan Prapenelitian

Surat Balasan Prapenelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PRINGSEWU
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 PRINGSEWU
Pagersari Pekon Fajaragung Barat Kec. Pringsewu Kab. Pringsewu Kode pos 35373

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-160/ML.08.01/PP.00.3/09/2023

Yang bertandatangan dibawah ini Kepala MIN 1 Pringsewu memberikan izin untuk melakukan Penelitian di MIN 1 Pringsewu kepada:

Nama : RAHAYU WILUJENG
NPM : 2011030406
Semester : 7 (Tujuh)
Program Study : Manajemen Pendidikan Islam
Penelitian Pada : Strategi Pemasaran di MIN 1 Pringsewu


Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pringsewu, 23 September 2023

Kepala,

UMI KALSUM,

Lampiran 9 Berita Acara Seminar Proposal




KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
 Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratnin Sukarame I Bandar Lampung, telp.(0721)703260






BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
 Nomor B. 586 /Un.16/DT.1/PP.009.7/1/2024

Pada hari Rabu, 31 Januari 2024 mulai pukul 13.00-14.00 WIB secara langsung di ruang ujian munaqosyah prodi MPI telah diselenggarakan seminar proposal yang berjudul: Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

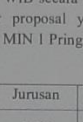
Atas nama mahasiswa:

No	Nama	NPM	Jurusan	Tanda Tangan
1	Rahayu Wilujeng	2011030406	MPI	1. 

Tim Seminar Proposal

NO	NAMA	TUGAS	TANDA TANGAN
1.	Prof. Dr. H. Subandi, MM	MODERATOR	1. 
2.	Sela Kholidiani, M.Pd	SEKRETARIS	2. 
3.	Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag	PEMBAHAS UTAMA	3. 
4.	Dr. H. Septuri, M. Ag	PEMBAHAS PENDAMPING I	4. 
5.	Devin Cumbuan Putri, M.Pd	PEMBAHAS PENDAMPING II	5. 


Moderator,



Prof. Dr. H. Subandi, MM
 NIP. 196308081993121002

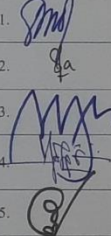
Bandar Lampung, 31 Januari 2024

Sekretaris,



Sela Kholidiani, M.Pd
 NIP.

a.n Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
 Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam,



Devin Cumbuan Putri, M.Pd
 NIP. 1994032001

Lampiran 10 Permohonan Penelitian

Perihal : Permohonan Penelitian

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Raden Intan Lampung
di- Bandar Lampung

Assalamualaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini :

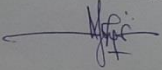


1. Nama : Rahayu Wilujeng
2. NPM : 2011030406
3. Semester : VIII (Delapan)
4. Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
5. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik
Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu
6. Instansi/Tempat Penelitian : MIN 1 PRINGSEWU

Telah menyelesaikan skripsi BAB I dan BAB II dan telah di setujui/ACC oleh Pembimbing I dan II, untuk itu mohon agar diterbitkan Surat Penelitian, sebagai bahan pertimbangan bapak/ibu berikut ini saya lampirkan :


1. KRS/KHS Mata Kuliah Metode Penelitian
2. KRS Mata Kuliah Skripsi
3. SPP dari awal sampai akhir
4. KTM asli
5. Transkrip dari SIAKAD
6. Bukti Proposal yang sudah di seminarkan
7. Lembar Pengesahan Seminar Proposal
8. Kartu Perpustakaan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan asli
9. Kartu Kendali Seminar Proposal

Wassalamualaikum Wr. Wb

Mengetahui

Pembimbing I	Pembimbing II	Pemohon
		
<u>Dr. H. Septuri, M. Ag</u> NIP. 1964092019944031002	<u>Devin Cumbuan Putri, M. Pd</u> NIP.	<u>Rahayu Wilujeng</u> NPM. 2011030406

Mengetahui
Sekretaris Program Studi



Dr. Rivuzen Fata Tuala, M. Pd
NIP. 196608171995121002

Lampiran 11 Surat Penelitian

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS TARBIIYAH DAN KEGURUAN

Jalan Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131
 Telp. (0721) 780887 ; email.humas@radenintan.ac.id
 Website: www.radenintan.ac.id

Nomor : B-2248 Un.16/DT/PP.009.07/02/2024 Bandar Lampung, Februari 2024
 Sifat : Penting
 Lampiran : -
 Perihal : Permohonan Mengadakan Penelitian

Kepada Yth.
 Kepala Sekolah MIN 1 Pringsewu
 di
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memperhatikan Judul Skripsi dan Out Line yang sudah disetujui oleh dosen Pembimbing Akademik (PA), maka dengan ini Mahasiswa/i Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung :

Nama : Rahayu Wilujeng
 NPM : 2011030406
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu

Akan mengadakan penelitian, Guna mengumpulkan data dan bahan-bahan skripsi yang bersangkutan. Waktu yang diberikan mulai tanggal 29 Februari sampai dengan selesai. Demikian, atas perkenan dan bantuannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Prof. Dr. Ir. Nirva Diana, M.Pd.
 NIP. 19640828 198803 2 002

Tembusan :

1. Wakil Dekan Bidang Akademik;
2. Kajar/Kaprodi Jurusan Masing-masing
3. Kasubag Akademik;
4. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 12 Surat Balasan Penelitian

Surat Balasan Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PRINGSEWU
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 PRINGSEWU
Pagersari Pekon Fajaragung Barat Kec. Pringsewu Kab. Pringsewu Kode pos 35373

SURAT REKOMENDASI

Nomor: B-047/MI. 08.01/Pp.00.3/03/2024

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : UMI KALSUM, S.Ag., M.Pd. I
NIP : 197403202007102003
Pangkat/Golongan : Penata Tingkat I/IV.a
Jabatan : Kepala Madrasah

Dengan ini merekomendasikan kepada:

Nama : RAHAYU WILUJENG
NPM : 2011030406
Semester/T.A : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Adalah benar nama tersebut diatas telah mengadakan penelitian di MIN 1 Pringsewu dibawah bimbingan Bapak Wahyu Cahyo Wibowo, S.Pd

Guna mengumpulkan data dan bahan penulisan Skripsi dengan judul Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 1 Pringsewu.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pringsewu, 09 Maret 2024
Mengetahui,
Kepala MIN 1 Pringsewu

UMI KALSUM

Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian MIN 1 Pringsewu

Dokumentasi Wawancara Pra Penelitian



Dokumentasi Wawancara Penelitian dengan Kepala Madrasah



Wawancara penelitian dengan Kepala Tu



Wawancara penelitian dengan Ketua PPDB



Wawancara Waka Kesiswaan



Wawancara orang tua wali murid



Lampiran 14 Profil MIN 1 Pringsewu

Profil Sekolah MIN 1 Pringsewu



Lampiran 15 Hubungan Sekolah dengan Masyarakat

Berbagi Sembako Kepada Masyarakat Sekitar



Kebersamaan keluarga besar MIN 1 dengan Masyarakat sekitar



Lampiran 16 Data Siswa Berprestasi

Siswa/siswi perwakilan ajang lomba Sains

**KEMENTERIAN AGAMA RI
MIN 1 PRINGSEWU**

**Kompetisi
Sains Madrasah
KSM 2023**

**Selamat Berjuang Peserta Didik MIN 1 Pringsewu
Pada Ajang Kompetisi Sains Madrasah (KSM) 2023**

Ayu Puspita Ningrum
Peserta IPA Terintegrasi

Raudhatul Husna
Peserta IPA Terintegrasi

Husain Ahmadinejad
Matematika Terintegrasi

Aliif Fathurriqzi
Matematika Terintegrasi

Umi Kalsum, M.Pd.I
Kepala Madrasah

Prestasi Siswi MIN 1 Pringsewu

**MIN 1 PRINGSEWU
MENGUCAPKAN
Selamat dan sukses
ENGGAL ALIKA WINATA**

*Siswa kelas 6
MIN 1 PRINGSEWU*

Juara 1 lomba Pencak silat
Kelas i putri
Piala Rektor UMPRI CUP II Tahun 2024
Pringsewu, 23-25 Februari 2024

**Kepala Madrasah
UMI KALSUM, S.Ag.,M.Pd.I**

Lampiran 17 Promosi sekolah

Promosi

MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI
MIN 1 PRINGSWU

MADRASAH BARU
PESERTA DIDIK
PENDAFTARAN
TAHUN AJARAN 2024 / 2025

Program Unggulan

- Pencak Silat
- Olahraga
- Tari
- Tilawat
- Pramuka
- KSM
- Seni Tari

Syarat Pendaftaran

- Mengisi Formulir pendaftaran
- Fotokopi Akta Kelahiran dan KK
- Fotokopi KTP orang tua
- Fotokopi Ijazah (Jika Sudah Ada)
- Fotokopi KKS, PKH, KIP (Jika Ada)

Waktu Pendaftaran

Mulai Pendaftaran
08 Februari 2024

Awal Pembelajaran
15 Juli 2024

Lokasi Pendaftaran

MIN 1 PRINGSWU
(Jl. Pageran Pekon Fajar Agung Barat
Belalang RSUD)

Informasi Lebih Lanjut
0853 7878 1717 (Fotolaloh)

MIN 1 Pringsewu

KUOTA TERBATAS!

Banner PPDB

**MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI
(MIN) 1 PRINGSEWU**



PPDBM 2024-2025

PENERIMAAN PESERTA
DIDIK BARU MADRASAH



UMI KALSUM, S.Ag., M.Pd.I
Kepala Madrasah

EKSTRAKULIKULER

- Program Tahfiz
- Tilawah
- Pramuka
- Seni Tari
- Pencak silat
- Ksm
- Hadroh
- Olahraga

PEMBIASAN SETIAP HARI

Shalat Dhuha
Pembacaan Asmaul Husna
Murojaah
Shalat Dzuhur Berjamaah

JADWAL PENDAFTARAN

Mulai
08 Januari 2024

MIN 1 PRINGSEWU
JL. PADJARAN I PEKON FAJAR AGUNG
KABUPATEN PRINGSEWU

 Min Pringsewu
 Min 1 Pringsewu
 Min 1 Pringsewu

PERSYARATAN

- Usia minimal 6 tahun
- Fotocopy KTP Orang Tua
- Fotocopy KK
- Fotocopy Akta kelahiran
- Fotocopy kartu KKS, KIP, PKH (Jika Ada)







GRATIS

Biaya Pendaftaran dan
sekolah

KUOTA TERBATAS

Brosur PPdb



MIN 1 Pringsewu

321 suka · 326 pengikut

WhatsApp

Kirim pesan

Suka

...

Postingan

Tentang

Video

Lainnya ▾

Detail

 **Halaman** · Situs web pendidikan

 **Belum dinilai (0 Ulasan)**

... **Lihat Info MIN**



Fb MIN 1 Pringsewu

Lampiran 18 Akses Jalan**Akses Jalan**

Lampiran 19 Bukti Sarana dan Prasarana

Bukti Fisik



Ruang Guru



Ruang Tata Usaha



Ruang Perpustakaan



Ruang UKS



Lab Ipas



Lapangan



Gajebo MIN 1 Pringsewu



Gajebo MIN 1 Pringsewu



Fasilitas Cuci tangan



Mushola



Wc Siswa/i



Peralatan Olahraga



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
 Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-1430/ Un.16 / P1 /KT/V/ 2024

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
 NIP : 197308291998031003
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
 Menerangkan bahwa Karya Ilmiah dengan judul

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU
 DI MIN 1 PRINGSEWU**

Karya

NAMA	NPM	FAKULTAS/PRODI
RAHAYU WILUJENG	2011030406	FTK/ MPI

Bebas Plagiasi dengan tingkat kemiripan sebesar 17%. Dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 21 Mei 2024
 Kepala Pusat Perpustakaan



Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
 NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENARIK MINAT SISWA BARU DI MIN 1 PRINGSEWU

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

15%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	2%
2	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	2%
3	Submitted to UIN Jambi Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Student Paper	1%
5	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	1%
7	Rizky Pangestika, Amilda Amilda, Mardiah Astuti. "Strategi Pemasaran Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru",	1%

Munaddhomah: Jurnal Manajemen
Pendidikan Islam, 2024
Publication

8	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1 %
9	Lina Mardiana. "Educational marketing strategy in attracting students' interest in SMA Muhammadiyah in Lombok", Jurnal at Tadbir Journal of Islamic Education Management (IEM), 2023 Publication	1 %
10	Mahmud MY, Riftiyanti Savitri, Lesiana Oktorita. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19", JMiE (Journal of Management in Education), 2022 Publication	1 %
11	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
12	Submitted to University of Mary Student Paper	<1 %
13	Falahiyah Falahiyah, E. Syarifudin, Hanafi Hanafi. "Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di	<1 %

Raudhatul Athfal Nurul Jannah Kota
Tangerang", Journal on Education, 2023

Publication

-
- | | | |
|-----------|---|----------------|
| 14 | Yusnia Meha, Anisah Anisah, Nabilah Ulfiyah, Siddiq Permadi, Tulus Abdul Wahid,, Mia Audina Naibaho, Aidatul Fauziah. "Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial di SDN 060816 Medan", El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2023 | <1 % |
| <hr/> | | |
| 15 | Submitted to Universitas Islam Bandung | <1 % |
| <hr/> | | |
| 16 | Submitted to STIE Perbanas Surabaya | <1 % |
| <hr/> | | |
| 17 | Submitted to Universitas Negeri Semarang | <1 % |
| <hr/> | | |
| 18 | Tanzilal, Abdur Razzaq, Manalullaili. "Analisis Semiotika Ferdinand De Saurre Pesan Dakwah Pada Film "Mengejar Surga"", Pubmedia Social Sciences and Humanities, 2024 | <1 % |
| <hr/> | | |
| 19 | Isma Yeni, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto Suharto. "STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI DI BANK SYARIAH INDONESIA", Holistic Journal of Management Research, 2023 | <1 % |
| <hr/> | | |

Publication

20	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
21	Submitted to University of California, Los Angeles Student Paper	<1 %
22	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	<1 %
23	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1 %
24	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	<1 %
25	Submitted to Ajou University Graduate School Student Paper	<1 %
26	Submitted to unars Student Paper	<1 %
27	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	<1 %
28	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1 %
29	Submitted to Universitas Sanata Dharma Student Paper	<1 %
30	Zakariyah Zakariyah. "Improving Madrasah Competitiveness Through Excellent Islamic	<1 %

Education Development Strategies",
Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam, 2024
Publication

31 Submitted to IAIN Tulungagung <1 %
Student Paper

32 Rohiqi Mahtum. "Aspek-Aspek Pendidikan
Fiqih di Pesantren untuk Membangun
Kesetaraan dan Perdamaian Dunia", Jurnal
Multidisiplin Ibrahimy, 2023 <1 %
Publication

33 Submitted to Universitas Pendidikan
Indonesia <1 %
Student Paper

34 Submitted to Universitas Pelita Harapan <1 %
Student Paper

35 Submitted to Universitas Islam Indonesia <1 %
Student Paper

36 Submitted to Universitas Negeri Makassar <1 %
Student Paper

37 Dyah Huzaifah Cempaka, Alhadi Yan Putra,
Nila Kesumawati. "Pengaruh Gaya
Kepemimpinan dan Kompetensi Manajerial
Kepala Sekolah Terhadap Kinerja Guru",
Journal Of Administration and Educational
Management (ALIGNMENT), 2023 <1 %
Publication

- 38 Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
Student Paper <1 %
-
- 39 Rika Maria, Hadiyanto Hadiyanto. "Urgensi Perencanaan Strategis dalam Meningkatkan Pengembangan dan Mutu Pendidikan",
EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN, 2021
Publication <1 %
-
- 40 Submitted to stie-pembangunan
Student Paper <1 %
-
- 41 Submitted to Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Student Paper <1 %
-
- 42 Radhiya Bustan, Emmalia Sutiasasmita, Hanifah Arief. "Pengaruh Pendidikan Islam terhadap Kecerdasan Spiritual pada Remaja yang Tinggal di Lingkungan Pekerja Seks Komersial (PSK) Tanah Abang Jakarta Pusat",
JURNAL AL-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA, 2013
Publication <1 %
-
- 43 Putri Sundari, Naura Mutia Astari, Vita Efelina. "Penerapan Strategi Pemasaran UMKM Susu Kedelai Desa Kutagandok", JURMATIS (Jurnal Manajemen Teknologi dan Teknik Industri), 2022
Publication <1 %

44 Siti Aisyah, Zakiyah Zahara. "PERAN BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DI MOUZA SUPERMART KOTA PALU", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2021 <1%
Publication

45 Submitted to UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta <1%
Student Paper

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On