

**STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM
MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI MA AL-HIKMAH 1 BENDA-SIRAMPOG-BREBES**



SKRIPSI

**Di Ajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guan Memperoleh
Gelara Sarjana Pendidikan (S.Pd).**

Oleh:

ILFEN ADINDA HAPSARI

NIM. 214110401011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Ilfen Adinda Hapsari
Nim : 214110401011
Jenjang : S-1
Jurusan : Pendidikan Islam
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan bahwa naskah skripsi yang berjudul “Strategi Pemasara Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan di buatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemah. Hal-hal yang bukan karya saya yang di kutip dalam skripsi ini, di beri tanda sitasi dan di tunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari di terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 13 Maret 2025

Saya yang menyatakan,



Ilfen Adinda Hapsari

214110401011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

**STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM
MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI MA AL-HIKMAH 1 BENDA-SIRAMPOG-BREBES**

yang disusun oleh Ilfen Adinda Hapsari (NIM. 214110401011) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Jurusan Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto telah diujikan pada tanggal 14 April 2025 Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Pendidikan (S.Pd.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Purwokerto, 8 Mei 2025

Disetujui Oleh:

Penguji I/Ketua sidang/Dosen
Pembimbing

Prof. Dr. H. Rohmat, M.Ag., M.Pd
NIP. 19720420 200312 1 005

Penguji II/Sekretaris Sidang,

Dr. Layla Mardiyah, M.Pd
NIP. 19761203 202321 2 004

Penguji Utama,

Dr. Nurfitriadi, M.Pd.I
NIP. 19711021 200604 1 002

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan Pendidikan Islam,



Novi Mulvani, M.Pd.I
NIP. 19901125 201903 2 020

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Sdr.Ilfen Adinda Hapsari
Lampiran : 3 Eksemplar

Kepada Yth.
Ketua Jurusan Pendidikan Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa :

Nama : Ilfen Adinda Hapsari
NIM : 214110401011
Jurusan/ Prodi : Pendidikan Islam/ Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul : Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-Hikmah 1 Brebes

Sudah dapat diajukan kepada Ketua Jurusan Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.). Demikian, atas perhatian bapak, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 20 Maret 2025

Pembimbing



Prof. Dr. H. Rohmat, M. Ag., M. Pd.

NIP. 19720420 200312 1 001

**STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM
MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
DI MA AL-HIKMAH 1 BENDA-SIRAMPOG-BREBES**

Ilfen Adinda Hapsari

NIM. 21410401011

ABSTRAK

Dalam dunia pendidikan persaingan menjadi tidak dapat di hindari lagi, banyak lembaga pendidikan yang di tinggalkan oleh pelanggannya. Akibatnya banyak penggabungan lembaga pendidikan salah satunya adalah madrasah. Madrasah harus dapat memasarkan sekolahnya untuk bertahan hidup, karena suatu sekolah apapun bagusya akan kehilangan banyak siswa jika tidak di promosikan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Brebes. 2) memaparkan dan menganalisis implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Brebes. 3) menjelaskan dan menganalisis evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik barundi MA Al-hikmah 1 Brebes. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik yang di gunakan untuk mengumpulakn data adalah: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisa data yang di gunakan yaitu data reduction, data display, conclusion drawing. Penelitian ini menghasilkan deskripsi sebagai berikut : 1) perencanaan strategi pemasaran lembaga pendidikan di MA Al-hikmah 1 Brebes di lakukan secara terstruktur mulai dari pembentukan tim PPDB yang terdiri dari kepala sekolah, komite sekolah, guru, dan karyawan MA Al-hikmah 1 Brebes, menentukan target dalam mempromosikan sekolah seperti waktu, tempat dan terget peserta didik. 2) Implementasi yan di lakukan yaitu dengan menawarkan produk unggulan yaitu takhfidzul qur'an. Promosi yang di lakukan oleh MA Al-hikmah 1 ini yaitu melalui media cetak, media elektronik, serta dari kepuasan para alumni-alumni dan msyarakat yang di lakukan dengan mulut ke mulut. 3) Evaluasi strategi pemasaran dalam meningkatkan penerimaan peserta didik bar di MA Al-hikmah 1 Brebes yaitu dengan melakukan evaluasi dan perbaikan secara terus menerus agar hambatan-hambatan yang ada dapat di atasi.

Kata Kunci: Strategi, pemasaran Lembaga Pendidikan, Peserta Didik Baru

**MARKETING STRATEGY OF ISLAMIC EDUCATION INSTITUTIONS
IN INCEREASING THE ADMISSION OF NEW STUDENTS
AT MA AL-HIKMAH 1 BENDA-SIRAMPOG-BREBES**

Ilfen Adinda Hapsari

NIM. 214110401011

ABSTRACT

In the world of education competition has become inevitable, many educational institutions are abandoned by their customers. As a result, there are many mergers of educational institutions, one of which is a madrasah. Madrasah must be able to market its school to survive, because any good school will lose many students if it is not promoted properly. This study aims to 1) describe and analyze educational marketing planning in increasing the admission of new students in MA Al-hikmah 1 Brebes 2) explain and analyze the implementation of educational marketing in increasing the recruitment of new students in MA Al-hikmah 1 Brebes, 3) explain and analyze the evaluation of educational marketing in increasing the admission of new students at MA Al-hikmah 1 Brebes. The researcher uses qualitative research methods. The techniques used to collect data are: analysis techniques used are data reduction, data display, conclusion drawing. The purpose of this research is to find out how the marketing strategy of Islamic educational institutions in increasing the admission of new students at MA Al-hikmah 1 Brebes. The results of this study show that it was found that: 1) the planning of educational marketing strategies at MA Al-hikmah 1 Brebes is carried out in a structured manner starting from the formation of the PPDB team, which consists of the principal, school committee, teachers, and employees of MA Al-hikmah 1 Brebes, determine targets in promoting the school such as time, place and target students. 2) The implementation carried out is by offering superior products, namely takhfidzul qur'an. The promotion carried out by MA Al-hikmah 1 Brebes is through print media, electronic media, as well as from the satisfaction of alumni and the community which is done by word of mouth. 3) Evaluation of marketing strategies in improving student learning at MA Al-hikmah 1 Brebes, namely by evaluating and improving continuously so that existing obstacles can be overcome.

Keywords: Strategy, Marketing, Educational services

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat-surat keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor:0543b/U/1987

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es(dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ža	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	Zet(dengan titik di bawah)

ع	‘ ain ‘....	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Di tulis	<i>Muta'adah</i>
عدة	Di tulis	<i>'iddah</i>

3. Ta' Marbutah Di Akhir Kata Bila Dimatikan Tulis *H*

حكمة	Di tulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Di tulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya. Kecuali apabila di kehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka di tulis dengan H

كرمة الاولياء	Di tulis	<i>Karamatul al auliya'</i>
---------------	----------	-----------------------------

- b. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dan dhammah di tulis T.

زكاة الفتر	Di tulis	<i>Zakatul-fitri</i>
------------	----------	----------------------

4. Vokal Pendek

ا	Fathah	Di Tulis	A
اِ	Kasroh	Di Tulis	I
اُ	Dammah	Di Tulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif	Di Tulis	A
	جاهلية	Di Tulis	jahiliyah
2.	Fathah + Ya'mati	Di Tulis	A
	تانس	Di Tulis	Tansa
3.	Kasroh + Ya'mati	Di Tulis	I
	كريم	Di Tulis	Karim
4.	Dammah + Wawu mati	Di Tulis	U
	فروض	Di Tulis	Furud

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + Ya'mati	Di Tulis	Ai
	بينكم	Di Tulis	Bainakum
2.	Fathah + Wawu mati	Di Tulis	Au
	قولم	Di Tulis	Qaulum

7. Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata Dipisahkan Dengan Apostrof

أأنتم	Di Tulis	<i>A'antum</i>
أأعدة	Di Tulis	<i>U'iddat</i>
أأءشكرتم	Di Tulis	<i>La'in syakartum</i>

8. Kata Sandang Alif + Lam

a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Di Tulis	Al-qur'an
القياس	Di Tulis	Al-qiyas

b. Apabila Diikuti Huruf Syamsiyah Ditulis Dengan Menggunakan Huruf Syamsiyyah Yang Mengikutinya Dengan Menghilangkan Huruf I (el)-nya.

السماء	Di Tulis	<i>As-sama</i>
الشمس	Di Tulis	<i>As-syams</i>

9. Penulisan Kata-kata Dalam Rangkaian Kalimat

a. Di Tulis Menurut Bunyi Ucapan

زوالفروض	Di Tulis	<i>Zawi alfurud</i>
اهل السنه	Di Tulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

MOTTO

مَنْ عَمِلَ بِمَا عَلَّمَ اللَّهُ مَا لَمْ يَعْلَمْ

“Barang siapa yang mengamalkan apa yang dia ketahui, maka allah akan berikan ilmu pengetahuan-pengetahuan yang belum ia ketahui”



PERSEMBAHAN

Teruntuk,

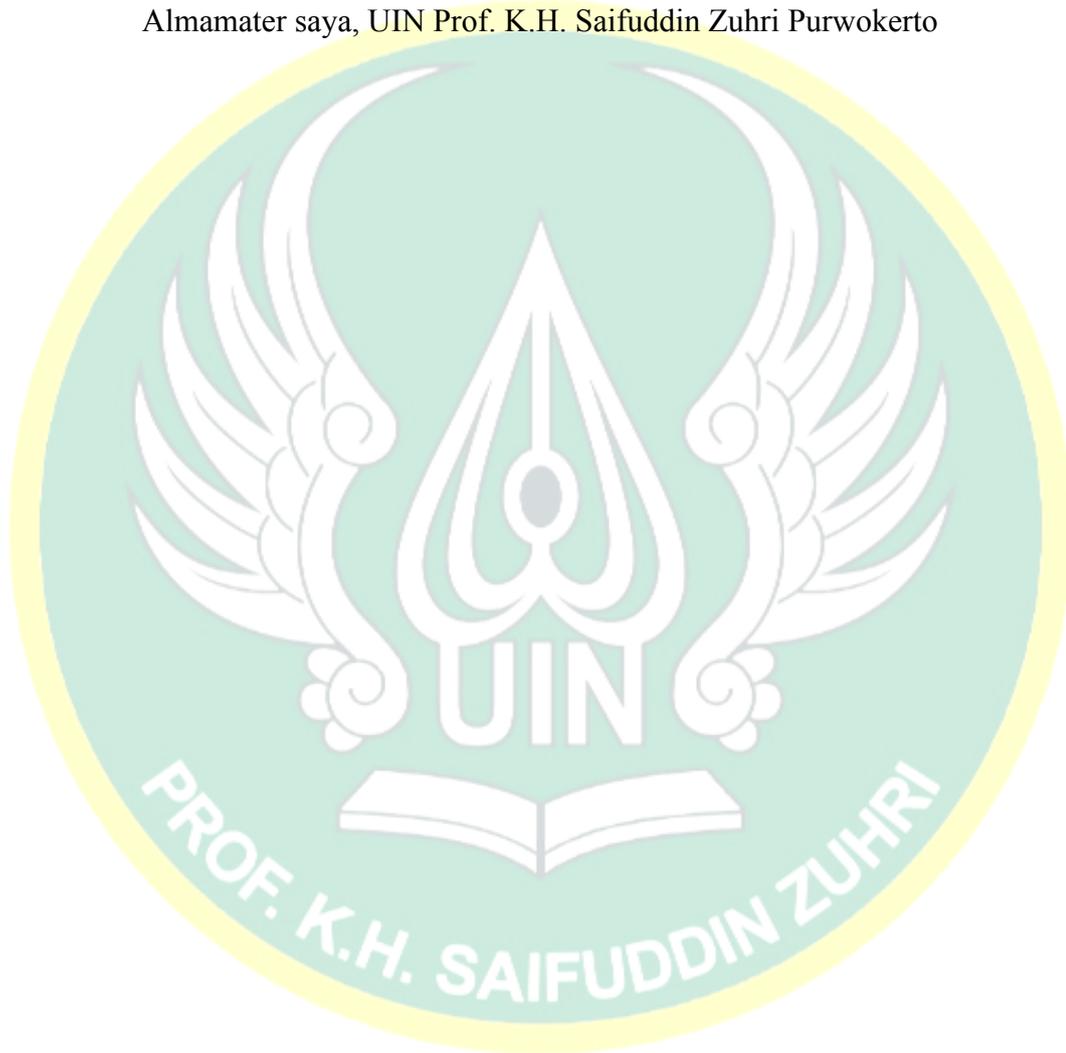
Orang tua saya, Bapak Moh. Ratono & Ibu Wainah

Guru saya, Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag & Ibu Hj. Reni Fitriyani, S.Sos

(Pengasuh Pondok Pesantren Manbaul Khusna Purwokerto)

Kakak saya, Dewi Ratnasari & Levi Dwi Riskawati

Almamater saya, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang senantiasa melimpahkan rahmat, nikmat, taufiq, inayah dan hidayah-Nya kepada peneliti. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Habibullah Baginda Nabi Rasulullah SAW. Manusia paripurna yang telah membawa dunia ini penuh dengan cahaya ilmu, yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di yaumul akhir kelak.

Atas terselesaikannya skripsi ini yang peneliti susun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dari Program Sarjana UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, tentu banyak pihak yang berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Pihak-pihak yang telah berkenan dengan setulus hati berkenan membimbing, membantu baik dalam hal teknis maupun non teknis, baik secara dhoiriah maupun batiniyah, sehingga mendorong peneliti untuk segera menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan lancar. Oleh karenanya, peneliti sampaikan terimakasih banyak, kepada segenap pihak yang telah membantu peneliti, khususnya untuk:

1. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suparjo, M.A., Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Nurfuadi, M.Pd.I., Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Subur, M.Ag., Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Misbah, M.Ag., Ketua Jurusan Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Sutrimo Purnomo, M.Pd., Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Ulpah Maspupah, M.Pd.I., Penasehat Akdemik yang selalu memberikan arahan kepada peneliti
8. Prof. Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd., Dosen Pembimbing peneliti yang telah berkenan menyempatkan waktu untuk membimbing, mengoreksi dan mengarahkan peneliti dalam proses penelitian skripsi ini hingga akhir. Terimakasih atas persetujuan dan kebijaksanaanya, sehingga skripsi ini dapat diujikan.
9. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Univsersitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah membantu pelayanan yang terbaik.
10. H. Mas'ud Sya'roni S.Pd.I., Kepala MA Al-hikmah 1 Brebes yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di MA Al-hikmah 1 Brebes dan Siti Arpiyanti S.Pd., selaku waka kesiswaan dan ketua panitia PPDB MA Al-hikmah 1 Brebes serta seluruh guru dan karyawan MA Al-hikmah 1 Brebes yang telah membantu peneliti dalam penelitiannya, peneliti ucapkan terimakasih yang tak terhingga.
11. Kedua orang tuaku, Bapak Moh. Ratono dan Ibu Wainah yang tanpa lalah selalu mendukung baik moral maupun materil dan mendoakan setiap langkah peneliti untuk mrnjadi lebih maju dan menjadi lebih baik. Tanpa restu dan ridlo kalian peneliti tidak akan sampai pada titik ini. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan zahir dan batin teruntuk orang tuaku, semangatnya selalu peneliti jakikan motivasi untuk terus semangat dalam menuntut ilmu.
12. Kakak saya, semoga senantiasa di berikan kemudahan atas segala hal.
13. Teman-teman PKL MPI SMK Ma'arif NU 1 Cilongok angkatan 2021 yang telah kebersamai dan menjadi partner kerjasama serta mensupport peneliti.
14. Teman-teman KKN Jatinegara kelompok 13 angkatan 2021, terimakasih sudah menjadi teman yang baik dan selalu suportif satu sama lain. Semoga Allah memberikan kalian kebahagiaan sepanjang hidup, kemudahan dalam berkarir, dan diberikan kelancaran disetiap langkah baiknya.

15. Seseorang yang telah menemani peneliti, motivasi, mensupport dan semangat dalam proses penyusunan skripsi. Semoga Allah memberikan kemudahan dalam berkarir dan di berikan kebahagiaan sepanjang hidup.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhirnya tidak ada yang dapat peneliti sampikan selain ungkapan terima kasih atas bantuan dan doanya, jazakumullah khairan katsiran ahsanul jaza. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat peneliti harapkan. Namun demikian sekecil apapun makna terkandung dalam tulisan ini diharapkan ada manfaatnya,Amiin.

Purwokerto, 13 Maret 2025

Peneliti,



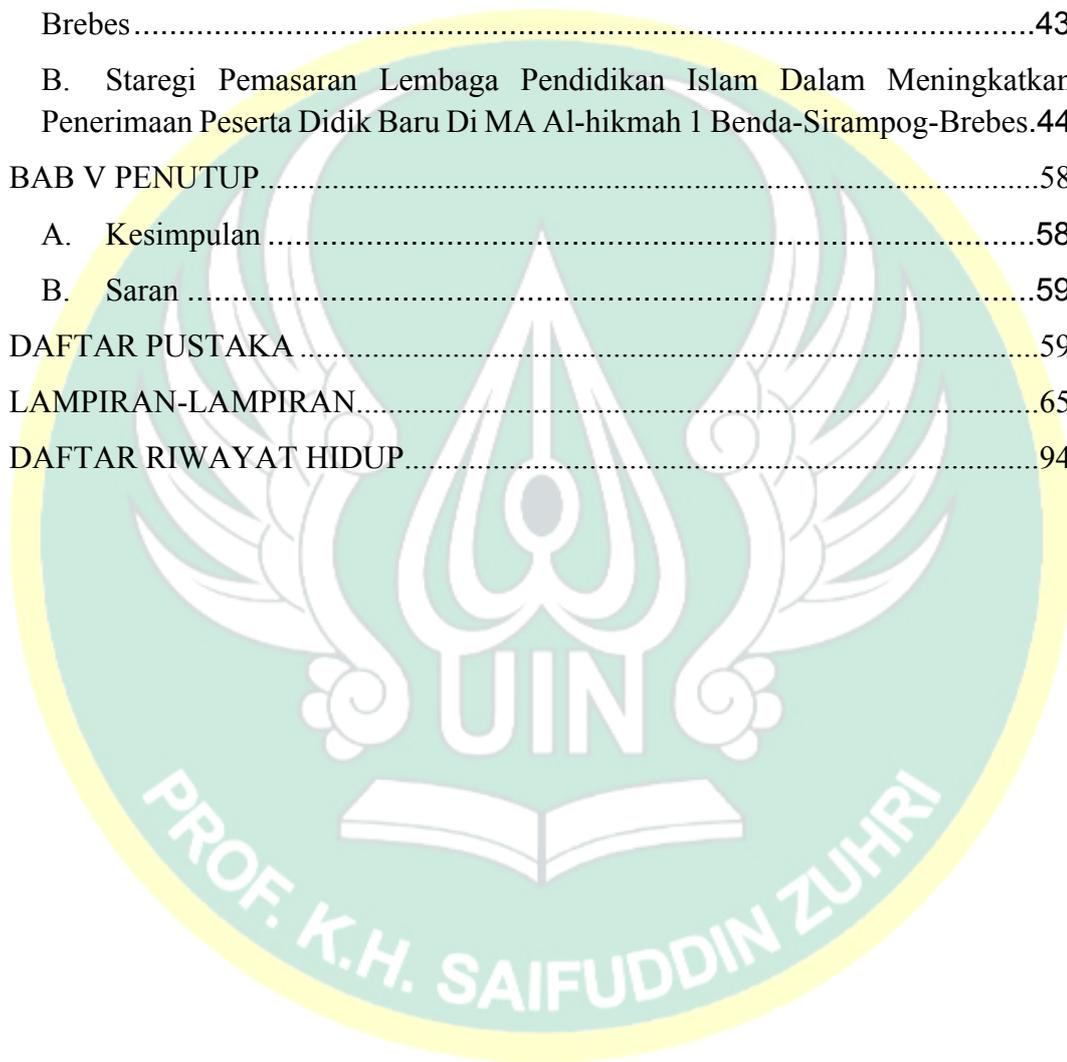
Ilfen Adinda Hapsari

NIM. 214110401011

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
ABSTRAK.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Konseptual.....	5
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematikan Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
A. Konsep Strategi Pemasaran	12
B. Pemasaran Pendidikan	16
C. Konsep Penerimaan Peserta Didik Baru	22
D. Kajian Pustaka	28
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34

C. Subjek dan Objek Penelitian	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Teknik Analisis Data	40
F. Uji Keabsahan Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.....	43
B. Staregi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.....	44
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	94



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 Konsonan Tunggal
2. Tabel 2 Konsonan Rangkap
3. Tabel 3 Ta'marbutah
4. Tabel 4 Vokal Pendek
5. Tabel 5 Vokal Panjang
6. Tabel 6 Vokal Rangkap
7. Tabel 7 Vokal Pendek Berurutan
8. Tabel 8 Kata Sandang
9. Tabel 9 Penulisan Kata



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Sejarah Berdirinya MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
2. Lampiran 2 Pedoman Wawancara
3. Lampiran 3 Transkrip Wawancara
4. Lampiran 4 Daftar Jumlah Siswa MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
5. Lampiran 5 Struktur Organisasi MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
6. Lampiran 6 Daftar Sarana MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
7. Lampiran 7 Daftar Prasarana MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
8. Lampiran 8 Media Promosi Pemasaran MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
9. Lampiran 9 Gedung dan Ruang Kelas MA Aal-hikmah 1 Bneda-Sirampog-Brebes
10. Lampiran 10 Kegiatan Siswa-Siswi MA Al-hikmah 1 Bneda-Sirampog-Brebes
11. Lampiran 11 Daftar Prestasi MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes
12. Lampiran 12 Hasil Plagiarisasi
13. Lampiran 13 Surat Permohonan Riset Individu
14. Lampiran 14 Surat Balasan Riset Individu
15. Lampiran 15 Surat Seminar Proposal
16. Lampiran 16 Surat Ujian Komprehensif
17. Lampiran 17 Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Undang-undang sistem pendidikan NO.20 tahun 2003, menjelaskan bahwa pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana guna mewujudkan suasana belajar serta pendidikan supaya peserta didik secara aktif meningkatkan kemampuan dirinya guna mempunyai kekuatan sepirtual keagamaan, pengendalian diri, karakter, kecerdasan, akhlak mulia dan keahlian yang di butuhkan dirinya serta masyarakat. Definisi dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kata pendidikan berasal dari kata “didik” dan memperoleh imbuhan “pe” serta akhiran “an”, sehingga kata ini mempunyai penafisiran suatu tata cara metode maupun kegiatan membimbing. Pendidikan di definisikan sebagai suatu metode pergantian etika dan perilaku oleh orang ataupun sosial dalam upaya mewujudkan kemandirian dalam rangka mematangkan ataupun mendewasakan manusia lewat upaya pembelajaran pendidikan dan pembinaan.¹

Pendidikan dalam makna luas di maksud sebagai proses pengembangan seluruh aspek karakter manusia, baik aspek pengetahuan, nilai serta perilaku ataupun keahlian yang berbasis pada agama, filsafat, psikologis serta sosiologis. Agama memerintahkan manusia untuk mempelajari alam, menggali hukum-hukumnya supaya manusia hidup secara alamiah sesuai dengan tujuan serta asas moral yang di ridhoi Tuhan. Ilmu selaku alat wajib di tunjukan oleh agama, agar mendapatkan kebaikan serta kebahagiaan, kebalikannya ilmu tanpa agama maka akan membawa bencana serta kesengsaraan. Sebab agama merupakan kebenaran,

¹ Dwi Annisa, “Jurnal Pendidikan dan Konseling,” *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4.1980 (2022), 1349–58.

sedangkan filsafat serta ilmu merupakan pencari kebenaran, hingga keduanya wajib mencari kebenaran Agama tersebut.²

Dunia pendidikan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan mengalami persaingan yang semakin sengit untuk menarik atensi siswa. Dalam upaya memengkan persaingan ini, strategi pemasaran yang efisien menjadi kunci penting. Dalam masa globalisasi serta persaingan yang terus menjadi ketat, lembaga pendidikan tidak bisa mengandalkan reputasi masa lalu ataupun keberadaannya saja. Strategi pemasaran yang efisien jadi berarti buat memenangkan persaingan serta menarik atensi siswa. Dengan mengenali menonjolkan, serta mengimplementasikan keunikan ataupun keunggulan yang membedakan lembaga pembelajaran dari pesaingnya, lembaga pendidikan bisa sukses dalam memasarkan diri mereka serta memperoleh keunggulan kompetitif dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif.³ Supaya bisa mempertahankan eksistensinya suatu lembaga di tuntut untuk dapat memasarkan sekolah, sebab sebegus apapun sekolah bila tidak di promosikan secara optimal hendak berakibat pada sedikitnya siswa serta tidak di kenalnya sekolah di masyarakat. Pemasaran merupakan perihal mutlak yang wajib dilakukan oleh sekolah, tidak hanya bertujuan buat memperkenalkan, memasarkan di masyarakat, lembaga pendidikan berperan untuk membentuk citra institusi serta menarik sejumlah calon siswa.⁴

Pemasraan untuk lembaga pendidikan mutlak di butuhkan sebab yang awal sebagai lembaga non profit yang bergerak dalam jasa pendidikan, buat tingkat apa saja kita butuh meyakinkan masyarakat serta pelanggan bahwa lembaga pendidikan yang kita kelola masih senantiasa eksis. Kita butuh

² Rasma Afifah, Ujang Nurjaman, dan Faiz Karim Fatkhulloh, "Implementasi Visi Pendidikan Berbasis Agama, Filsafat, Psikologi, Dan Sosiologi Di Lembaga Pendidikan Islam," *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16.3 (2022), 936.

³ Muh Ibnu Sholeh, "Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia," *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1.3 (2020), 192–222.

⁴ K Khotimah, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smp Islam Thoriqul Huda," 2024

meyakinkan jika layanan jasa pendidikan yang kita jalani sangat relevan dengan kebutuhan mereka, kita butuh melaksanakan aktivitas pemasaran supaya jenis serta berbagai jasa pendidikan yang kita jalani bisa di ketahui serta dipahami secara luas oleh masyarakat terlebih pelanggan. Supaya eksistensi lembaga pendidikan yang kita kelola tidak di tinggalkan oleh masyarakat luas dan pelanggan potensial.⁵ Tujuan pendidikan adalah sebagai proses penyempurnaan kedisiplinan tingkah laku siswa. Lebih jelasnya, konsep pembelajaran di arahkan pada pengembangan potensial siswa dengan mengoptimalkan kemampuan alami siswa serta memaksimalkan daya-daya yang terletak di sekelilingnya.

Undang-undang NO 20. Tahun 2003 pasal 3 juga menegaskan jika pendidikan nasional berperan penting untuk meningkatkan keahlian serta membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa. Tujuannya agar berkembangnya kemampuan partisipan peserta didik agar menjadi manusia yang beriman serta bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab.⁶

Peserta didik merupakan makhluk pribadi yang memiliki karakter dengan ciri-ciri yang khas yang cocok dengan pertumbuhan serta perkembangannya. Perkembangan serta pertumbuhan peserta didik di pengaruhi oleh area di mana dia berada. Peserta didik merupakan anggota masyarakat yang berupaya meningkatkan kemampuan diri lewat proses pendidikan yang ada pada jalan jenjang serta tipe pembelajaran tertentu. Peserta didik selaku komponen yang tidak bisa terlepas dari sistem pendidikan sehingga bisa dikatakan jika peserta didik merupakan obyek

⁵ Fera Indriani et al., "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 6.2 (2021), 131–48.

⁶ Moh. Syaiful Bahri, "Problematika Evaluasi Pembelajaran dalam Mencapai Tujuan Pendidikan di Masa Merdeka Belajar," *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.4 (2023), 71–80.

pendidikan tersebut.⁷ Di zaman sekarang banyak lembaga pendidikan formal dan non formal yang menawarkan layanan pendidikan. Dengan banyaknya lembaga pendidikan formal dan non formal, persaingan semakin kompetitif dari segi kualitas dan lulusan. Banyak lembaga pendidikan yang berusaha mendapatkan siswa yang paling banyak tanpa melupakan standar pendidikan yang di berikan di setiap lembaga.

Pemasaran secara umum di definisikan sebagai suatu proses kegiatan yang secara menyeluruh, terpadu, dan terencana yang di lakukan oleh perusahaan yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan membuat barang dengan nilai jual, menetapkan harga, berkomunikasi, dan mendistribusikannya melalui aktifitas pertukaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan bisnis.⁸ Tujuan pemasaran pendidikan adalah untuk mendistribusikan informasi kepada masyarakat, meningkatkan minat masyarakat terhadap produk lembaga pendidikan dengan memberikan penilaian, memberikan keunggulan, dan menstabilkan keberadaan institusi di masyarakat .⁹ Oleh karena itu, strategi pemasaran pendidikan adalah metode, tindakan, dan langkah-langkah praktis yang di ambil oleh pemimpin sekolah atau madrasah untuk memasarkan layanan pendidikan. Strategi ini mencakup memberikan informasi kepada masyarakat tentang layanan pendidikan dan meyakinkan siswa untuk menggunakan serta untuk mempertahankan penggunaan layanan pendidikan.¹⁰

Dalam penelitian ini peneliti memilih MA Al-hikmah 1 Brebes sebagai lokasi penelitian karena sebagai salah satu sekolah berbasis pondok pesantren yang memiliki nilai keislaman, mempunyai banyak prestasi baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Berdasarkan hasil

⁷ Yenti Arsini, Lesma Yoana, dan Yulia Prastami, "Jurnal Mudabbir (Journal Research and Education Studies) Volume 3. Nomor 2 Tahun 2023 Peranan Guru Sebagai Model Dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik," *Journal Research and Education Studies*, 3.2 (2023), 27–35

⁸ Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh, "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial," *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4.3 (2020), 543.

⁹ Aditia Fradito, Suti'ah Suti'ah, dan Muliyadi Muliyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*, 10.1 (2020), 12–22.

¹⁰ Dian, Ilis Rosbiah, dan Ari Prayoga, "Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah," *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 3.1 (2020), 1–14.

penelitian yang di lakukan oleh peneliti, strategi pemasaran yang di gunakan oleh MA Al-hikmah 1 Brebes untuk meningkatkan penerimaan peserta didik baru berbeda dengan sekolah lain. Hal ini dapat di lihat dengan adanya program takhsin dan takhfidzul qur'an, program bahasa arab dan bahasa inggris, dan ini yang menjadi daya tarik minat konsumen untuk memilih MA Al-hikmah 1 Brebes sebagai tempat untuk memperoleh pendidikan. MA Al-hikmah 1 Brebes memiliki citra positif baik di lingkungan pondok pesantren Al-hikmah 1 maupun di masyarakat serta memiliki banyak keunggulan dan kelebihan. Di antara kelebihan yang di miliki MA Al-hikmah 1 Brebes yaitu mampu menghasilkan lulusan yang memiliki karakter pondok pesantren dan berwawasan luas. Kemudian sekolah ini juga memiliki program studi dan fasilitas pendukung yang sangat baik.

MA Al-hikmah 1 Brebes merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan pondok pesantren Al-hikmah 1 yang memiliki siswa yang banyak. Permasalahan tentunya banyak yang di hadapi oleh setiap lembaga pendidikan, oleh karena itu mencari peserta didik menjadi prioritas bagi MA Al-hikmah 1 Brebes. Pada tahun ini jumlah peserta didik MA Al-hikmah 1 Brebes mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2023 mengalami penurunan calon peserta didik baru sehingga ada salah satu kelas yang kosong. Dengan demikian peneliti ingin mengetahui lebih detail apa yang terjadi dengan permasalahan tersebut, sehingga peneliti memilih MA Al-hikmah 1 Brebes untuk menjadi objek penelitian dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI MA AL-HIKMAH 1 BENDA-SIRAMPPOG-BREBES”**

B. Definisi Konseptual

Ada beberapa istilah dalam rumusan masalah yang memerlukan klarifikasi untuk menghindari kesalah pahaman dalam mengartikannya, penting untuk memperjelas terlebih dahulu istilah-istilah yang telah di kumpulkan oleh penulis. Istilah-istilah yang di maksud adalah:

1. Strategi Pemasaran Pendidikan

Menurut John A. Byrne, strategi adalah sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang di rencanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.¹¹ Strategi adalah suatu alat yang menunjukkan jalan bisnis ke dalam lingkungan tertentu dan merupakan pedoman untuk menggunakan sumber daya dan organisasi. Permainan di mana pemikiran strategis di gunakan untuk mencapai tujuan bisnis.¹² Pemasaran adalah sebuah proses manajemen yang mendorong individu atau kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka, yaitu dengan membuat, menjual, dan mempertukarkan barang yang bernilai. Pemasaran bekerja untuk membuat produk, yaitu barang dan jasa agar lebih di kenal oleh masyarakat umum. Tujuan manajemen pemasaran adalah untuk memastikan bahwa perusahaan dapat menghasilkan jumlah uang yang paling besar dengan memenuhi atau melayani pelanggan dengan menyediakan barang dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan.¹³ Oleh karena itu, strategi pemasaran pendidikan merupakan sebuah rencana dasar untuk mencapai tujuan perusahaan. Kualitas komunikasi dan promosi adalah faktor penting dalam pemasaran lembaga pendidikan, termasuk kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelayanan. Strategi pemasaran adalah kumpulan tujuan dan kebijakan untuk mencapai hasil terbaik. Ketika datang ke strategi pemasaran pendidikan, ada strategi promosi yang di gunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran pendidikan, ini adalah pendekatan umum yang di gunakan institusi pendidikan. Adapun media promosi di antaranya

¹¹ Analisis Implementasi et al., "Salma Nurillah, 2024 Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Smp It Assyakir Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu 1," 2024, 1–8.

¹² Amalia Yunia Rahmawati, "BAB 1 Kajian Teori Strategi Pemasaran," July, 2020, 1–23.

¹³ Aris Ariyanto, *Manajemen Pemasaran, Widina Bhakti Persada Bandung*, 2023.

brostur, pamflet, iklan, baliho, spanduk, dan metode lain yang sering di gunakan dalam promosi.¹⁴

2. Penerimaan Peserta Didik Baru

Menurut beberapa ahli, peserta didik adalah orang yang menerima pendidikan yang sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuan mereka untuk tumbuh dan berkembang dengan baik serta memiliki kepuasan dalam menerima pelajaran dari gurunya.¹⁵ Menurut Pasal 1 angka 3 dan Pasal 2 ayat 1 Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 14 Tahun 2018, penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang juga disebut sebagai PPDB merujuk pada penerimaan siswa baru di tingkat TK dan sekolah. Disebutkan bahwa tujuan utama penerimaan peserta didik baru adalah untuk memastikan bahwa proses penerimaan peserta didik baru berlangsung secara obyektif, transparan, akuntabel, nondiskriminatif, dan adil dengan tujuan meningkatkan akses ke layanan pendidikan. Sekolah-sekolah secara khusus melayani siswa dari kelompok agama atau gender tertentu di izinkan untuk menggunakan proses non diskriminatif.

3. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

MA Al-hikmah 1 Brebes merupakan sekolah formal menengah atas yang berstatus standar nasional pendidikan di bawah naungan kementerian agama serta memiliki akreditasi B. Sekolah ini berada di jalan rata Benda belakang Akbid K.H. Putra Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes, kode pos 52272. MA Al-hikmah 1 memiliki empat komponen karakter pendidikan di antaranya yaitu badan, pikiran, perasaan, dan hati. Komponen ini merupakan keunggulan yang benar di

¹⁴ Supriyanto Fajar Sri Utami, Mudofir, "Manajemen strategi pemasaran pendidikan," *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 105.2 (2022), 79

¹⁵ Kurniawati Kurniawati, Santoso Santoso, dan Slamet Utomo, "the Effect of Snowball Throwing and Problem Based Learning Models on Students' Social Science Learning Motivation At Grade Iv Sunan Ampel Demak Cluster," *JURNAL PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 5.4 (2021), 1102 .

¹⁶ Nailis Saadah, Linda Wastri, dan Ridwal Trisoni, "Analisis Kebijakan Sistem Penerimaan Peserta Didik Baru Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pendidikan," *Al-Qalam: Jurnal Kajian Islam dan Pendidikan*, 15.2 (2023), 227–38

terapkan, hal ini karena MA Al-hikmah 1 Brebes sejak awal bertujuan untuk membentuk generasi yang shaleh, cerdas, dan berwawasan. Telah di buktikan dari para alumninya yang banyak berkiprah di masyarakat di semua bidang. Hal menarik yang menjadi bahan kajian dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Brebes. Melalui strategi pemasaran ini di harapkan MA Al-hikmah 1 Brebes ini dapat mewujudkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Brebes?”. Rumusan tersebut berdasarkan pada tiga pertanyaan operasional yaitu:

1. Bagaimana perencanaan strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes?
2. Bagaimana implementasi strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes?
3. Bagaimana evaluasi strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak di capai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mendeskripsikan perencanaan strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan pennerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.
- 2) Untuk mendeskripsikan implementasi strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.
- 3) Untuk mendeskripsikan evaluasi strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.

2. Mnafaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tentang startegi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes ini dapat di uraikan sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memperkaya keilmuan dan pustaka pendidikan khususnya terkait dengan strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.
 - b. Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai sumbangan saran terkait strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru secara khusus, dan bagi semua lembaga pendidikan pada umumnya.
- 2) Manfaat Praktis
 - a. Bagi UIN SAIZU Purwokerto, di harapkna dapat bermanfaat sebagai referensi/masukan dalam membuat serta merancang kebijakan dan program pembelajaran enterpreneurship berbasis sistem nilai (keilmuan, profesionalisme, kepesantrenan) yang dapat di kembangkan di perguruan tinggi serta di aplikasikan oleh para mahasiswa sebagai salah satu modal masa depan

mahasiswa yang kreatif dan inovatif dalam menghadapi berbagai tantangan global.

- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan bekal pengetahuan dan pengalaman sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dalam kehidupan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan sebuah kerangka untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai isi penelitian dengan hal tersebut, penelitian ini terdiri dari lima bab yaitu:

1. Bab Pertama adalah pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, definisi konseptual, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.
2. Bab Dua adalah kajian teori yang berisi konsep strategi, konsep pemasaran, konsep penerimaan peserta didik baru, dan kajian pustaka.
3. Bab Tiga adalah metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.
4. Bab Empat adalah hasil penelitian dan pembahasan yang membahas mengenai jawaban atas rumusan masalah di sertai dengan analisis data dengan teori yang di gunakan. Pada bab ini fokus penelitian mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah1 Benda-Sirampog-Brebes, pembahasan tersebut mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes. Tentang gambaran umum, yang menjelaskan letak dan keadaan geografis, sejarah berdiri dan perkembangan MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes , visi dan misi, struktur organisasi, keadaan madrasah, peserta didik, serta keadaan sarana dan prasarana di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.
5. Bab Lima berisi penutup yang terdiri atas kesimpulan, saran dan kata penutup.

Bagian akhir skripsi yaitu terdiri dari daftar pustaka, daftar lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Secara strategis, strategi adalah alat komunikasi yang di gunakan oleh orang untuk memastikan bahwa orang yang tepat dapat mengetahui apa maksud dan tujuan tersebut dapat di capai dan di tempatkan dalam pelaksanaan tindakannya atau dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu, strategi di fokuskan pada bagaimana organisasi berusaha memanfaatkan atau berusaha untuk mempengaruhi lingkungannya. Strategi juga mengacu pada pilihan untuk pengorganisasian internal, meskipun yang terakhir ini tidak termasuk dalamnya. Dengan mempertimbangkan apa yang telah di uraikan, dapat di katakan bahwa strategi adalah suatu pertanyaan yang mengarahkan bagaimana setiap individu dalam suatu organisasi dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi tersebut.¹⁷

Dalam bahasa Yunani, kata strategi berasal dari kata “strategos” yang berarti militer dan “ag” yang berarti memimpin, dapat juga di artikan sebagai generalship yang berarti pekerjaan yang di lakukan oleh para jenderal perang saat mereka merencanakan untuk memenangkan perang. Dengan demikian, strategi dapat di anggap sebagai seni dalam bertempur untuk memenangkan perang.¹⁸ Strategi dapat pula di artikan sebagai suatu proses penentuan rencana pimpinan yang menitik beratkan pada tujuan jangka panjang organisasi di sertai dengan persiapan cara atau upaya untuk mencapai tujuan-tujuannya.¹⁹ Strategi

¹⁷ Syifa Faujiah, Muhammad Syaifudin, dan Tuti Andriani, “Implementasi Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan,” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4.3 (2023), 641–50.

¹⁸ Ine Suryani, “Strategi Promosi Usaha Aluminium Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga (Studi Pada Pengusaha Muslim Di Desa Raman Aji Lampung Timur),” 2021, 6.

¹⁹ Imran Ilyas, *Manajemen Strategi* (Cv. Azka Pustaka, 2023) 2-3

adalah kumpulan rencana yang luas dan terintegritas yang menghubungkan kekuatan internal dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal. Di rancang untuk memastikan bahwa tujuan organisasi dapat di capai melalui implementasi yang tepat. Karena itu, strategi berkaitan dengan evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi manajemen untuk mencapai tujuan mereka.²⁰

Strategi dalam arti umum adalah suatu penataan potensi sumber daya agar efisien dalam memperoleh hasil sesuai rancangan. Istilah yang dekat dengan ini adalah taktik atau siasat. Siasat merupakan pemanfaatan optimal situasi dan kondisi untuk menjangkau sasaran. Secara konsep strategi itu dalam belajar mengajar adalah sesuatu yang bersifat filosofi.²¹ Pada dasarnya strategi di rancang untuk membuat respon terhadap perubahan eksternal yang relevan. Tentu saja, kemampuan internal suatu organisasi akan di pertimbangkan saat menanggapi perubahan eksternal tersebut. Seberapa jauh suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman dari luar untuk memperoleh keuntungan yang paling besar.²² Dalam dunia bisnis, strategi merupakan taktik atau rencana kerja yang di buat untuk strategi. Dengan kata lain, taktik adalah penjabaran operasional dari strategi dalam jangka panjang atau pendek.²³

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi dapat di definisikan sebagai ilmu dan seni menggunkan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan perdamaian. Strategi juga di sebut sebagai ilmu dan seni memimpin dan bela tentara untuk menghadapi musuh dalam perang untuk mendapatkan kondisi yang menguntungkan. Rencana yang cermat

²⁰ Sakinah Pokhrel, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru Di Sd It Harapan Bangsa Natar Lampung Selatan," *Ayan*, 15.1 (2024), 37–48.

²¹ Susanti Faipri Selegi et al., *Strategi pembelajaran* (Cv. Azka Pustaka, 2023), 1-2.

²² Dian Sudiantini, "Manajemen strategi," in *Manajemen Strategi*, ed. oleh Muh. Rezky Naim, Pertama, 2022, hal. 2–3.

²³ U Arifah dan P A Wibowo, *Manajemen Strategi* (UNISNU PRESS, 2023) <<https://books.google.co.id/books?id=WgOzEAAAQBAJ>>.

mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu dan untuk melaksanakan kegiatan tertentu. Adapun pengertian di atas menurut beberapa ahli di antaranya yaitu:

- 1) Alfred Chandler mendefinisikan strategi dengan menetapkan tujuan dan sasaran jangka panjang sebuah organisasi, serta arah tindakan dan alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapainya sebuah target dan tujuan itu.
- 2) Muhaimin Syah mengatakan bahwa strategi dapat di artikan sebagai salah satu siasat atau rencana. Banyak orang percaya bahwa strategi dalam bahasa inggris adalah kata yang relevan. Metode dan prosedur kegiatan.
- 3) Igor Ansoff menggambarkan strategi sebagai proses yang terdiri dari perencanaan strategik, perencanaan kapabilitas, dan manajemen transformasi.
- 4) John Voyer menyebut strategi sebagai 5P yaitu perspektif, posisi, perencanaan, pola kegiatan, dan ploy.²⁴

Berdasarkan definisi di atas dapat di katakan bahwa strategi adalah metode atau alat yang di gunakan untuk mencapai keberhasilan dalam mencapai tujuan. Namun demikian tidak hanya itu, strategi juga merupakan cara untuk mencapai tujuan.

2. Tahapan Strategi

- 1) Formulasi strategi, yaitu proses menganalisis lingkungan dan merumuskan arah strategis organisasi. Ini adalah tahap merancang rencana besar (grand strategy).
- 2) Implementasi strategi, yaitu tahap mengubah rencana strategis menjadi tindakan konkret dalam organisasi.

²⁴ Hidayat, A., Hadi, S., & Marlin, S. (2021). Strategi Pendidikan Islam Di Era Disrupsi. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 4(2), 215-234.

- 3) Evaluasi dan pengendalian strategi, yaitu menilai apakah strategi yang di jalankan telah berhasil dan melakukan penyesuaian jika di perlukan.²⁵

3. Fungsi Strategi

- 1) Memberikan arah dan tujuan organisasi. Strategi membantu organisasi dalam menetapkan visi, misi, serta tujuan jangka panjang sehingga seluruh aktivitas terkoordinasi menuju pencapaian sasaran tersebut.
- 2) Mengarahkan fokus dan prioritas. Dengan strategi yang jelas, organisasi dapat memfokuskan sumber daya dan upaya pada inisiatif yang paling penting dan strategis, menghindari pemborosan, serta meningkatkan efisiensi operasional.
- 3) Meningkatkan koordinasi dan integritas. Strategi berfungsi sebagai kerangka kerja yang menyatukan berbagai departemen dan fungsi dalam organisasi, memastikan bahwa semua bagian bekerja secara sinergis menuju tujuan bersama.
- 4) Membantu pengambilan keputusan. Strategi menyediakan pedoman dalam pengambilan keputusan, membantu manajer dan karyawan membuat pilihan yang konsisten dengan tujuan organisasi.

4. Manfaat Strategi

- 1) Menciptakan keunggulan bersaing. Strategi memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan keunggulan kompetitif yang unik, membedakan diri dari pesaing, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan
- 2) Meningkatkan kinerja keuangan. Dengan strategi yang efektif organisasi dapat meningkatkan profitabilitas, produktivitas, dan penjualan, serta memberikan nilai tinggi bagi pemegang saham.

²⁵ Zamroni Zamroni et al., "Intercultural Communication: Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand," *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6.4 (2022), 2886–95.

- 3) Mengelola resiko dengan lebih baik. Strategi membantu organisasi dalam mengidentifikasi potensi ancaman dan peluang, serta merancang langkah-langkah untuk mengurangi resiko yang terkait dengan operasional bisnis.
- 4) Mendorong inovasi dan adaptasi. Strategi mendorong organisasi untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, memastikan relevansi dan daya saing di pasar yang terus berubah.²⁶

B. Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Pemasaran Pendidikan

Pemasaran atau lebih di kenal sebagai marketing, adalah metode baru untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi sebuah organisasi dengan memusatkan sasaran atau target terutama pada orang-orang yang benar-benar menyukai dan menginginkan organisasi tersebut. Tujuan dari pemasaran adalah membantu manajemen suatu organisasi memilih produk apa yang harus mereka tawarkan terlebih dahulu. Pemasaran mencakup semua kebutuhan, keinginan, permintaan, produk, nilai, kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan, dan pasar.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pemasaran berarti proses, metode, atau tindakan untuk memasarkan barang dagangan.²⁷ Pemasaran (Marketing) berasal dari kata pasar (market). Pasar adalah tempat di mana sekelompok pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi atau pertukaran barang. Namun, pemasaran adalah pekerjaan yang di lakukan oleh pengusaha untuk tetap hidup, berkembang, dan menghasilkan uang.²⁸

²⁶ Khumaira, Ramadanti, Damayi, Rahmadani., Hidayat, R., & Ikaningtyas, (2024). Strategi Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis. *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 277-287

²⁷ S Wahyuni, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Di STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon," *Ameena Journal*, 1.1 (2023), 407-21.

²⁸ S F Aqilah, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Di Smp Vip Al Huda Kebumen," 2022.

2. Bauran Pemasaran

Menurut Zeithaml & Bitner, komponen dalam bauran pemasaran terdiri dari tujuh hal biasanya disebut 7P dan terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang, dan 3P sebagai bagian dari paket pemasaran. Unsur 4P adalah produk jasa apa yang ditawarkan. Strategi untuk menentukan harga, lokasi di mana jasa diberikan (place), bagaimana promosi dilakukan (promotion). Sedangkan 3P adalah kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh individu yang terlibat dalam penyediaan layanan (people), sarana dan prosedur yang dimiliki (physical evidence), manajemen layanan pembelajaran yang diberikan (process).²⁹

Menurut Imam Machali, Ara Hidayat dan Amirudin, dkk., strategi bauran pemasaran (marketing mix) memiliki beberapa komponen yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga memenangkan persaingan antar lembaga pendidikan dan memuaskan konsumen. Zeithaml dan Bitner menjelaskan bahwa istilah 7P, yang didukung oleh Amirudin dalam bukunya merupakan komponen utama dari bauran pemasaran (marketing mix) yang mencakup:

a. Produk (Product)

Menurut William J. Stanton, produk secara sempit dapat didefinisikan sebagai sekumpulan atribut fisik yang secara nyata terkait dan dapat diidentifikasi. Sedangkan produk secara luas dapat didefinisikan sebagai sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata termasuk harga, kemasan, warna, presisi pengecer, dan layanan pabrik dan pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai hal yang dapat memberikan kepuasan atas keinginannya.³⁰

²⁹ Ulul Azmi, "Manajemen Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan," 2.2 (2023), 1–23.

³⁰ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning & Strategy* (Penerbit Qiara Media, 2023)

Produk adalah segala sesuatu yang di terima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasaran dari perspektif konsumen. Produk dapat di definisikan sebagai persepsi konsumen yang di jabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif produsen atas sesuatu yang dapat di tawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.³¹

Produk memiliki arti penting bagi wirausahawan. Karena tanpa produk pengusaha tidak akan dapat menjalankan usahanya. Agar pemasaran produk berhasil, produk harus di sesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan karena konsumen akan membeli produk jika mereka tertarik dan merasa cocok dengannya. Dengan kata lain, pembuatan barang lebih baik berfokus pada keinginan pasar atau preferensi pelanggan.³²

b. Harga (Price)

Menurut Kotler dan Amstrong harga dapat di definisikan sebagai jumlah uang yang di bayarkan untuk suatu produk atau jasa atau sebagai jumlah nilai yang di tukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan

³¹ Vol No, Januari Hal, dan Sari Rahayu, "705-Article Text-2094-1-10-20230110," 2.1 (2023), 109–13.

³² Aldini, Ahmad Feriyansyah, dan Sella Venanza, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam," *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3.1 (2022), 44–53.

perusahaan menghasilkan keuntungan yang wajar dengan membayar nilai pelanggan yang di ciptakannya.³³

Beberapa faktor yang memengaruhi keputusan harga di antaranya yaitu: a) faktor internal. Dalam situasi ini, keputusan harga di buat oleh perusahaan dan di sesuaikan dengan tujuan pemasarannya seperti memaksimalkan laba jangka pendek dan jangka panjang pasar. b) faktor eksternal. Karena pasar dan permintaan konsumen merupakan harga tertinggi, konsumen akan membandingkan harga suatu produk atau jasa dengan keuntungan yang di milikinya. Oleh karena itu, sebelum menetapkan harga perlu memahami hubungan antara harga dan permintaan terhadap produk atau jasa untuk berbagai jenis pasar dan persepsi konsumen, lalu analisis hubungan tersebut dengan menggunakan metode yang tepat. Namun, variabel eksternal lainnya seperti situasi ekonomi, biaya, bunga, resi, dan keputusan pemerintah, dan dapat memengaruhi efektivitas strategi penetapan harga.³⁴

c. Tempat (Place)

Kotler & Armstrong menyatakan bahwa lokasi yaitu berbagai kegiatan perusahaan yang di lakukan untuk membuat produk yang di hasilkan atau di jual murah dan tersedia bagi pasar sasaran. Lokasi itu sendiri adalah perencanaan dan implementasi program distribusi barang atau jasa melalui lokasi atau tempat yang tepat. Kesuksesan bisnis ritel tergantung pada lokasi yang strategis. Banyak perusahaan ritel yang gagal melakukan survei lokasi dan menyusun strategi yang tepat saat memilih lokasi. Lokasi

³³ Cindy Magdalena Gunarsih, Johny A. F. Kalangi, dan Lucky F. Tamengkel, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang," *Productivity*, 2.1 (2021), 69–72

³⁴ Nizam Ulul Azmy dan Yustina Chrismardani, "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4.1 (2023), 224–36 <<https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034>>.

yang berada di dekat atau di sekitar pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran adalah salah satu kriteria yang dapat di gunakan untuk mengevaluasi lokasi yang strategis.³⁵

Menurut Tjipto lokasi adalah istilah yang mengacu pada berbagai kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pengertian lokasi memiliki peran strategis karena dapat membantu mencapai tujuan perusahaan. Meskipun penulis lain sering menggunakan istilah tempat kedudukan atau tempat kediaman, di sini sengaja di gunakan istilah lokasi. Banyak bisnis yang baru di buka pasti di menghadapi persaingan yang sangat ketat.³⁶

d. Promosi (Promotion)

Promosi merupakan kegiatan pemasaran atau penjualan produk dengan menyampaikan sampel produk melalui media cetak dan elektronik. Promosi penjualan menggunakan media cetak untuk iklan sehingga menjadi bagian dari berbagai upaya promosi yang di lakukan melalui periklanan dan penjualan.³⁷ Menurut Uncles, Dowling, dan Mammod menjelaskan bahwa promosi mencakup banyak hal seperti iklan, penjualan pribadi, dan hubungan sosial. Tujuan utama promosi adalah untuk meningkatkan kesadaran tentang suatu barang atau layanan, menarik

³⁵ Nada Dwi Putri Dwi Putri et al., “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Journal Of Communication Education*, 15.1 (2021), 703–12 .

³⁶ Guruh Fajar Alamsyah, Keputusan Pembelian, dan Latar Belakang Penelitian, “Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian buah jambu kristal di kebun buah batuah hortifarm desa pantai harapan,” *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 8.1 (2023), 62–71

³⁷ Tri S. Saptadi Et Al., *Manajemen Promosi Produk* (Cendikia Mulia Mandiri, 2024).

pelanggan untuk membelinya dan membuat mereka mejadi pelanggan setia.³⁸

e. Proses (Process)

Proses adalah rangkaian kegiatan standar proses suatu hal atau ukuran yang di gunakan sebagai patokan untuk melaksanakan suatu rangkaian kegiatan. Dalam hal ini standar proses berfungsi sebagai patokan untuk melaksanakan kegiatan pembelajaran dalam satuan pendidikan.³⁹

f. Fasilitas Fisik dan Sarana Prasarana (Phisicial Evidence)

Phisicial Evidence adalah bukti yang benar-benar mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli dan mengkonsumsi makanan yang di jual oleh suatu perusahaan atau bukti dapat di ukur dengan indikator seperti desain, tata letak, dan suasana ruang. Desain ruangan yang bagus, tata letak meja konsumen, dan suasana ruang yang nyaman dan menyejukan dapat secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menyebabkan mereka ingin kembali.⁴⁰

g. Orang (People)

People adalah semua pihak yang bertanggung jawab atas penyediaan layanan yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Selain itu dalam lingkup layanan ada elemen individu secara konsumen, karyawan perusahaan, dan pelanggan lain. People adalah sumber daya manusia (SDM) yang menjalankan bisnis dan memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Konsumen merasa bahwa kinerjanya

³⁸ L T Harinie Et Al., *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Cv. Intelektual Manifes Media, 2023).

³⁹ Fauzi Fahmi, "Standar Proses Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Sekolah," *Pendalas: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, 1.1 (2021), 1–16

⁴⁰ Herawati.,Pengaruh Aksesibilitas Dan Phisical Evidence, "Kepuasan Pengunjung Terhadap Revisit Program Studi Manajemen," 2024.

baik dengan layanan yang baik, dan mereka dapat kembali membeli produk tersebut.⁴¹

3. Tujuan Pemasaran Pendidikan

Tujuan pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membantu lembaga pendidikan agar tetap eksis dan memperoleh pelanggan baru. Dengan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggannya, setiap organisasi dapat memberikan layanan terbaik yang tentunya akan berdampak pada kepuasan pelanggan pendidikan dan akan menghasilkan loyalitas pelanggan dan citra lembaga yang baik. Menurut Peter Drucker, pakar manajemen menjelaskan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk membuat tenaga penjualan lebih memahami pelanggan sehingga pelayanan sesuai dan laku dengan sendirinya.⁴² Tujuan dari pemasaran pendidikan antara lain:

- 1) Memberikan informasi kepada publik tentang produk lembaga pendidikan
- 2) Meningkatkan ketertarikan dan minat masyarakat terhadap produk lembaga pendidikan
- 3) Mambandingkan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain
- 4) Memberikan nilai yang lebih besar kepada masyarakat
- 5) Menegaskan bahwa lembaga pendidikan ada dan penting bagi masyarakat.⁴³

C. Konsep Penerimaan Peserta Didik Baru

1. Pengertian Penerimaan Peserta Didik Baru

Penerimaan peserta didik baru (PPDB) adalah sistem penerimaan yang di rancang untuk meningkatkan akses dan kualitas pendidikan.

⁴¹ The Role et al., "Data : Journal of Information Systems and Management," 2, 2024, 14–23.

⁴² noviriani khairul azan, refika, as'adut ta'biin, ideal fatrah, sesthi novalina, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, ed. oleh mukhtar dan kasful Anwar, 2021 ed. (Samudra Biru, 2021),68-71.

⁴³ Ni Putu Sintadewi, *Manajemen Humas*, Ed. Oleh Muh.Suwardi, Oktober 20 (Cv. Azka Pustaka, 2023),39-40.

Penerimaan peserta didik baru menggunakan sistem khusus dengan sumber atau pusat informasi yang di rancang sebagai server atau pengelola seleksi penerimaan peserta didik baru. Proses PPDB biasanya melibatkan pemilihan siswa dari segi administrasi dan akademik untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan setingkat lebih tinggi.⁴⁴

Penerimaan siswa pada dasarnya adalah proses mencari dan menentukan siswa yang akan menjadi siswa di lembaga pendidikan yang terkait. Pertama dapat di bentuk panitia penerimaan peserta didik baru yang terdiri dari semua unsur guru, panitia penerimaan peserta didik baru, pegawai tata usaha (TU), masyarakat, komite madrasah. Kedua, pengumuman penerimaan peserta didik baru di buat dan di distribusikan secara terbuka. Informasi yang harus di masukan dalam pengumuman tersebut termasuk penjelasan singkat tentang lembaga, persyaratan untuk pendaftaran siswa baru, metode pendaftaran, waktu, tempat seleksi, dan pengumuman.⁴⁵

Penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu tugas yang paling penting dalam manajemen peserta didik. Proses ini mencakup beberapa tahapan seperti memiliki kebijakan untuk penerimaan peserta didik baru, sistem penerimaan peserta didik baru, persyaratan penerimaan peserta didik baru, langkah-langkah penerimaan peserta didik baru, dan masalah penerimaan peserta didik baru. Penerimaan peserta didik baru merupakan momen penting bagi lembaga pendidikan karena merupakan titik awal segala aktivitas sekolah.⁴⁶

Penerimaan peserta didik baru sangat penting bagi suatu sekolah karena menentukan seberapa lancar tugas suatu sekolah. Kesalahan yang terjadi saat menerima peserta didik baru dapat menentukan

⁴⁴ Firdha Aprilyani dan Syarifudin, "Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)," *"Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) berbasis web pada SMA Budi Mulia Tangerang"*, 2 (2016), 221–31.

⁴⁵ Umi Songidah, *Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*, 2023, IV.

⁴⁶ Yavia Dwita Apria Dewi, "Nomanajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Madrasah Unggul Di Mts Negeri 1 Klaten," *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12.

seberapa baik upaya pendidikan di sekolah tersebut. Proses penerimaan peserta didik baru akan sulit menjelang tahun ajaran baru. Untuk alasan ini, kepala sekolah harus menetapkan komite untuk menerima siswa baru sebelum tahun ajaran berakhir. Karena tidak tetap panitia penerimaan peserta didik baru akan di bubarkan ketika tugasnya selesai.⁴⁷ Salah satu program sekolah adalah rekrutmen peserta didik baru yang termasuk juga dalam perencanaan peserta didik baru dalam lingkup manajemen peserta didik. Rekrutmen peserta didik pada dasarnya adalah proses pencarian, yang menentukan siswa mana yang akan menjadi siswa di lembaga pendidikan yang bersangkutan. Penerimaan peserta didik baru adalah tindakan pertama yang di lakukan oleh lembaga pendidikan dan tentunya di lakukan melalui proses pendaftaran.⁴⁸

2. Tujuan Penerimaan Penerimaan Peserta Didik Baru

Tujuan penerimaan peserta didik baru adalah untuk membantu anak-anak usia sekolah atau lulusan memasuki satuan pendidikan yang lebih tinggi dengan cara yang tertib, terarah, dan berkualitas. Prinsip-prinsip yang di gunakan dalam penerimaan peserta didik baru meliputi:

- 1) Semua anak usia sekolah memiliki kesempatan yang sama untuk masuk ke sekolah menengah.
- 2) Jika daya tampung sekolah yang bersangkutan tidak mencukupi dan ketentuan waktu proses penerimaan peserat didik baru telah berakhir, tidak akan ada penolakan penerimaan peserta didik baru bagi yang memenuhi syarat.
- 3) Peserta didik baru dapat memilih sekolah negeri atau swasta sejak pendaftaran di mulai.⁴⁹

⁴⁷ I Indrawan Dan E Pedinata, *Manajemen Peserta Didik* (Penerbit Qiara Media, 2022) .

⁴⁸ B A B Ii, "Iskandarwassid Dan Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2013), 2. 13 .13–32.

⁴⁹ Nur Hidayah, "Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam Swasta Berbasis Moderasi Beragama," *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10.02 (2021).

3. Perencanaan Penerimaan Peserta Didik Baru

Perencanaan adalah pemilihan dari sejumlah prosedur pencapaian alternatif serta perkiraan sumber daya (sumber daya, material, dan biaya) yang dapat di sediakan untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Perencanaan sekolah secara keseluruhan mencakup perencanaan peserta didik. Kepala sekolah bertanggung jawab atas perencanaan peserta didik, ini berkaitan dengan dua hal yaitu sensus sekolah dan jumlah siswa yang di terima. Dalam merencanakan penerimaan siswa baru, hal-hal yang perlu di perhatikan adalah rencana yang jelas, terutama yang berkaitan dengan sumber daya manusia di perhitungkan dengan matang dan di perkirakan jumlah dan kualitas kebutuhan siswa yang dapat di capai melalui sensus. Perencanaan siswa juga harus mempertimbangkan kondisi sekolah seperti guru, staf yang ada, biaya, dan sarana dan prasarana pembelajaran.⁵⁰

4. Jalur Penerimaan Peserta Didik Baru

Penerimaan peserat didik baru tahun 2025 terbagi menjadi empat jalur. Jalur-jalur tersebut adalah jalur domisili, jalur prestasi, jalur afirmasi, dan jalur mutasi. Masing-masing jalur memiliki persyaratan yang berbeda, antara lain:

a. Jalur prestasi

- 1) Memiliki pencapaian yang di resmikan oleh pemerintah daerah atau di kurasi oleh kementrian.
- 2) Prestasi akademik mencakup nilai rapot lima semester terakhir serta pencapaian dalam bidang sains, teknologi, riset, inovasi, atau bidang akademik.
- 3) Prestasi non-akademik meliputi pengalaman sebagai ketua organisasi siswa atau kepanduan, serta penghargaan di bidang seni, budaya, bahasa, olahraga, atau bidang lainnya.

⁵⁰ Wahyu Sri Ambar Arum, Suryadi, dan Nining Parlina, *Manajemen Peserta Didik* (Deepublish) <<https://books.google.co.id/books?id=ObEvEQAAQBAJ>>.

- 4) Para calon perlu melampirkan bukti prestasi yang berlaku dalam waktu maksimal tiga tahun sebelum pendaftaran.
- 5) Bukti prestasi meliputi rapot beserta surat keterangan peringkat dari sekolah asal, sertifikat atau piagam penghargaan, dokumen kepengurusan organisasi, serta dokumen lain yang terkait.

b. Jalur Afirmasi

- 1) Calon siswa yang berasal dari keluarga yang kurang mampu dan wajib memiliki kartu peserta program bantuan pemerintah, baik dari pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- 2) Kartu ini harus terdaftar dalam data terpadu pemerintah dan tidak bisa di gantikan dengan kartu jaminan kesehatan nasional atau surat keterangan tidak mampu.
- 3) Bagi calon murid penyandang disabilitas, syarat yang harus di penuhi yakni memiliki kartu penyandang disabilitas yang di terbitkan oleh kementerian yang menyelenggarakan urusan bidang sosial atau surat keterangan dari dokter atau dokter spesialis.

c. Jalur Mutasi

- 1) Bagi calon murid yang pindah domisili kaena tugas orang tua atau wali dan mendaftar melalui jalur mutasi, wajib melampirkan surat penugasan dari instansi, lembaga, atau perusahaan tempat orang tua atau wali bekerja. Selain itu, calon murid memiliki surat keterangan pindah domisili dari pejabat yang berwenang.
- 2) Bagi calon murid yang merupakan anak guru, dokumen yang harus di persiapkan adalah surat penugasan orang tua sebagai guru dan kartu keluarga (KK).
- 3) Surat penugasan dari instansi atau perusahaan tempat orang tua atau wali bekerja mesti memiliki masa berlaku yang di terbitkan paling lama satu tahun sebelum pendaftaran.

d. Jalur Domisili

- 1) Calon murid yang mendaftar jalur domisili wajib memiliki kartu keluarga (KK) yang telah di terbitkan setidaknya satu tahun sebelum pendaftaran.
 - 2) Nama orang tua atau wali dalam KK harus sesuai dengan dokumen lain seperti rapot, ijazah, akta kelahiran, atau KK sebelumnya.
 - 3) Jika terdapat perbedaan nama orang tua atau wali, KK terbaru dapat di gunakan.
 - 4) Jika terdapat perbedaan nama orang tua atau wali, KK terbaru dapat di gunakan. Namun dengan syarat alasan perubahan KK, seperti meninggalnya orang tua, perceraian, atau alasan lain yang telah di tetapkan oleh pemerintah daerah sebelum KK baru di terbitkan.
 - 5) Bagi calon murid yang tidak memiliki KK akibat kondisi tertentu, seperti bencana alam atau sosial, dokumen tersebut bisa di gantikan dengan melampirkan surat keterangan domisili yang telah di legalisasi. Untuk alasan lain terjadi perubahan data, calon murid wajib menyertakan KK lama atau surat keterangan kehilangan dari kepolisian jika KK sebelumnya hilang.⁵¹
5. Prinsip Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru
- Setiap lembaga pendidikan berusaha untuk menerima siswa baru. Untuk mencapai tujuan ini, lembaga tersebut harus mematuhi peraturan yang telah di tetapkan. Tujuan dari penerimaan siswa baru adalah untuk memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi seluruh warga negara indonesia termasuk mereka yang masih dalam usia sekolah untuk memperoleh layanan pendidikan terbaik. Pendaftaran peserta didik baru di lakukan tanpa diskriminasi dan berdasarkan prinsip objektif,

⁵¹<https://www.antaraneews.com/berita/4694825/simak-persyaratan-dan-kuota>

transparan, akuntabel dan tanpa diskriminasi. Prinsip penerimaan peserta didik baru:

- 1) Objektif artinya penerimaan siswa baru harus memenuhi ketentuan umum yang ada atau ketentuan tambahan.
 - 2) Transparan artinya bahwa prosedur penerimaan peserta didik baru harus transparan dan di ketahui oleh publik terutama orang tua peserta didik untuk mencegah kesalahan.
 - 3) Akuntabel berarti masyarakat harus bertanggung jawab atas penerimaan siswa baru, baik proses maupun hasilnya.
 - 4) Tanpa diskriminasi berarti bahwa setiap warga negara yang berusia cukup untuk mengikuti pendidikan atau sekolah dapat menerima pendidikan di seluruh negara kesatuan Republik Indonesia tanpa membedakan agama, suku, ras, atau golongan etnis mereka.⁵²
6. Evaluasi Penerimaan Peserta Didik Baru

Evaluasi adalah proses yang dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana program tersebut di kelola dengan efektif. Panduan yang di rencanakan atau tidak. Penilaian atau evaluasi adalah proses menentukan tingkat kualitas berdasarkan metrik yang di tetapkan terhadap penyelenggara tugas. Tujuan dan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat kerja suatu kebijakan dan menilai seberapa efektif kebijakan. Metode pengukuran kualitas hasil dari suatu kebijakan, menilai efek positif dan negatif dari suatu kebijakan dan mengidentifikasi anomali dengan membandingkan tujuan yang sudah di capai.⁵³

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka memperhatikan suatu ikhtisar mengenai keterkaitan antara subjek penelitian dengan kajian sebelumnya, dengan tujuan

⁵² s sudadi et al., *Buku Ajar Manajemen Peserta Didik* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023) <https://books.google.co.id/books?id=81_Weaaqbaj>.

⁵³ Ferri Maswiatud Daini, "Manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru (studi kasus di man 1 kabupaten madiun)," *Skripsi*, 2021, 01–82.

menghindari duplikasi penelitian. Penelitian mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan islam daam meningkatkan penerimaan peserta didik baru masih relatif jarang di teliti, sehingga peneliti telah menemukan beberapa referensi yang dapat menjadi dasar kajian terkait teori-teori yang mendukung strategi pemasaran pendidikan. Beberapa literatur yang relevan meliputi:

Jurnal yang berjudul "*strategi meningkatkan brand image dan daya saing dalam pemasaran jada di perguruan tinggi*" yang di tulis oleh Aynun nurul ulufah, dkk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa startegi segmentasi pemasaran Universitas Darussalam Gontor mengacu pada visi perguruan tinggi pesantren, sehingga segmen pasar dapat di jangkau dengan program pendidikan tinggi berkualitas tinggi. Selain itu, Universitas Darussalam Gontor menggunakan islamisasi untuk membangun lingkungan akademik. Universitas Darussalam Gontor menggunakan strategi tergeting pemasaran untuk meningkatkan meningkatkan citra mereknya dan menjadi lebih berdaya saing, di antaranya: a. Universitas Darussalam Gontor memilih demografi pelanggan yang terdiri dari alumni madrasah aliyah b. Universitas Darussalam Gontor melayani lebih dari satu kelompok pasar yang jelas melalui bauran pemasaran. c. Melayani pelanggan tanpa membatasi segmen pasar dengan mematuhi stamdar prosedur yang telah di tetapkan oleh Universitas Darussalam Gontor. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran tetapin jenjang pendidikan yang di teliti berbeda, perbedaan yang lainnya terletak pada fokus penelitian, di mana peneliti ini fokus pada meningkatkan citra merk dan daya saing, dengankan peneliti fokus pada strategi pemasaran pendidikan.⁵⁴

Disertasi berjudul "*Strategi Pemasaran Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah Di Bandar Lampung*" yang di tulis oleh Sufisti Aragusta, hasil

⁵⁴ Aynun Nurul Ulufah, Prim Masrokan Mutohar, dan Agus Eko Sujianto, "Strategi Meningkatkan Brand Image dan Daya Saing Dalam," 2.2 (2024).

penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran pendidikan dalam konteks Madrasah Ibtidaiyah di Bandar Lampung dengan fokus pada penerapan bauran pemasaran 7P: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Pelaku, Bukti Fisik, dan Proses. Melalui penelitian ini, di temukan bahwa pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan harapan pelanggan, yaitu siswa dan orang tua sangat penting untuk menciptakan nilai yang relevan dan menarik bagi mereka. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat berperan penting sebagai elemen strategis yang tidak hanya meningkatkan loyalitas tetapi juga kontribusi pada citra positif madrasah. Oleh karena itu, penulis sangat merekomendasikan agar Madrasah Ibtidaiyah secara aktif menggunakan data survei kepuasan pelanggan untuk menyesuaikan kurikulum, metode pengajaran, layanan tambahan, serta memperkuat upaya promosi dan pemasaran. Dengan demikian, disertasi ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan program pendidikan yang lebih baik dan berkelanjutan, serta mendorong peningkatan kualitas pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah melalui pendekatan yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Terdapat persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas bauran pemasaran 7P, perbedaan terletak pada fokus penelitian di mana penelitian ini fokus pada kontrol dan pengawasan, sedangkan penelitian peneliti memfokuskan pada perencanaan dan evaluasi.⁵⁵

Jurnal yang berjudul “*Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam*” yang di tulis oleh Suprpto dan Ami Latifah, penelitian ini menyimpulkan bahwa Lembaga Pendidikan Islam harus mengembangkan strategi pemasaran yang sistematis dan efektif untuk meningkatkan jumlah siswa dan reputasi mereka, dengan tetap berpegang pada nilai-nilai Islam. Pemanfaatan media sosial dan teknologi informasi sangat penting untuk mempromosikan nilai-nilai Islam, berbagi prestasi siswa, dan memperkenalkan program-program unggulan kepada masyarakat. Selain

⁵⁵ Sufisti Aragusta et al., “Strategi pemasaran pendidikan madrasah ibtidaiyah di bandar lampung,” 2024.

itu, membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan organisasi dan komunitas lokal, serta berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dapat meningkatkan kehadiran lembaga dan komunitas. Memahami profil calon siswa dan kebutuhan mereka melalui penelitian pasar akan membantu lembaga menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, lembaga pendidikan Islam dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, memenuhi kebutuhan pasar, dan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, persamaan penelitian ini sama-sama membahas strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam, perbedaan terletak pada fokus penelitian di mana penelitian ini fokus pada pengembangan strategi pemasaran yang efektif, sedangkan peneliti memfokuskan pada strategi pemasaran menggunakan bauran 7P.⁵⁶

Jurnal yang berjudul *“Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Al Mahsyad”* yang di tulis oleh jumriah alfiani, dan dkk. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pondok pesantren Al Mahsyad meskipun telah berdiri selama tujuh tahun dan memiliki berbagai program unggulan, masih menghadapi tantangan signifikan dalam menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka. Beberapa faktor yang menghambat perkembangan pesantren ini termasuk kurangnya fasilitas yang memadai, seperti tidak adanya toilet khusus di asrama wanita, ruang kelas yang terbatas, dan kurangnya fasilitas digitalisasi. Selain itu, hasil wawancara dengan pimpinan pesantren dan masyarakat mengindikasikan bahwa informasi mengenai keberadaan dan keunggulan pesantren tersebut belum tersebar luas, sehingga masyarakat kurang tertarik untuk bergabung. Strategi pemasaran yang di terapkan oleh Pondok Pesantren Al Mahsyad sudah cukup baik, namun perlu di tingkatkan dalam aspek promosi dan penyediaan

⁵⁶ Supranto dan Ami Latifah, “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam,” *Unisan Jurnal: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan*, 2.1 (2023), 404–401.

fasilitas yang lebih baik untuk memenuhi harapan masyarakat. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi untuk meningkatkan mutu dan citra lembaga pendidikan agar dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lain yang menawarkan fasilitas dan kurikulum yang lebih baik. Oleh karena itu, di sarankan agar pesantren melakukan pengajuan proposal untuk peningkatan fasilitas dan meningkatkan partisipasi mereka dalam pendidikan agama di pesantren. Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian peneliti, persamaan penelitian ini membahas strategi pemasaran lembaga pendidikan, tetapi subjek tempat yang di teliti berbeda. Perbedaan yang lainnya terletak pada fokus penelitian di mana penelitian ini berfokus pada implementasi strategi pemasaran lembaga pendidikan, sedangkan penelitian peneliti memfokuskan pada strategi pemasaran lembaga pendidikan nya saja.⁵⁷

⁵⁷ J Alfiani, F Yunita, dan M R Ridha, "Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Al Mahsyad," ... *Jurnal Pengabdian Masyarakat* ..., 2 (2024), 51–55.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara atau disebut juga metode ilmiah yang di gunakan untuk mengumpulkan data tentang subjek penelitian dan tujuan akhir dalam menyelesaikan masalah tersebut.⁵⁸ Adapun beberapa hal yang berkaitan dengan metode penelitian ini sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (field reseach). Penelitian lapangan adalah penelitian yang di lakukan secara langsung dalam situasi nyata untuk menyelesaikan masalah nyata yang memerlukan perawatan atau pemecahan. Salah satu cara penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data adalah penelitian lapangan. Metode ini tidak memerlukan pengetahuan literatur yang mendalam atau kemampuan khusus peneliti. Penelitian lapangan umum di lakukan untuk menentukan tujuan penelitiannya yang di dasarkan pada konteks studi lapangan biasanya di lakukan di luar ruangan.⁵⁹

Pada penelitian ini, pendekatan yang di gunakan yaitu pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang akan berhasil jika peneliti dapat menemukan subjek dan mengetahui bagaimana mereka hidup sehari-hari. Peneliti yang melakukan penelitian kualitatif harus memahami latar belakang situasi dan peristiwa natural yang relevan dengan topik penelitian mereka. Setiap kejadian tersebut memiliki konteksnya sendiri karena tujuan dari penelitian kualitatif berbeda, tujuan penelitian ini adalah untuk menguasai situasi dengan fokus pada penjelasan yang rinci dan

⁵⁸ Manotar Tampubolon, *Metode Penelitian Metode Penelitian, Metode Penelitian Kualitatif*(Cipta Media Nusantara, 2023), III

⁵⁹ Irina A. Pikuleva, "Challenges and Opportunities in P450 Research on the Eye," *Drug Metabolism and Disposition*, 51.10 (2023), 1295–1307

mendalam tentang suatu kondisi yang natural (setting natural) mengenai apa yang sesungguhnya terjadi menurut apa adanya yang di lapangan studi.⁶⁰ Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dalam jenis penelitian ini, proses dan makna lebih di tonjolkan. Ini karena landasan teori di gunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan data lapangan. Penelitian dalam jenis penelitian ini terlibat dalam peristiwa atau kondisi yang di teliti. Untuk mencapai hal ini, temuan penelitian kualitatif memerlukan peneliti untuk melakukan analisis yang mendalam. Secara umum, data penelitian kualitatif di peroleh melalui wawancara dan observasi.⁶¹

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil fokus di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes, tepatnya di Jl. Raya Benda belakang akbid K.H. Putra Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes kode pos 52272.

a) Profil MA Al-Hikmah 1 Brebes

MA Al-hikmah 1 Brebes adalah salah satu pendidikan pada jenjang menengah atas di Desa Benda, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Dalam menjalankan kegiatannya MA Al-hikmah 1 berada di bawah naungan kementerian agama. MA Al-hikmah 1 Brebes beralamat Jl. Raya Benda belakang akbid K.H. Putra Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes kode pos 52272. Pembelajaran di MA Al-hikmah 1 Brebes di lakukan pada pagi hari. MA Al-hikmah 1 Brebes memiliki akreditasi B, berdasarkan sertifikasi 65/BAP-SM/XI/2017.

MA Al-hikmah 1 Brebes merupakan salah satu sekolah menengah atas di kabupaten Brebes, Jawa Tengah. Dengan akreditasi B, sekolah ini telah membuktikan kualitas pendidikan

⁶⁰ Fildza Malahati et al., "Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi," *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11.2 (2023), 341–48.

⁶¹ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Cipta Media Nusantara)

yang baik. Di lengkapi dengan fasilitas yang memadai seperti ruang kelas yang ber-AC, laboratorium, dan lapangan olahraga, MA Al-hikmah 1 Brebes ini mampu menciptakan lingkungan belajar yang kondusif bagi siswa sehingga siswa tidak merasa jenuh dan bosan. Kurikulum yang di gunakan mengikuti perkembangan zaman dan di tambah dengan kurikulum pesantren, di padukan dengan kegiatan ekstrakurikuler yang beragam, sehingga siswa tidak hanya memiliki kecerdasan akademik saja, tetapi juga memiliki minat dan bakat yang terarah. Prestasi yang di taih oleh siswa-siswi MA Al-hikmah 1 Brebes menjadi bukti bahwa terus berkomitmen untuk memberikan yang terbaik.

b) Visi Misi dan Tujuan MA Al-hikmah 1 Brebes

Visi MA Al-hikmah 1 Brebes ialah “Terbentuknya generasi yang sholeh, cerdas, dan berwawasan”. Berdasarkan visi yang telah di rumuskan, untuk mewujudkannya di perlukan suatu misi berupa kegiatan-kegiatan yang di laksanakan. Adapun misi yang di rumuskan berdasarkan visi adalah sebagai berikut:

- 1) Membentuk wawasan peserta didik yang berwawasan Islam, Iptek dan berakhlakul karimah.
- 2) Menyiapkan peserta didik yang berprestasi sesuai dengan minat dan bakat.
- 3) Mengkader generasi masyarakat.
- 4) Menyiapkan siswa agar dapat melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.
- 5) Membimbing siswa menjadi generasi mandiri yang mencintai Iptek.
- 6) Membentuk kepribadian yang berbudi luhur.
- 7) Membimbing siswa taat beribadah.
- 8) Beramal sholeh dan berakhlakul mulia.
- 9) Meningkatkan kemampuan belajar siswa secara mandiri.
- 10) Menyalurkan aspirasi dan kreatifitas siswa.

11) Mengoptimalkan proses pembelajaran dengan pendekatan yang bervariasi, inovasi, dan bermakna di antaranya CTL dan layanan bimbingan konseling.

c) Kekhasan MA Al-hikmah 1 Brebes

MA Al-hikmah 1 Brebes berfokus pada kesejahteraan dan kenyamanan siswanya melalui pembelajaran yang menyenangkan dengan menggunakan metode pembelajaran yang aktif, inovatif, dan menyenangkan untuk mengurangi stres. Sekolah juga memiliki program layanan konseling untuk membantu siswa mengatasi masalah akademik atau pribadi. MA Al-hikmah 1 Brebes juga sangat mengedepankan partisipasi aktif siswa seperti organisasi santri madrasah aliyah (OSAMAH) yang aktif dan memberikan ruang bagi siswa untuk berkreasi dan mengembangkan diri dengan beragam kegiatan ekstrakurikuler yang menarik minat siswa dan mengembangkan bakat mereka, adanya forum diskusi atau musyawarah siswa untuk memberikan kesempatan kepada siswa untuk menyampaikan pendapat dan aspirasinya.

d) Waktu Penelitian

Adapun lama waktu penelitian ini dilakukan pada bulan September 2024 dan bulan Februari 2025. Pelaksanaan penelitian ini terbagi menjadi tiga yaitu perencanaan penelitian, pelaksanaan penelitian, serta penyusunan laporan akhir penelitian. Pada tahap perencanaan peneliti melakukan topik penelitian, penyusunan proposal, dan instrumen penelitian, serta mengajukan surat izin penelitian, pada tahap pelaksanaan peneliti melaksanakan penelitian melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Pada tahap laporan akhir penelitian, peneliti membuat laporan akhir dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Ojek penelitian adalah isu atau permasalahan yang di teliti dalam sebuah penelitian. Beberapa dari kita sering mencampur adukan antara objek penelitian dengan subjek penelitian. Subjek penelitian adalah responden penelitian kita, dari mana kita memperoleh data tersebut.⁶² Dalam skripsi ini, objek penelitiannya adalah kepala sekolah, dan ketua panitia penerimaan peserta didik baru. Objek ini akan di teliti melalui metode penelitian yang telah di tentukan untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru yang di terapkan oleh MA Al-hikmah 1 Brebes tersebut.

Adapun subjek sebagai responden atau narasumber dalam penelitian ini meliputi:

1) Kepala Sekolah

Kepala sekolah merupakan orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab yang terjadi di sekolah. Kepala sekolah MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes ialah bapak H. Mas'ud Sya'roni S.Pd.I, yang dalam konteks ini yang akan di telaah adalah informasi atau data terkait dengan strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru yang di terapkan di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

2) Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru

Peneliti akan menggali informasi dari ketua panitian penerimaan peserta didik baru yang menjadi tim pelaksana kegiatan penerimaan peserta didik baru yang di terapkan di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.

⁶² W HADIPURO, *Teknik Menulis Skripsi, Tesis Dan Artikel Ilmiah* (Penerbit Andi, 2023) <<https://books.google.co.id/books?id=CvEAAAQBAJ>>.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain dengan menggunakan:

1. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang di dasarkan pada pengamatan atau penelitian dengan melihat situasi dan kondisi subyek penelitian secara langsung. Selain itu, observasi juga dapat di definisikan sebagai pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan keadaan atau perilaku subjek penelitian.⁶³ Metode observasi di kelompokkan menjadi tiga macam yaitu observasi partisipatif, observasi terus terang dan tersamar, dan observasi tidak terstruktur.

Metode observasi ini akan peneliti gunakan untuk mengamati dan mencatat fakta-fakta yang terjadi secara langsung, tanpa melakukan manipulasi atau intervensi terhadap objek atau fenomena yang di amati. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipatif, di mana peneliti mempunyai keleluasaan melakukan observasi di dalam setiap kegiatan yang di lakukan panitia penerimaan peserta didik baru di dalam setiap kegiatannya. Dalam ranah observasi, segala fenomena yang di amati terkait dengan fokus dan konteks penelitian yang di dokumentasikan dan di catat sehingga di dapat data tentang strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Brebes.

2. Wawancara

Wawancara adalah jenis komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih. Salah satu pihak bertindak sebagai interviewer dan pihak lainnya bertindak sebagai interviewee untuk tujuan tertentu, seperti mendapatkan informasi atau mengumpulkan data.

⁶³ I W Terimajaya Et Al., *Dasar-Dasar Statistika : Konsep Dan Metode Analisis* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024)

Interviewer menanyakan sejumlah pertanyaan kepada interview untuk mendapatkan jawaban.⁶⁴ Wawancara di lakukan oleh peneliti guna mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang makna, dan pandangan para informan. Metode ini melibatkan peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan, namun lebih fleksibel dari pada wawancara terstruktur, di mana pertanyaan-pertanyaan utama mengikuti garis besar subjek penelitian, tetapi memberikan fleksibilitas untuk mengembangkan pertanyaan tambahan. Peneliti ingin meminta informasi dari responden atau konsultan penelitian ini. Wawancara yang di gunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dan menggali data mengenai strategi pemasaran lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yaitu dengan menanyakan kepada yang berurusan seperti kepala sekolah, dan ketua panitia penerimaan peserta didik baru.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari bahasa yunani “docere” yang berarti “mengajar”. Dalam penelitian sejarah, dokumentasi biasa di gunakan untuk menelusuri informasi tentang suatu objek atau peristiwa di masa lalu melalui dokumen-dokumen yang berkaitan dengan subjek tersebut.⁶⁵ Berdasarkan sifatnya, metode dokumentasi terbagi atas dokumentasi pribadi maupun dokumentasi resmi. Dokumentasi pribadi adalah dokumen yang di miliki secara pribadi seseorang, seperti foto, catatan harian, pengamatan, pengalaman, atau kepercayaan. Dokumentasi resmi adalah dokumen yang di keluarkan atau di buat secara resmi. Ada dua jenis dokumentasi resmi yaitu internal dan eksternal. Dokumentasi internal mencakup dokumentasi yang di buat untuk individu atau kelompok tertentu seperti laporan rapat, memo, aturan, atau intruksi

⁶⁴ Fadhallah, *Wawancara*, Pertama (Unj Press, 2021).1-2

⁶⁵ H G Yudawisastra Et Al., *Metodologi Penelitian* (Cv. Intelektual Manifes Media, 2023).

yang di gunakan oleh individu tersebut saja. Teknik dokumentasi ini akan peneliti gunakan untuk mencari informasi tambahan terkait peristiwa yang telah terjadi, dan melengkapi data yang telah di peroleh dari observasi dan wawancara yang telah di lakukan.

E. Teknik Analisis Data

Setelah data penelitian terkumpul, langkah berikutnya adalah menjalankan proses analisis data. Analisis data adalah langkah penting dalam penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengorganisasikan dan menafsirkan data yang telah di kumpulkan. Dalam pendekatan kualitatif, analisis data di lakukan secara induktif yang berarti peneliti mulai dengan data nyata dan berusaha untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul dari data tersebut.⁶⁶ Teknik analisis yang akan di gunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis Mileand Huberman, adapun tahapan teknik analisis tersebut yaitu penyajian data (*data display*), reduksi data (*data reduction*), verifikasi data (*data verification*), penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*). Penjelasan dari empat tahapan tersebut sebagai berikut:

1) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah proses pengumpulan informasi yang di susun berdasarkan kategori atau pengelompokan yang di perlukan. Data dapat di berikan dalam bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, atau tabel. Tujuan penyajian data adalah untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menjelaskan situasi yang terjadi. Dalam hal ini, peneliti harus membuat naratif, matriks, atau grafik untuk memudahkan penguasaan data atau informasi agar mereka dapat memahami hasil penelitian secara keseluruhan atau sebagian. Uraian singkat peneliti mendeskripsikan data agar lebih mudah di pahami secara detail dari hasil observasi, wawancara, dan

⁶⁶ R F Gustaman et al., *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Bayfa Cendekia Indonesia, 2024) <<https://books.google.co.id/books?id=mto6EQAAQBAJ>>.

dokumentasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.

2) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses penyempurnaan data dalam arti yang lebih luas yang mencakup penambahan data yang dianggap kurang dan pengurangan data yang tidak perlu dan tidak relevan. Setelah data di kumpulkan, proses reduksi data dilakukan untuk memilih dan memfokuskan data yang berguna dan relevan untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan, atau jawaban atas pertanyaan penelitian. Setelah itu, data di sederhanakan dan di susun secara sistematis, dan informasi penting tentang hasil penelitian dan maknanya di uraikan.

3) Verifikasi Data (*Data Verification*)

Verifikasi data adalah proses memahami makna kumpulan data dalam arti yang lebih besar dari pada hanya melihat data tertulis. Catatan lapangan yang di buat berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif mencakup catatan alami tentang apa yang di lihat, di dengar, di saksikan, dan di alami sendiri oleh peneliti, tanpa pendapat atau tafsiran peneliti tentang fenomena tersebut. Catatan reflektif mencakup kesan, komentar, pendapat, dan tafsiran peneliti tentang fenomena tersebut.

4) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan awal yang di buat hanyalah kesimpulan sementara, mereka akan berubah setelah tahap pengumpulan data dan berikutnya di temukan bukti yang kuat. Namun apabila kesimpulan yang di sampaikan saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang di buat dapat di percaya.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, pemeriksaan keabsahan data di gunakan untuk menguji validitas dan realibitas penelitian berdasarkan beberapa kriteria yaitu kepercayaan (Credibility), keterlihan (Transferability), ketergantungan (Dependability), dan kepastian (Confirmability). Dari empat kriteria ini, pendekatan kualitatif menggunakan delapan tehnik pemeriksaan data yaitu perpanjangan keterlibatan, ketekunan pengamatan, tringulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, analisis kasus negatif, dan pengecekan anggota.⁶⁷ Salah satu metode yang di gunakan peneliti untuk menggali dan menetapkan tehnik pengolahan data kualitatif adalah tringulasi, yang dapat di gambarkan sebagai metode pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara dengan subjek penelitian. Tahapan penelitian mengguakan observasi, wawancara dan di lakukan dalam teori pemasaran yang meliputi proses, metode, atau tindakan untuk memasarkan barang gadangan.

⁶⁷ Muftahatus Saadah, Yoga Catur Prasetyo, dan Gismina Tri Rahmayati, “Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif,” *Al-'Adad : Jurnal Tadris Matematika*, 1.2 (2022), 54–64.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, peneliti mencoba menggambarkan strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes sebagai berikut:

1. Sistem Penerimaan Siswa Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Tahun Ajaran 2025/2026

Sistem penerimaan siswa baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes di bagi menjadi dua gelombang di antaranya sebagai berikut:

- 1) Gelombang I di mulai dari tanggal 03 Maret-30 April 2025. Dari jam 08.00 – 14.00 WIB
- 2) Gelombang II di mulai dari tanggal 01 Mei – 30 Juni 2025. Dari jam 08.00 – 14.00 WIB

Adapun persyaratan pendaftaran yang harus di bawa oleh peserta didik baru antara lain:

- 1) Mengisi formulir pendaftaran.
- 2) Menyerahkan dua lembar FC Ijazah
- 3) Menyerahkan FC SKL
- 4) Menyerahkan FC raport dua bendel
- 5) Menyerahkan FC kartu NISN
- 6) Menyerahkan foto terbaru. Ukuran 3x4 sebanyak enam lembar, dan ukuran 2x3 sebanyak enam lembar
- 7) Menyerahkan akta kelahiran

- 8) Menyerahkan kartu keluarga (KK)
 - 9) Menyerahkan FC KTP orang tua
 - 10) Menyerahkan surat keterangan tidak mampu (Bagi yang bersedia)
 - 11) Menyerahkan kartu program indonesia pintar (PIP), kartu indonesia pintar (KIP), kartu keluarga harapan (PKH) (Bagi yang memiliki)
 - 12) Mengikuti tes seleksi keagamaan dan kemampuan dasar
2. Guru dan Karyawan MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar memiliki 45 guru yang terdiri dari 29 guru laki-laki dan 16 guru perempuan, 3 tenaga TU, 1 operator sekolah, 1 kasir, 1 keuangan, 1 tukang kebun, dan 332 siswa-siswi.

B. Staregi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

Pada penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan hasil penelitian di lapangan yang berdasarkan pada fokus penelitian strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes di antaranya:

1. Perencanaan Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

Perencanaan adalah langkah pertama yang di lakukan oleh lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Strategi pemasaran melibatkan perencanaan untuk program kerja yang sudah di tentukan dapat di laksanakan dengan baik. Perencanaan yang tepat akan menjadi dasar ketika program yang akan di capai mengalami masalah, yang harus di atasi oleh lembaga pendidikan. Strategi pemasaran lembaga pendidikan adalah komponen penting dalam

menentukan cara terbaik untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas karena berkaitan dengan keberlangsungan suatu sekolah untuk menerima siswa baru di masa depan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yaitu:

- a) Membentuk panitia penerimaan peserta didik baru yang terdiri dari kepala sekolah, ketua panitia, guru dan karyawan yang ada di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes .
- b) Menentukan waktu, tempat, serta target peserta didik.
- c) Menentukan media yang digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran yang akan diterapkan.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Ibu Siti Arpiyanti selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes bahwa:

Proses perencanaan strategi pemasaran yang ada di sekolah ini yang awal yaitu dengan mengadakan rapat dengan bapak kepala sekolah dan dewan guru. Kemudian dalam rapat tersebut kami membentuk panitia penerimaan peserta didik baru, target sarannya ke sekolah mana saja, menentukan biaya, proses perencanaan sampai teknis penerimaan peserta didik baru.⁶⁸

Pentingnya strategi pemasaran bagi lembaga pendidikan supaya dapat mempertahankan dan meningkatkan inovasi dan eksistensinya di masyarakat. Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Kepala Sekolah MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes bahwa:

Pentingnya strategi pemasaran supaya lembaga ini mampu mempertahankan eksistensinya di masyarakat dan mampu mempertahankan kepuasan dari alumni-alumni juga yang menjadi kunci utama dalam strategi pemasaran yang ada di sekolah ini sehingga mereka juga dapat mempromosikan madrasah ini berdasarkan dari alumninya.⁶⁹

⁶⁸ Wawancara Dengan Ibu Siti Arpiyanti selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

⁶⁹ Wawancara Dengan Bapak H. Mas'ud Sya'roni selaku Kepala Sekolah MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

Langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam proses perencanaan strategi pemasaran antara lain:

1) Identifikasi Pasar

Identifikasi pasar adalah proses yang melibatkan Pengumpulan data tentang konsumen seperti demografi, preferensi, perilaku, dan kebutuhan konsumen. Hal ini MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes merupakan lembaga pendidikan yang berada di bawah naungan pondok pesantren Al-hikmah 1 yang di mana 95% siswa-siswinya berasal dari pondok pesantren yang bertempat tinggal di komplek-komplek yang ada di pondok pesantren Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes.

Hal ini sesuai dengan perkataan Bapak Kepala Madrasah yang menyatakan bahwa:

Salah satu faktor kebanyakan siswa-siswi yang masuk MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yaitu anak pondok yang di mana dia ingin sekolah sambil mondok. Tetapi ada juga dari siswa-siswi yang laju yang berasal dari daerah sekitar kecamatan sirampog.⁷⁰

2) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses di mana perusahaan menempatkan mereka dalam kelompok yang sama. Segmentasi pasar juga terbentuk dari kelompok pasar besar yang dapat diidentifikasi dengan menggunakan faktor-faktor selera pasar, kemampuan beli, lokasi, geografis, dan perilaku dan kebiasaan pembeli. Tim penerimaan peserta didik baru mengelompokan siswa berdasarkan minat mereka untuk masuk ke program studi yang mereka pilih, kemudian pihak panitia juga mengadakan tes seleksi masuk untuk meyakinkan peserta didik baru terhadap program studi yang mereka pilih. Ungkapan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru:

⁷⁰ Wawancara Dengan Bapak H. Mas'ud Sya'roni Selaku Kepala Madrasah MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

Pada saat siswa mendaftar, siswa akan memilih program studi yang mereka minati. Nanti juga dari pihak panitia mengadakan tes seleksi keagamaan dan kemampuan dasar tergantung minat siswanya.⁷¹

Salah satu program unggulan yang ada di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yaitu Program bahasa arab dan bahasa inggris, program khusus pembelajaran untuk jurusan IPA EXCELLENT dan MAK. Program bahasa inggris untuk jurusan IPA EXCELLENT dan program bahasa arab untuk MAK. Hal ini sesuai dengan ungkapan Bapak Kepala Madrasah Bahwa:

MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes ini memiliki program unggulan yaitu bahasa arab, bahasa inggris, dan program khusus yang berlaku untuk jurusan unggulan. Untuk program bahasa arab dan bahasa inggris biasanya di lakukan pada saat sebelum siswa masuk kelas yang mana siswa setiap hari wajib menyetorkan kosa kata bahasa arab dan bahasa inggris. Sementara itu untuk program khusus biasanya di lakukan setelah sholat dzuhur samapi dengan jam tiga sore.⁷²

3) Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk memiliki arti atau nilai karena perusahaan membuat produk baru yang di anggap unik dan berbeda oleh semua pelanggan. Dalam kasus ini, produk yang di maksud adalah produk berkualitas tinggi yang akan mendukung posisi produk di pasaran. Dari perspektif pasar, mutu dapat di gambarkan sebagai perbandingan antara pesaing potensial. Suatu lembaga pendidikan harus mampu menawarkan sekolahnya semenarik mungkin supaya memiliki keunggulan tersendiri di banding dengan sekolah lain.

Untuk membedakan dari sekolah yang lainnya. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes memiliki kegiatan

⁷¹ Wawancara Dengan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

⁷² Wawancara Dengan Bapak Mas'ud Sya'roni Selaku Kepala Madrasah MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

ekstrakurikuler yang wajib dan ekstrakurikuler kegemaran. Adapun untuk ekstrakurikuler yang wajib yaitu pramuka dan untuk ekstrakurikuler kegemaran diantaranya ada program khusus bahasa Arab dan bahasa Inggris, komputer, pramuka, OSIS (OSAMAH), olimpiade, karya ilmiah remaja (KIR), tahfidz dan takhsin, seni Hadroh, voli, tenis, futsal, badminton.

Diferensiasi produk yang kedua yaitu outing kelas yaitu MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes mengadakan kegiatan ini untuk meningkatkan pengetahuan peserta didik tentang lingkungan sekitar. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes telah melakukan kegiatan outing kelas di Guci Fores yang telah dilakukan oleh jurusan IPA EXCELLENT dan MAK.

Diferensiasi produk yang ketiga adalah latihan dasar kepemimpinan OSIS MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes. Kegiatan ini merupakan suatu kegiatan pelatihan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan skill siswa dalam memimpin. Salah satu tujuan pelatihan ini adalah untuk membangun karakter pribadi (personality) peserta didik nantinya akan menjadi pengurus organisasi di sekolah agar tumbuh lebih kuat.

Diferensiasi produk yang keempat adalah pembiasaan sholat dzuhur berjamaah. Diferensiasi produk sekolah melalui kegiatan sholat Dzuhur berjamaah adalah strategi pembeda yang dilakukan sekolah dengan menjadikan pelaksanaan sholat Dzuhur berjamaah sebagai program unggulan rutin yang membentuk karakter religius, kedisiplinan, dan kebersamaan siswa, serta mencerminkan identitas spiritual sekolah.

2. Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

Dalam hubungannya dengan strategi pemasaran pendidikan, MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes mengambil bauran pemasaran pendidikan sebagai acuan untuk memasarkan sekolah. Dalam bauran pemasaran pendidikan memiliki beberapa perangkat yang di kenal dengan 7P, yaitu di antaranya:

1) Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar atau masyarakat dengan tujuan menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi untuk memenuhi keinginan kebutuhan.⁷³ Produk sangat penting bagi masyarakat dan calon siswa. Lembaga pendidikan harus menyediakan barang dan jasa yang berkualitas tinggi untuk konsumen pendidikan. Pelanggannya terutama siswa dan wali siswa, apabila sebuah organisasi tidak dapat memasarkan produknya dalam hal jasa pendidikan karena kualitasnya tidak di senangi oleh pelanggan, maka tidak dapat memberikan nilai tambahan untuk peningkatan individu atau layanannya tidak memuaskan. Produk yang di tawarkan tidak laku, akibatnya sekolah akan menolak mereka yang tidak memenuhi syarat atau menolak mereka yang ingin mendaftar.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan peneliti, di ketahui bahwa MA AL-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes menawarkan produk dan jasa seperti dapat yang meningkatkan keahliannya, menghasilkan siswa yang cerdas, dan memiliki kemampuan untuk mengamalkan ajaran agama islam. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes tidak hanya menyediakan pembelajaran umum saja, tetapi juga program pengembangan bahasa arab dan bahasa inggris serta pembelajaran keagamaan

⁷³ Arif Wicaksana Dan Tahar Rachman, *Produk Dan Merek (Suatu Pengantar)*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 2018, III.

seperti takhfidz, takhsin, kitab kuning dan lainnya. Hal ini sesuai dengan perkataan Ibu Siti Arpiyanti bahwa:

Terkait dengan produk sekolah ini, kami menawarkan program takhfidz, takhsin, program bahasa arab dan bahasa inggris, dan kitab kuning. Ini yang menjadi produk utama di sekolah kami.⁷⁴

Berdasarkan hasil pemaparan data di atas dapat di simpulkan bahwa produk yang di tawarkan oleh MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes dalam menarik peserta didik baru dengan empat program yaitu takhfidz, tahsin, program bahasa arab dan inggis, dan kitab kuning. Adapun kitab-kitab yang di kaji seperti *fathul qorib*, *alfiyah ibnu malik*, *akidatul awam*, *arbain nawawi*, *tafsir al-qur'an*, dan lain sebagainya.

2) Lokasi (*Place*)

Lokasi adalah bagaimana peluang, kemudahan, dan fasilitas berada di lokasi bisnis dapat di atur. Ketika sebuah bisnis baru di mulai atau sudah beroperasi dan berkembang, sangat penting untuk menentukan lokasi bisnis. Bisnis dapat beroperasi dengan lebih efisien dan menghasilkan lebih banyak keuntungan dengan menemukan lokasi yang tepat.⁷⁵ Berbicara tentang lokasi madrasah berarti gedung madrasah berdiri dan semua kegiatan yang di lakukan. Dalam menetapkan pilihan mereka, calon pelanggan sedikit banyak mempertimbangkan lokasi madrasah. Tentu saja ada beberapa faktor menarik calon pengguna madrasah adalah lokasi yang strategis, tenang, aman, dan mudah di jangkau. Ini terutama berlaku di bandingkan dengan sekolah atau madrasah lain yang lokasinya jauh, tidak nyaman, atau sulit di jangkau di pusat kota.

⁷⁴ Wawancara Dengan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

⁷⁵ Rini Astriyani, "Pengaruh Lokasi, Modal dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha," *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 2.2 (2024), 59–69.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, dapat di ketahui bahwa letak MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes berada di Desa Benda, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Letak MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes berada di antara pemukiman masyarakat sehingga dapat di jangkau oleh siapa saja. Jalan menuju sekolah juga dapat di lewati oleh kendaraan umum maupun pribadi, di sekitar sekolah juga terdapat komplek-komplek pondok pesantren yang masih satu yayasan dengan pondok pesantren Al-hikmah 1.

Halaman MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes juga cukup luas dan sejuk karena banyak pepohonan yang tumbuh dan di rawat. Dalam hal persaingan MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes memiliki kemampuan untuk memperluas sasaran pasaran, meskipun banyak sekolah yang terletak tidak jauh dari sekolah tersebut tidak menjadi penghalang untuk memasarkan sekolahnya. Hasil Observasi ini di perkuat dengan pernyataan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru yang menyatakan bahwa:

MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes ini termasuk sekolah yang memiliki lokasi yang mudah di akses oleh masyarakat, karena sekolah ini terlihat dari jalan raya, sekolah ini juga memiliki halaman yang luas. Ada beberapa pohon yang dapat menambah suasana sekolah ini menjadi sejuk dan nyaman.⁷⁶

3) Harga (*Price*)

Harga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, bersama dengan peran informasi dan alokasi harga. Fungsi alokasi harga adalah membantu pembeli dalam memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tinggi yang di harapkan berdasarkan kekuatan pembelinya. Pembeli biasanya membandingkan harga

⁷⁶ Wawancara Dengan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian membuat putusan tentang alokasi dana yang mereka inginkan.⁷⁷

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, dapat diketahui bahwa MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes menetapkan biaya pendidikan yang sangat murah. Di samping itu juga membebaskan biaya seragam sekolah dan atribut peserta didik. Namun ada beberapa biaya yang harus di bayar oleh wali murid seperti SPP, uang pembangunan yang harus di bayar satu kali pada awal masuk sekolah, buku pembelajaran. Hasil observasi tersebut di perkuat oleh perkataan Bapak Kepala Sekolah bahwa:

Terkait dengan harga, madrasah ini menawarkan harga yang sangat murah, membebaskan biaya seragam dan atribut peserta didik. Namun ada beberapa biaya yang tidak di gratiskan seperti SPP, uang pembangunan, dan buku pembelajaran.⁷⁸

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah cara komunikasi antara penjual dengan pembeli yang di dasarkan pada informasi yang tepat dengan tujuan untuk membuat pembeli menjadi mengingat produk dan jasa tersebut. Menurut saladin promosi di definisikan sebagai komunikasi informasi antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli atau pelanggan sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga mereka tetap ingat produk dan jasa tersebut. Salah satu komponen yang menentukan keberhasilan program pemasaran adalah promosi, tidak peduli seberapa bagus suatu produk, jika pelanggan belum

⁷⁷ Doni Marlius dan Nadilla Jovanka, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji," *Jurnal Economina*, 2.2 (2023), 476–90.

⁷⁸ Wawancara Dengan Bapak H. Mas'ud Sya'roni Selaku Kepala Sekolah MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa bermanfaat bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes mempromosikan programnya dengan konsisten, dan dengan menghasilkan lulusan yang cerdas, sholih, dan optimis untuk masa depan. Selain itu sekolah dapat melakukan promosi melalui berbagai platform media sosial termasuk website sekolah seperti instagram, youtube, tik tok, facebook, whatsapp sesuai dengan kebutuhan. Kita terus menggunakan media cetak seperti brosur dan banner yang di pasang di beberapa titik-titik tertentu, dan promosi tidak langsung melalui para alumni. Hasil observasi ini di perkuat dengan pernyataan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes bahwa:

Penggunaan media promosi yang di gunakan oleh MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yaitu dengan memasang banner pada beberapa titik tertentu, serta menyebar brosur pada masing-masing komplek pondok pesantren yang ada lingkungan pondok pesantren Al-hikmah 1, dan pada saat kegiatan mujahadah do'a bersama yang di lakukan pada malam jum'at kliwon di pondok pesantren Al-hikmah 1 yang di mana kegiatan mujahadah ini sebagai sarana untuk promosi penyebara brosur kepada wali santri. Untuk media sosial biasanya yaitu menggunakan youtube, instagram, tik tok, facebook, dan whatsapp. Tetapi kami biasanya lebih menggunakan youtube dan tik tok.⁷⁹

5) Orang (*People*)

Pemasaran produk dan jasa bergantung pada penggunaan sumber daya manusia, yang dapat berdampak pada keberhasilan produk atau jasa. Karena itu, karyawan harus di latih dalam seleksi, pelatihan, motivasi, dan sumber daya manusia untuk

⁷⁹ Wawancara Dengan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

memastikan kualitas terbaik. Selain itu menempatkan orang sebagai bagian dari bauran pemasaran menunjukkan betapa pentingnya orang bagi perkembangan bisnis. Sudah menjadi fakta umum bahwa bisnis yang berkelanjutan melibatkan sumber daya manusia yang kuat. Pengusaha juga mengakui minat besar perusahaan tidak hanya mencari karyawan yang berkualitas dan baik, akan tetapi juga menawarkan kemudahan untuk membantu karyawan terbaik merasa betah dan tetap produktif dalam pekerjaan mereka.⁸⁰

Sumber daya manusia yang ada di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes saat ini adalah semua orang yang terlibat dalam proses penyampaian jasa kepada konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para guru dan kepala sekolah. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes mempunyai sumber daya manusia yang bagus supaya bisa memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan atau siswa, seperti guru yang sudah berpengalaman dan menindak lanjuti tanggung jawabnya selama kegiatan pembelajaran.

6) Bentuk Fisik (*Physical Evidence*)

Physical evidence adalah tempat konsumen dan penyedia jasa berinteraksi untuk membuat dan menggunakan layanan mereka, serta seluruh aset fisik yang membantu penyedia jasa mengkomunikasikan layanan mereka. Bukti fisik dapat membantu konsumen mengevaluasi kualitas layanan sebelum menggunakan atau tingkat kepuasannya setelah menggunakannya.⁸¹ Dalam konteks lembaga pendidikan, physical evidence atau bukti fisik adalah gedung atau bangunan bersama dengan segala sarana dan fasilitasnya. Dalam konteks

⁸⁰ A M Ramdan Et Al., *Manajemen Pemasaran* (Penerbit Widina, 2023) <<https://books.google.co.id/books?id=Apwxeqaaqbaj>>.

⁸¹ F Rohman, *Pemasaran Jasa Perspektif UKM* (Universitas Brawijaya Press, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=YHWgEAAAQBAJ>>.

ini, sarana fisik adalah tempat interaksi antara produsen dan pelanggan serta setiap elemen lainnya yang memfasilitasi penyediaan layanan yang di tawarkan. Bentuk-bentuk bangunan di dalam dan di luar lembaga juga di masukan.

Hasil penelitian di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes menunjukkan bahwa bukti fisik yaitu sangat rekomendasi untuk prasarana sekolah, sudah memadai, meskipun ada beberapa fasilitas dengan kondisi yang kurang baik akan tetapi masih dapat di gunakan. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes memiliki ruang kelas yang ber-AC yang membuat siswa nyaman dalam proses pembelajaran. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes memiliki 15 ruang kelas, satu ruang kepala sekolah, satu ruang guru, satu ruang tata usaha, satu laboratorium IPA, dua laboratorium komputer, satu ruang perpustakaan, satu ruang multimedia, satu ruang UKS, satu lapangan olahraga, satu gor serbaguna, satu kantin, lima kamar mandi, dan satu masjid. Hasil observasi ini di perkuat dengan pernyataan ibu Siti Arpiyanti selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru yang menyatakan bahwa:

Sarana dan prasarana yang ada di madrasah ini sudah cukup baik, tetapi kalo di banding dengan sekolah-sekolah negeri, madrasah ini cukup lumayan tertinggal. Karena fasilitas di sekolah negeri lebih memadai.⁸²

7) Proses (*Process*)

Proses pemasaran adalah semua tindakan yang di perlukan untuk merencanakan, mengorganisasikan, dan menerapkan strategi pemasaran mereka dengan fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan. Proses pemasaran terdiri dari lima langkah, dengan langkah pertama adalah menciptakan nilai bagi pelanggan. Proses merupakan sistem operasi yang di atur untuk

⁸² Wawancara Dengan Ibu Siti Arpiyanti Selaku Ketua Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

mengukur pemasaran pendidikan guna mengorganisir dan menemukan sumber daya. Proses juga menjadi layanan kegiatan peserta didik yang akan di nikmati selama peserta didik berada di sekolah.

Berdasarkan hasil observasi yang di lakukan oleh peneliti di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yang mencakup penerimaan peserta didik baru sampai siswa-siswi tersebut dari sekolah. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes dalam penerimaan peserta didik baru melakukan tes masuk secara tertulis dan wawancara, adapau tes tersebut di lakukan sesuai dengan masing-masing program studi yang di pilih oleh peserta didik baru.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidika Islam Dalam Meneingkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

Evaluasi pemasaran adalah proses mengukur dan mengevaluasi bagaimana suatu perusahaan mencapai tujuan pemasarannya. Tujuan evalausi pemasaran adalah untuk memastikan bahwa strategi pemasaran yang di gunakan telah di terapkan efektif dan untuk memastikan bahwa lembaga pendidikan sudah mencapai target dan keuntungan yang di inginkan atau belum. Dengan melakukan evaluasi pemasaran yang teratur sekolah dapat meningkatkan dan memperbaiki kinerja pemasaran untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Kepala sekolah melakukan evaluasi ini secara langsung kepada tim yang bekerja untuk memastikan bahwa orang-orang bertanggung jawab atas pencapaian tujuan yang telah di tetapkan. Hal ini sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh Bapak Kepala Sekolah MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes bahwa:

Evaluasi ini biasanya sering di lakukan setelah proses promosi, ada beberapa siswa yang terjaring lewat jalur sosialisasi, ada berapa juga siswa yang terjaring melakuai media sosial. Tetapi pada tahun kemarin kebanyakan dari para alumni, dan ini akan

menjadi strategi pemasaran yang akan di terapkan juga pada tahun depan karena lebih efektif.⁸³

Strategi pemasaran lembaga pendidikan untuk meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes harus di lakukan evaluasi da pengawasan kinerja tim penerimaan peserta didik baru. Evaluasi dan pemantauan pemasaran pendidikan melalui media cetak seperti brosur,dan banner. Sedangkan untuk media elektronik seperti website, instagram, whatsapp, facebook, youtube, dan tik-tok serta promosi tidak langsung dari masyarakat dan alumni untuk meningkatkan jumlah siswa.



⁸³ Wawancara Dengan Bapak H. Mas'ud Sya'roni Selaku Kepala Sekolah MA Al-Hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes Pada 09 September 2024

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bersadarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul “strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes, dapat di ambil kesimpulan bahwa:

Pertama, dalam proses perencanaan strategi pemasaran pendidikan di buat dan di pantau secara langsung oleh kepala sekolah. Strategi ini di rancang untuk memanfaatkan secara efektif dan efisien sumber daya yang ada di sekolah, tim penerimaan peserta didik baru yang terdiri dari kepala sekolah, guru, dan karyawan MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes di bentuk untuk menetapkan tujuan untuk mempromosikan sekolah termasuk tempat, waktu, dan target siswa. Selanjutnya tim penerimaan peserta didik baru menetapkan media yang di gunakan untuk menerapkan strategi pemasaran.

Kedua, dalam proses penerimaan peserta didik baru, penerapan strategi pemasaran adalah hal yang paling penting bagi sebuah lembaga pendidikan untuk memasarkan sekolah dan menarik siswa baru. Implementasi ini di lakukan dengan menyediakan program unggulan seperti takhfidz dan takhsin, program bahasa arab dan bahasa inggris, kajian kitab kuning. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes menawarkan biaya yang sangat terjangkau dan memiliki lokasi yang sangat strategis.

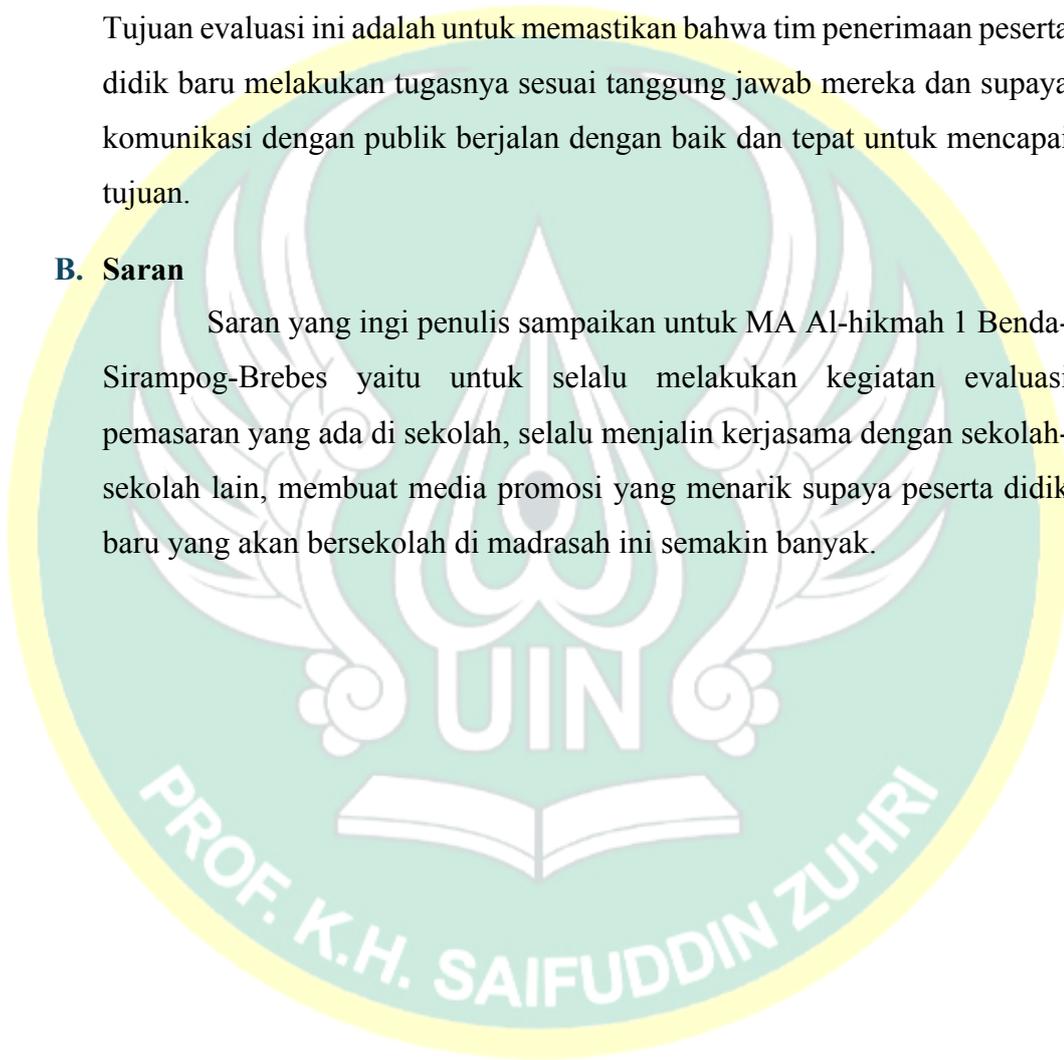
Ketiga, promosi yang di lakukan MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes di lakukan melalui media cetak seperti banner, pamflet, dan brosur. Sedangkan untuk media elektronik MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes menggunakan aplikasi seperti youtube, instagram, tik tok, facebook, dan whatsapp. Sedangkan untuk promosi tidak langsung, MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes berasal dari kepuasan para alumni-alumni yang

pernah sekolah di madrasah tersebut yang mensosialisasikan kepada masyarakat yang ada di daerah tempat tinggal mereka.

Keempat, evaluasi yang di lakukan oleh MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes dalam penerimaan peserta didik baru untuk mencapai tujuan pemasaran yaitu dengan melakukan evaluasi secara langsung maupun secara tidak langsung kepada tim penerimaan peserta didik baru. Tujuan evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa tim penerimaan peserta didik baru melakukan tugasnya sesuai tanggung jawab mereka dan supaya komunikasi dengan publik berjalan dengan baik dan tepat untuk mencapai tujuan.

B. Saran

Saran yang ingi penulis sampaikan untuk MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes yaitu untuk selalu melakukan kegiatan evaluasi pemasaran yang ada di sekolah, selalu menjalin kerjasama dengan sekolah-sekolah lain, membuat media promosi yang menarik supaya peserta didik baru yang akan bersekolah di madrasah ini semakin banyak.



DAFTAR PUSTAKA

- afifah, Rasma, Ujang Nurjaman, Dan Faiz Karim Fatkhulloh, “Implementasi Visi Pendidikan Berbasis Agama, Filsafat, Psikologi, Dan Sosiologi Di Lembaga Pendidikan Islam,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16.3 (2022), 936
- Alamsyah, Guruh Fajar, Keputusan Pembelian, Dan Latar Belakang Penelitian, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Buah Jambu Kristal Di Kebun Buah Batuah Hortifarm Desa Pantai Harapan,” *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8.1 (2023), 62–71
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, dan Sella Venanza, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam,” *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3.1 (2022), 44–53
- Alfiani, J, F Yunita, dan M R Ridha, “Implementasi Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Di Pondok Pesantren Al Mahsyad,” ... *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...*, 2 (2024), 51–55
- Amalia Yunia Rahmawati, “BAB 1 Kajian Teori Strategi Pemasaran,” July, 2020, 1–23
- Annisa, Dwi, “Jurnal Pendidikan dan Konseling,” *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4.1980 (2022), 1349–58
- Aqilah, S F, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Di SMP VIP Al Huda Kebumen,” 2022
- Aragusta, Sufisti, Program Doktor, Manajemen Pendidikan, Pascasarjana Universitas, Islam Negeri, dan Raden Intan, “Strategi pemasaran pendidikan madrasah ibtidaiyah di bandar lampung,” 2024
- Arifah, U, Dan P A Wibowo, *Manajemen Strategi* (Unisnu Press, 2023)
- Ariyanto, Aris, *Manajemen Pemasaran, Widina Bhakti Persada Bandung*, 2023
- Arsini, Yenti, Lesma Yoana, Dan Yulia Prastami, “Jurnal Mudabbir (Journal Research And Education Studies) Volume 3. Nomor 2 Tahun 2023 *Journal Research And Education Studies*, 3.2 (2023), 27–35
- Astriyani, Rini, “Pengaruh Lokasi, Modal dan Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha,” *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta (JKMT)*, 2.2 (2024), 59–69

- Bahri, Moh. Syaiful, "Problematika Evaluasi Pembelajaran dalam Mencapai Tujuan Pendidikan di Masa Merdeka Belajar," *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6.4 (2023), 2871–80
- Daini, Ferri Maswiatud, "Manajemen humas dalam meningkatkan kualitas promosi penerimaan peserta didik baru (studi kasus di man 1 kabupaten madiun)," *Skripsi*, 2021, 01–82
- Dian, Ilis Rosbiah, dan Ari Prayoga, "Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di Madrasah," *Dirasah : Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 3.1 (2020), 1–14
- Tri S. Saptadi., Ifah Finatry Latiep, Novi Puji Lestari., Syamsulbahri, Erwin., Mohammad Yamin, Et Al., *Manajemen Promosi Produk* (Cendikia Mulia Mandiri, 2024)
- M. Anang Firmansyah, , *Pemasaran Produk Dan Merek: Planning \& Strategy* (Penerbit Qiara Media, 2023)
- Muhammad Ramdhan, , *Metode Penelitian* (Cipta Media Nusantara)
- Fadhallah, , *Wawancara, Pertama* (Unj Press, 2021)
- Wahyu Sri Ambar Arum, Suryadi, dan Nining Parlina, *Manajemen Peserta Didik* (Deepublish)
- Fajar Sri Utami, Mudofir, Supriyanto, "Manajemen strategi pemasaran pendidikan," *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 105.2 (2022), 79
- Faujiah, Syifa, Muhammad Syaifudin, dan Tuti Andriani, "Implementasi Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4.3 (2023), 641–50
- Fauzi Fahmi, "Standar Proses Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Di Sekolah," *Pendalas: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengabdian Masyarakat*, 1.1 (2021), 1–16
- Firdha Aprilyani dan Syarifudin, "Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)," *"Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) berbasis web pada SMA Budi Mulia Tangerang"*, 2 (2016), 221–31
- Fradito, Aditia, Suti'ah Suti'ah, dan Mulyadi Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*, 10.1 (2020), 12–22
- Gunarsih, Cindy Magdalena, Johny A. F. Kalangi, dan Lucky F. Tamengkel,

- “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang,” *Productivity*, 2.1 (2021), 69–72
- Gustaman, R F, A W Darmawan, A Gandi, A Wijayanti, N Nurlaela, A Idin, Et Al., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bayfa Cendekia Indonesia, 2024)
- Hadipuro, W, *Teknik Menulis Skripsi, Tesis Dan Artikel Ilmiah* (Penerbit Andi,)
- Harinie, L T, A Triyono, M E Saputri, H Hanafiah, R Arissaputra, N.P.N.P. Wijaya, Et Al., *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* (Cv. Intelektual Manifes Media, 2023)
- Hidayah, Nur, “Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam Swasta Berbasis Moderasi Beragama,” *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10.02 (2021)
- Ii, B A B, “Iskandarwassid Dan Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2013), 2. 13–32
- Implementasi, Analisis, Strategi Pemasaran, Pendidikan Di, Dan S M P It, “Salma Nurillah, 2024 Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Di Smp It Assyakir Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu 1,” 2024, 1–8
- Indrawan, I, Dan E Pedinata, *Manajemen Peserta Didik* (Penerbit Qiara Media, 2022) <<https://books.google.co.id/books?id=Tmtgeaaqbaj>>
- Indriani, Fera, Farah Diba, Dudun Ubaedullah, dan Arizqi Ihsan Pratama, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam,” *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 6.2 (2021), 131–48
- Ine Suryani, “Strategi Promosi Usaha Aluminium Terhadap Peningkatan Ekonomi Rumah Tangga (Studi Pada Pengusaha Muslim Di Desa Raman Aji Lampung Timur),” 2021, 6
- Imran Ilyas,, *Manajemen Strategi* (Cv. Azka Pustaka, 2023) <<https://books.google.co.id/books?id=Tulbeaaqbaj>>
- khairul azan, refika, as’adut ta’biin, ideal fatrah, sesthi novalina, noviriani, *Isu-Isu Global Manajemen Pendidikan Islam*, ed. oleh mukhtar dan kasful Anwar, 2021 ed. (Samudra Biru, 2021)
- Khotimah, K, “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di Smp Islam Thoriqul Huda,” 2024
- Kurniawati, Kurniawati, Santoso Santoso, Dan Slamet Utomo, “The Effect Of Snowball Throwing And Problem Based Learning Models On Students’ Social Science Learning Motivation At Grade Iv Sunan Ampel Demak

- Cluster,” *Jurnal Pajar (Pendidikan Dan Pengajaran)*, 5.4 (2021), 1102
- Malahati, Fildza, Anelda Ultavia B, Putri Jannati, Qathrunnada Qathrunnada, dan Shaleh Shaleh, “Kualitatif: Memahami Karakteristik Penelitian Sebagai Metodologi,” *Jurnal Pendidikan Dasar*, 11.2 (2023), 341–48
- Marlius, Doni, Dan Nadilla Jovanka, “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji,” *Jurnal Economina*, 2.2 (2023), 476–90
- Neneng Nurmalasari, dan Imas Masitoh, “Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial,” *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4.3 (2020), 543
- Ni Putu Sintadewi, *Manajemen Humas*, Ed. Oleh Muh.Suwardi, Oktober 20 (Cv. Azka Pustaka, 2023) <<https://books.google.co.id/books?id=8efneaaaqbaj>>
- Nizam Ulul Azmy, dan Yustina Chrismardani, “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4.1 (2023), 224–36
- No, Vol, Januari Hal, dan Sari Rahayu, “705-Article Text-2094-1-10-20230110,” 2.1 (2023), 109–13
- Pikuleva, Irina A., “Challenges and Opportunities in P450 Research on the Eye,” *Drug Metabolism and Disposition*, 51.10 (2023), 1295–1307
- Pokhrel, Sakinah, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru Di Sd It Harapan Bangsa Natar Lampung Selatan,” *Ayan*, 15.1 (2024), 37–48
- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, dan Masduki Asbari, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Journal Of Communication Education*, 15.1 (2021), 703–12
- Ramdan, A M, L Siwiyanti, K Komariah, Dan E Saribanon, *Manajemen Pemasaran* (Penerbit Widina, 2023)
- Rohman, F, *Pemasaran Jasa Perspektif UKM* (Universitas Brawijaya Press, 2022)
- Role, The, Of Mobile, Banking In, Improving Service, Efficiency To, Customers In, et al., “Data : Journal of Information Systems and Management,” 2, 2024, 14–23
- Saadah, Muftahatus, Yoga Catur Prasetyo, dan Gismina Tri Rahmayati, “Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif,” *Al-'Adad* :

Jurnal Tadris Matematika, 1.2 (2022), 54–64

- Saadah, Nailis, Linda Wastri, dan Ridwal Trisoni, “Analisis Kebijakan Sistem Penerimaan Peserta Didik Baru Serta Implikasinya Terhadap Kualitas Pendidikan,” *Al-Qalam: Jurnal Kajian Islam dan Pendidikan*, 15.2 (2023), 227–38
- Selegi, Susanti Faipri, Putri Dewi Nurhasana, Kiki Aryaningrum, Dan Arief Kuswidyanarko, *Strategi Pembelajaran* (Cv. Azka Pustaka, 2023)
- Sholeh, Muh Ibnu, “Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi Dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia,” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1.3 (2020), 192–222
- Sudadi, S, C Anwar, S Julaiha, A Ridani, A Aslindah, I Irianto, Et Al., *Buku Ajar Manajemen Peserta Didik* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023)
- Sudiantini, Dian, “Manajemen strategi,” in *Manajemen Strategi*, ed. oleh Muh. Rezky Naim, Pertama, 2022, hal. 2–3
- Supranto, dan Ami Latifah, “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam,” *Unisan Jurnal: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan*, 2.1 (2023), 404–401
- Tampubolon, Manotar, *Metode Penelitian Metode Penelitian, Metode Penelitian Kualitatif* (Cipta Media Nusantara, 2023), III
- Terimajaya, I W, N L S Dewi, T Simamora, L Judijanto, R K Sigamura, N Nurhayati, Et Al., *Dasar-Dasar Statistika : Konsep Dan Metode Analisis* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024)
- Ulufah, Aynun Nurul, Prim Masrokan Mutohar, dan Agus Eko Sujianto, “Strategi Meningkatkan Brand Image dan Daya Saing Dalam,” 2.2 (2024)
- Ulul Azmi, “Manajemen Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan,” 2.2 (2023), 1–23
- Umi Songidah, *Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*, 2023, IV
- Wahyuni, S, “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Di STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon,” *Ameena Journal*, 1.1 (2023), 407–21
- Wicaksana, Arif, Dan Tahar Rachman, *Produk Dan Merek (Suatu Pengantar)*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, III
- Yavia Dwita Apria Dewi, “Nomanajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Pada

Madrasah Unggul Di Mts Negeri 1 Klaten,” *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12

Yudawisastra, H G, L T Harinie, A Wau, L V Martins, L F Pesiwarissa, D F Sari,
Et Al., *Metodologi Penelitian* (Cv. Intelektual Manifes Media, 2023)

Zamroni, Zamroni, Hasan Baharun, Fathor Rozi, Wahidatus Sholeha, dan Yuliana
Anggraini, “Intercultural Communication: Strategy to Improve School
Competitiveness Based on Public Demand,” *Jurnal Obsesi: Jurnal
Pendidikan Anak Usia Dini*, 6.4 (2022), 2886–95





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Sejarah MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

SEJARAH BERDIRINYA MA AL-HIKMAH 1

BENDA-SIRAMPOG-BREBES

Pondok pesantren Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes merupakan nama yang di kenal oleh masyarakat saat ini, pondok ini beralamat di desa Benda, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Pondok ini berdiri di atas lahan seluas 10 hektar dan berada lebih 200 meter di atas permukaan laut. Pada tahun 1911 M, sepulang dari tholaul ilmi di beberapa pesantren K.H Kholil bin mahalli memilih menetap di tanah kelahirannya di desa Benda, Kecamatan Sirampog, Kabupaten Brebes. Pada saat itu beliau melihat keadaan masyarakat desa Benda yang saat itu tergolong minim ilmu agama, dengan di dasari semangat bilhikmati wal mursholati hasanah kyai kholil memulai dakwahnya. K..H Kholil bin mahalli mengadakan pengajian di surau-surau dan di rumahnya sendiri. Beberapa santri telah menetap di asrama pesantrennya, asrama santri yang tidak lain adalah rumahnya sendiri. Kegiatan dakwah inilah yang menjadi cikal bakal berdirinya pondok pesantren Al-hikmah di desa ini.

Sebelas tahun kemudian, tepatnya pada tahun 1922, K.H Suhaemi bin abdul ghoni putra kakak K.H Kholil yang menimba ilmu di kota suci makkah pulang ke tanah kelahirannya di desa Benda. Tanpa membuang kesempatan K.H Suhaemi pun mulai memulai perjuangan dakwahnya di tengah masyarakat, beliau bersama K.H Kholil bin mahalli saling bahu membahu mengangkat kualitas hidup masyarakat desa Benda tak hanya soal pendidikan agama tetapi bidang lain juga seperti ekonomi dan budayapun tak luput menjadi sasaran keduanya. K.H Suhaemi mendirikan sebuah bangunan dengan sembilan kamarnya guna menampung para santri yang di kala itu kebanyakan masih berasrama di rumah-rumah penduduk dan surau-surau sekitar asrama santri dengan sembilan kamar inilah yang tumbuh menjadi pondok pesantren Al-hikmah. Peristiwa ini terjadi pada tahun 1930 M, sebagai tindak lanjut pengembangan di tahun yang sama pondok pesantren Al-hikmah merintis sebuah madrasah ibtidaiyah, madrasah ini di beri nama tamrinussibyan. Memasuki revolusi kemerdekaan yang penuh gejolak, pondok pesantren Al-hikmah mengalami pasang surut dan beragam peristiwa tekanan

revolusi yang membuat pondok pesantren ini mengalami beragam kejadian dan nyaris hancur pada masa itu.

Panggilan jihad fisabilillah menggerakkan keluarga pesantren termasuk asatidz dan para santri-santri bersama masyarakat menyatukan langkah maju untuk membela tanah air. Perjuangan berlanjut sampai deklarasi proklamasi kemerdekaan tanggal 17 Agustus 1945, setelah kemerdekaan ketika stabilitas dan keamanan nasional mulai pulih K.H Kholil dan K.H Suhaemi menggunakan ini untuk membangun kembali pondok dan masdrasah yang sempat luluh lantah. Perlahan santri-santri mulai datang ke pesantrennya. Peristiwa ini terjadi pada tahun 1952 M, pada saat itu K.H Kholil dan K.H Suhaemi di bantu oleh beberapa ustadz seperti K.H Ali asy'ari menantu dari K.H Kholil, ustadz Abdul Jalil, K.H Sanusi dan lain sebagainya. Sekitar tahun 1955 M setelah melakukan perjuangan dakwah yang tiada henti K.H Kholil bin Mahalli berpulang ke rahmatullah. Setelah beberapa tahun kemudian pada tahun 1964 M, K.H Suhaemi bin Abdul Ghoni menyusul meninggalkan para santri dan masyarakat berpulang ke rahmatullah. Sepeninggal K.H Kholil dan K.H Suhaemi, kepemimpinan pondok pesantren di teruskan oleh K.H Shodiq Suhaemi putra K.H Suhaemi dan K.H Muhammad Masruri Abdul Mughni cucu K.H Kholil, di bawah asuhan keduanya pondok pesantren Al-hikmah sekarang menjadi dua wilayah, bagian Al-hikmah 1 di bagian barat dan Al-hikmah 2 di bagian sebelah timur.

Pada tahun 1973 di dirikan MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes dan di resmikan pada tahun 1986. MA Al-hikmah 1 Brebes merupakan pendidikan unggulan yang bertujuan untuk membentuk generasi yang Islami, cerdas, dan berakhlakul karimah. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes memiliki program studi di antaranya madrasah aliyah keagamaan (MAK) merupakan program unggulan, IPA Excellent merupakan program unggulan, IPA Terpadu atau reguler, dan IPS Terpadu atau reguler. MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes berada di bawah naungan kementerian agama dan memiliki tiga kurikulum di antaranya kurikulum 2013, kurikulum merdeka, dan kurikulum pesantren bernuansa salafiyah.

Semakin bertambahnya usia, kepercayaan dan animo masyarakat untuk menyekolahkan ke Madrasah Aliyah Al Hikmah 1 Benda yang berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Al Hikmah 1 semakin meningkat. Seiring dengan itu pula Ketua Yayasan dan Kepala Madrasah periode tahun 2016-2021 bersama-sama dengan pengurus Komite berupaya menambah sarana dan fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan-kegiatan belajar mengajar. Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) MA Al Hikmah 1 Benda dimulai pukul 07.15 s.d. 13.00 WIB dan kegiatan pendukung siswa yaitu ekstrakurikuler pada pukul 13.30 s.d. 14.30 WIB.



Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

1. Apakah strategi pemasaran pendidikan penting bagi sekolah?
2. Bagaimana proses perencanaan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru?
3. Bagaimana implementasi dari strategi pemasaran yang dilakukan?
4. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pemasaran pendidikan?
5. Apa saja produk yang ditawarkan?
6. Media promosi apa saja yang digunakan?
7. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh sekolah dalam melakukan pemasaran pendidikan?



Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA 1

Narasumber : H. Mas'ud Sya'roni S.Pd.I
Jabatan : Kepala Sekolah
Hari/Tanggal : Minggu, 08 September 2024
Tempat : Ruang Kepala Sekolah

Penulis : Apakah strategi pemasaran penting bagi sekolah?
H. Mas'ud Sya'roni : Pentingnya strategi pemasaran supaya lembaga ini mampu mempertahankan eksistensinya di masyarakat dan mampu mempertahankan kepuasan dari alumni-alumni juga yang menjadi kunci utama dalam strategi pemasaran yang ada di sekolah ini, sehingga mereka juga dapat mempromosikan madrasah ini berdasarkan kepuasan dari alumninya juga.

Penulis : Siapa yang menjadi penanggung jawab dalam proses pemasaran sekolah?
H. Mas'ud Sya'roni : Saya yang langsung bertanggung jawab langsung dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru dan bantuan juga dari panitia penerimaan peserta didik baru supaya ketika ada kendala kita dapat mencari solusinya bersama-sama.

Penulis : Terkait dengan harga, apa saja yang sekolah ini tawarkan kepada calon peserta didik baru?
H. Mas'ud Sya'roni : Terkait dengan harga, madrasah menawarkan biaya yang sangat murah yaitu dengan membebaskan biaya seragam sekolah dan atribut peserta didik. Namun ada beberapa biaya yang tidak di gratiskan seperti SPP, uang pembangunan, dan buku pembelajaran.

Penulis : Bagaimana proses evaluasi kegiatan pemasaran pendidikan yang ada di lembaga ini?

H. Mas'ud Sya'roni : Evaluasi ini biasanya sering di lakukan setelah proses promosi, ada berapa siswa yang terjaring lewat jalur sosialisasi, ada berapa juga siswa yang terjaring melalui media elektronik. Tetapi pafa tahun kemarin kebanyakan dari para alumni, dan ini akan menjadi strategi yang paling efektif yang akan di terapkan untuk tahun berikutnya.



TRANSKIP WAWANCARA 2

Narasumber : Siti Arpiyanti S.Pd
Jabatan : Waka Kesiswaan dan Ketua Panitia PPDB
Hari/Tanggal : Senin, 09 September 2024
Tempat : Ruang Guru

Penulis : Apakah strategi pemasaran pendidikan penting bagi sekolah?

Siti Arpiyanti : Strategi pemasaran sangat penting di lakukan oleh sekolah untuk memperkenalkan kepada masyarakat dan untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah siswa yang ada.

Penulis : Bagaimana proses perencanaan yang di lakukan oleh MA Al-hikmah 1 dalam melaksanakan penerimaan peserta didik baru?

Siti Arpiyanti : Proses penerimaan peserta didik baru di mulai dengan mengadakan rapat dengan bapak kepala madrasah dan dewan guru, dalam rapat tersebut kami membentuk panitia penerimaan peserta didik baru, target sarasannya ke sekolah mana saja, menentukan biaya, proses perencanaan sampai dengan teknis penerimaan peserta didik baru.

Penulis : Apa saja mekanisme dalam penerimaan peserta didik baru?

Siti Arpiyanti : Salah satu mekanisme dalam penerimaan peserta didik baru adalah sosialisasi yang di lakukan pada berbagai daerah seperti Tegal, Brebes, dan yang paling jauh ke Kuningan.

Penulis : Apa saja yang menjadi faktor penghambat pemasaran pendidikan?

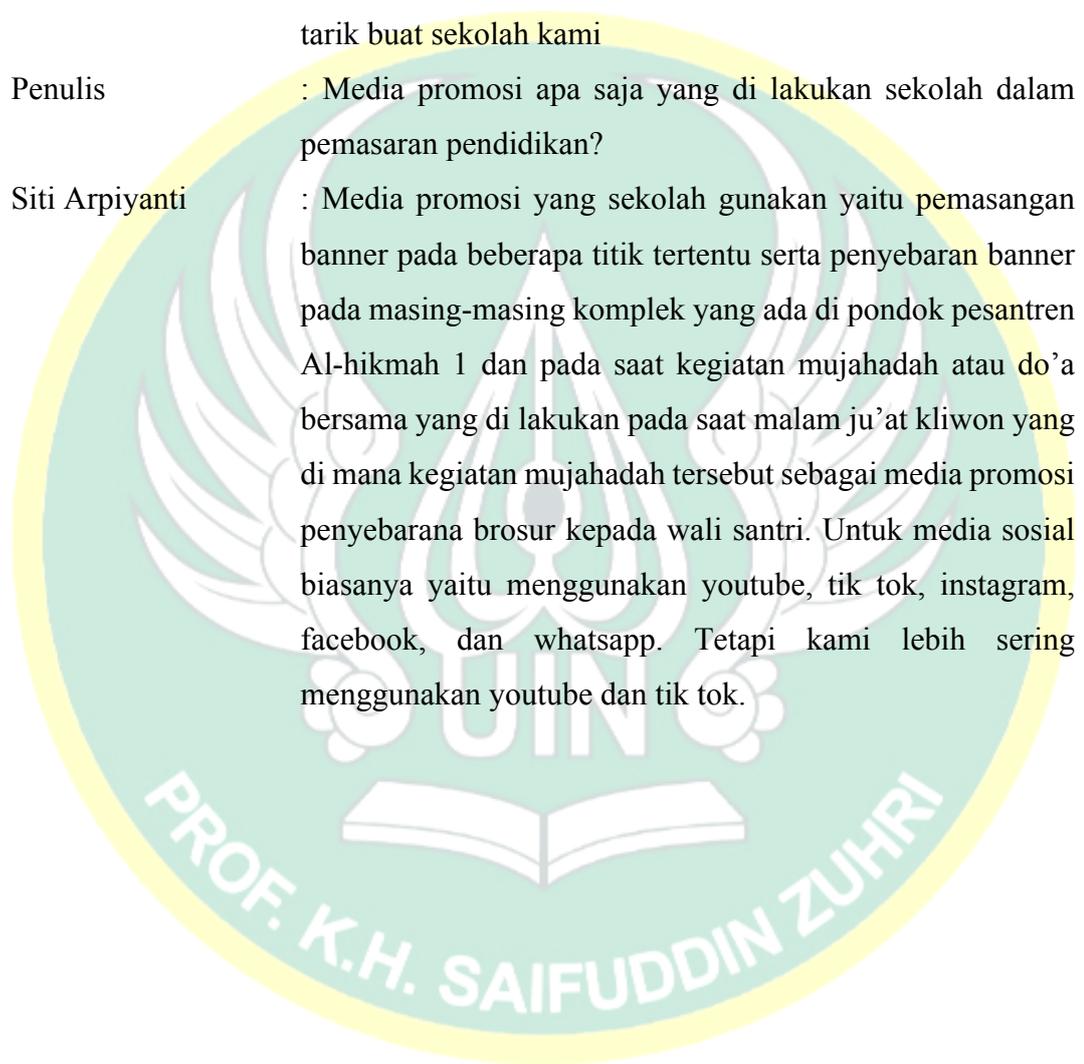
Siti Arpiyanti : Faktor penghambat pemasaran pendidikan yaitu dari sarana dan prasarana nya karena di dibandingkan dengan sekolah negeri sekolah kami masih cukup tertinggal.

Penulis : Produk apa saja yang di tawarkan di sekolah dalam menarik peserta didik baru?

Siti Apriyanti : Terkait produk kami menawarkan program yang berbeda dengan sekolah lain yang ada di kecamatan sirampog, yaitu program takhfidz dan takhsin, program bahasa arab dan bahasa inggris, program kitab kuning. Ini yang menjadi daya tarik buat sekolah kami

Penulis : Media promosi apa saja yang di lakukan sekolah dalam pemasaran pendidikan?

Siti Arpiyanti : Media promosi yang sekolah gunakan yaitu pemasangan banner pada beberapa titik tertentu serta penyebaran banner pada masing-masing komplek yang ada di pondok pesantren Al-hikmah 1 dan pada saat kegiatan mujahadah atau do'a bersama yang di lakukan pada saat malam ju'at kliwon yang di mana kegiatan mujahadah tersebut sebagai media promosi penyebarana brosur kepada wali santri. Untuk media sosial biasanya yaitu menggunakan youtube, tik tok, instagram, facebook, dan whatsapp. Tetapi kami lebih sering menggunakan youtube dan tik tok.

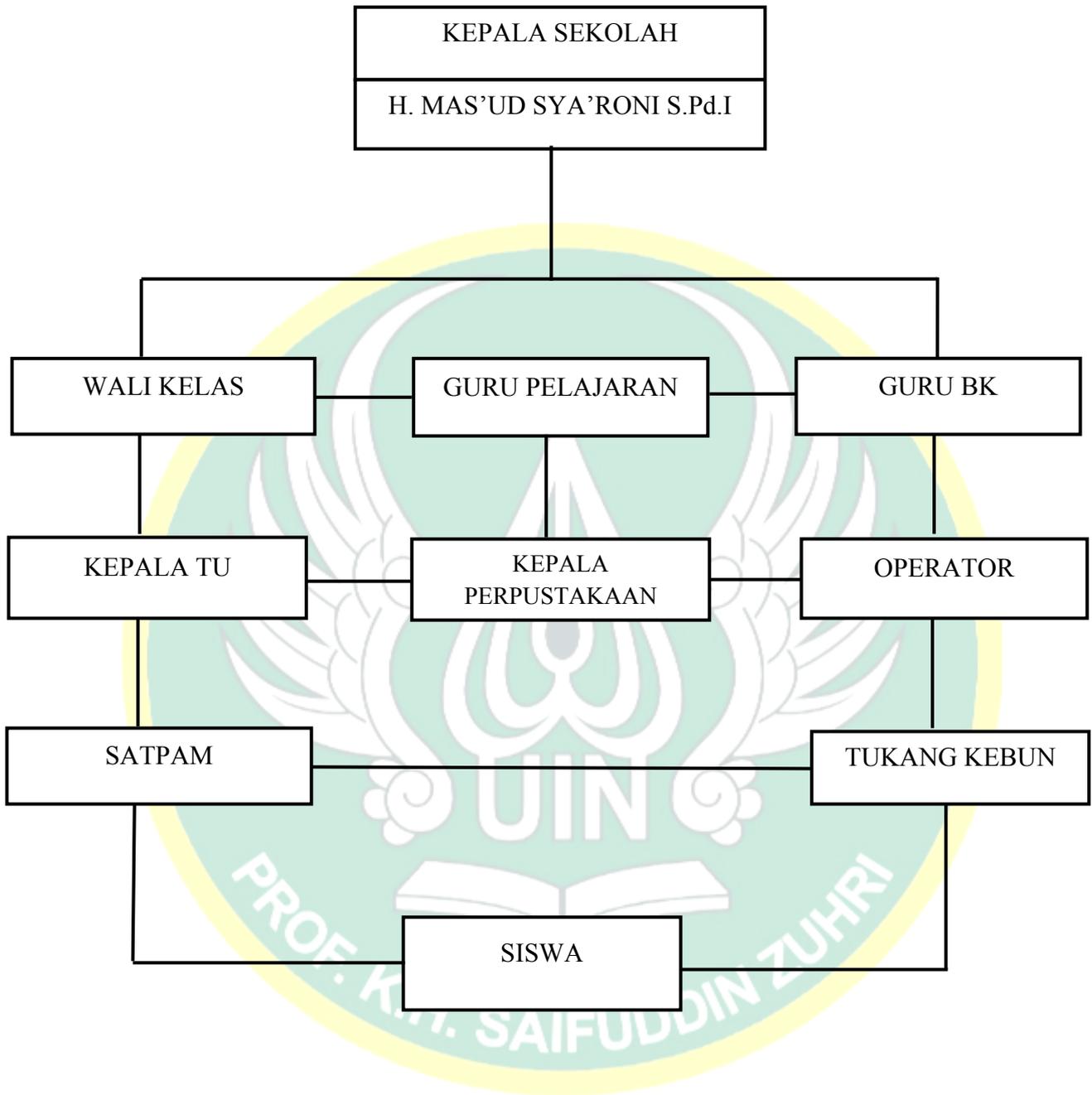


Data Jumlah Siswa

DATA JUMLAH SISWA MA AL-HIKMAH 1

LAPORAN BULANAN KEADAAN SISWA									
MADRASAH ALIYAH AL HIKMAH 1 BENDA									
TAHUN PELAJARAN 2024/2025									
KELAS	PROGR AM	NAMA WALI KELAS	FEBRUARI			MARET			KET
			L	P	JML	L	P	JML	
X	EXCELL	Nazilatul Aeni, S.P	5	12	17	5	12	17	
	MIPA 1	Dwiana Destia Sa	10	17	27	10	17	27	
	MIPA 2	Ikhfanudin, S.Ag.	11	16	27	11	16	27	
	MIPA 3	Nurul Afidatul Um	12	12	24	12	12	24	
	IPS	Siska Linda Safitri	13	16	29	13	16	29	
	MAK	Rafsan Muammar	11	12	23	11	12	23	
JUMLAH 1					147			147	
XI	EXCELL	Iin Inayatun Nadh	4	11	16	4	11	16	
	MIPA 1	Nuhedoh, S.pd.	3	17	20	2	17	19	
	MIPA 2	M. Iqbal. S. Pd	3	16	19	3	16	19	
	IPS	Nasyiatul Aisiyah.	14	8	22	14	8	22	
	MAK	Arda Tsamrotul M	8	12	20	8	12	20	
JUMLAH 1					97			96	
XII	EXCELL	Hilmatul Maula, S	1	15	16	1	15	16	
	MIPA 1	Nur Hidayah, S.Pd	0	19	19	0	19	19	
	MIPA 2	Dewi Fatimah, S.P	0	22	22	0	22	22	
	MIPA 3	Wildan Mubarak,	23	0	23	23	0	23	
	IPS	Umi Azkiah, S.Pd.	7	14	21	7	14	21	
	MAK	Salim Abdullah, S.	12	11	23	12	11	23	
JUMLAH 1					124			124	
JUMLAH TOTAL					368			367	

Struktur Organisasi MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes



sarana MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

NO	Jenis Sarana	Letak	Kepemilikan
1.	Meja Siswa	Ruang Kelas	Milik
2.	Kursi Siswa	Ruang Kelas	Milik
3.	Meja Guru	Ruang Kelas	Milik
4.	Kursi Guru	Ruang Kelas	Milik
5.	Papan Tulis	Ruang Perpustakaan	Milik
6.	Meja & Kursi Siswa	Ruang Perpustakaan	Milik
7.	Meja & Kursi Guru	Ruang Perpustakaan	Milik
8.	Rak Buku	Ruang Perpustakaan	Milik
9.	Rak Surat Kabar	Ruang Perpustakaan	Milik
10.	Alat Multimedia	Ruang Multimedia	Milik
11.	Komputer	Ruang laboratorium komputer	Milik
12.	Meja & Kursi TU	Ruang TU	Milik
13.	Printer TU	Ruang TU	Milik
14.	Kursi & Meja Kepala Sekolah	Ruang Kepala Sekolah	Milik
15.	Kursi Tamu	Ruang Kepala Sekolah	Milik
16.	Meja Tamu	Ruang Kepala Sekolah	Milik

17.	Alat Laboratotium IPA	Ruang laboratorium IPA	Milik
18.	Komputer TU	Ruang TU	Milik
19.	Meja & Kursi Guru	Ruang Guru	Milik
20.	Peralatan olahraga	Ruang Guru	Milik



Prasarana MA Al-hikmah 1 Benda-Sirampog-Brebes

NO	NAMA PRASARANA
1.	RUANG KEPALA SEKOLAH
2.	RUANG GURU
3.	RUANG KELAS X
4.	RUANG KELAS XI
5.	RUANG KELAS XII
6.	RUANG MULTIMEDIA
7.	RUANG TU
8.	LABORATORIUM KOMPUTER
9.	LABORATORIUM IPA
10.	RUANG UKS
11.	KANTIN SEKOLAH
12.	LAPANGAN OLAHRAGA
13.	KAMAR MANDI GURU
14.	KAMAR MANDI SISWA LAKI-LAKI
15.	KAMAR MANDI SISWI PEREMPUAN
16.	GOR SERBAGUNA
17.	MASJID

Media Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru

VISI MALHIKSATU
Terbentuknya Generasi Yang Soleh, Cerdas dan Berwawasan.

MISI MALHIKSATU

- Membentuk peserta didik yang berwawasan Islam, Iptek dan Berakhlakul karimah.
- Menyiapkan peserta didik yang berprestasi sesuai dengan minat dan bakat.
- Mengkader generasi yang siap mengambil pada masyarakat.



LATAR BELAKANG

Menyimak tuntutan manusia untuk membenahi diri supaya menjadi insan kamil (Manusia Seutuhnya), maka Pendidikan Karakter sangat penting diwujudkan. Pendidikan Karakter yang dimaksud tertuju pada empat komponen, yaitu:

- Badan terpelihara dari kesehatannya
- Pikiran agar senantiasa berguna
- Perasaan agar senantiasa berfungsi dengan normal
- Hati agar senantiasa tenang dan sejuk, karena terisi nilai spiritual dengan baik.

Dari sini, maka pendidikan yang ideal adalah Pendidikan yang mampu mengakomodasi pembangunan empat komponen tersebut, dan lembaga pendidikan yang bermutu adalah lembaga yang mampu memprogram, melaksanakan, mengontrol empat hal itu mampu mewujudkan hasilnya dalam ranah kenyataan. Madrasah Aliyah Al Hikmah 1 (MALHIKSATU) yang berdiri sejak tahun 1973 merupakan Pendidikan Unggulan yang telah benar-benar menerapkan pendidikan dengan sasaran empat komponen di atas. Hal ini karena pendidikan MALHIKSATU sejak awal bertujuan untuk membentuk generasi yang Soleh dan Cerdas serta telah terbukti dari para alumnya yang banyak berkiprah di masyarakat hampir di semua bidang.

Malhiksatu Official
www.malhiksatu.sch.id | malhiksatu@gmail.com



MADRASAH ALIYAH (MA) ALHIKMAH 1
BENDA SIRAMPOG BREBES JAWA TENGAH



PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU
TAHUN AJARAN 2025/2026

PROGRAM STUDI

MAK UNGGULAN
Madrasah Aliyah Keagamaan

MIPA EXCELLENT
Program IPA Unggulan

IPS REGULER
Program IPS Terpadu

MIPA REGULER
Program IPA Terpadu

BERSAMA KAMI MENGGALI POTENSI MERAIH PRESTASI!

SYARAT PENDAFTARAN

- Mengisi Formulir Pendaftaran
- Menyerahkan 2 Lembar FC Ijazah
- Menyerahkan FC SKL
- Menyerahkan FC Raport 2 Bendel
- Menyerahkan FC Kartu NISN*
- Menyerahkan Foto Terbaru :
- Ukuran 3x4 sebanyak 6 Lembar*
- Ukuran 2x3 sebanyak 6 Lembar*
- Menyerahkan Akta Kelahiran*
- Menyerahkan Kartu Keluarga (KK)*
- Menyerahkan FC KTP Orang Tua (Bapak/Ibu)*
- Menyerahkan Surat Keterangan Tidak Mampu (Bagi yang bersedia)
- Menyerahkan Kartu Program Indonesia Pintar (PIP) (Bagi yang memiliki)
a. KIP (Kartu Indonesia Pintar)
b. PKH (Program Keluarga Harapan)
- Mengikuti Tes Seleksi Keagamaan dan Kemampuan Dasar.

Nb : (*) Berkas harus di sertakan atau lampirkan ketika mendaftar.

INFO PENDAFTARAN

PENDAFTARAN ONLINE :
(ppdb.malhiksatu.sch.id)
atau bisa scan



SCAN ME

GELombang 1
Tanggal 01 Maret - 30 April 2025
Jam 08.00 s.d 14.00 WIB

GELombang 2
Tanggal 01 Mei - 30 Juni 2025
Jam 08.00 s.d 14.00 WIB

Kantor MA ALHIKMAH 1 BENDA atau Komplek Pondok Pesantren ALHIKMAH 1 BENDA SIRAMPOG BREBES JAWA TENGAH



KURIKULUM PENDIDIKAN

- Kurikulum 2013.
- Kurikulum MERDEKA
- Kurikulum pesantren bernuansa Salafiyah.



PRESTASI MALHIKSATU

- Juara 1 KSM Mapel Biologi Tingkat Kab. Brebes 2024
- Peraih MEDALI EMAS OSK FISKA tingkat Nasional 2024
- Juara 1 Tahfidz Qur'an ECP di Univ. Muhammadiyah PWT 2024
- Juara 2 Tahfidz Qur'an ECP di Univ. Muhammadiyah PWT 2024
- Juara 2 Pencak Silat POPDA tingkat Kab. Brebes 2024
- Juara 1 HADROH Se- Karesidenan di UIN GUSDUR 2024
- Juara 1 LCC Berbahasa Arab tingkat Provinsi 2023
- Juara 2 MQK tingkat Se-BARLINGMASCABER 2023
- Juara 3 KSM Biologi Tingkat Kabupaten 2023
- Juara 1 Pencak Silat Championship Tingkat Jawa Tengah 2023
- Juara 1 Lomba Pencak Silat Championship Widuri 2023
- Juara 9 KSM Kimia Tingkat Provinsi 2023
- Juara 1 Lomba Lari 100 m POPMA Tingkat Kab. Brebes 2023
- Juara 1 Lomba Tolak peluru POPMA Tingkat Kab. Brebes 2023
- Juara 1 Lomba HADROH Tingkat Se-Brebes Selatan 2023
- Juara 1 Lomba HADROH Tingkat Se-Brebes Selatan 2023
- Juara 1 Lomba HADROH Plala Rektor di UNU Purwokerto 2023
- MEDALI EMAS dengan Predikat A- Lomba Biologi (NISEC) Tingkat Nasional 2022

DAN MASIH BANYAK LAINNYA.



GALERI MA ALHIKMAH 1



MAK KEAGAMAAN
MIPA EXCELLENT
IPS REGULER MIPA REGULER

100% MALHIKSATU RELIGIUS SMART & KNOWLEDGEABLE

CONTACT PERSON

0813-9174-7142 (M. DHIKI FACHRUROZI, S.Kom)
0858-7034-4188 (SITI ARPIYANTI, S.Pd)

FASILITAS PENDUKUNG

Gedung 3 Lantai & Representative	Ruang Belajar Ber-AC
LAB. Komputer Ber-AC	Ruang Multimedia Ber-AC
Perpustakaan Ber-AC	Laboratorium MIPA
Gedung Olahraga	Asrama Putra dan Putri
Mobil Antar Jemput	Masjid Jamil' As Salam
Kantin	Hospot Area

EKSTRAKURIKULER

PROGRAM KHUSUS BAHASA (BAHASA ARAB & BAHASA INGGRIS)

- KOMPUTER
- PRAMUKA
- OGIS (OSAMAH)
- OLIMPIADE
- KIR (KARYA ILMIAH REMAJA)
- TAHFIDZ & TAHSIN
- SENI HADROH
- VOLLY
- TENIS
- FUTSAL
- BADMINTON

POTRET ALUMNI

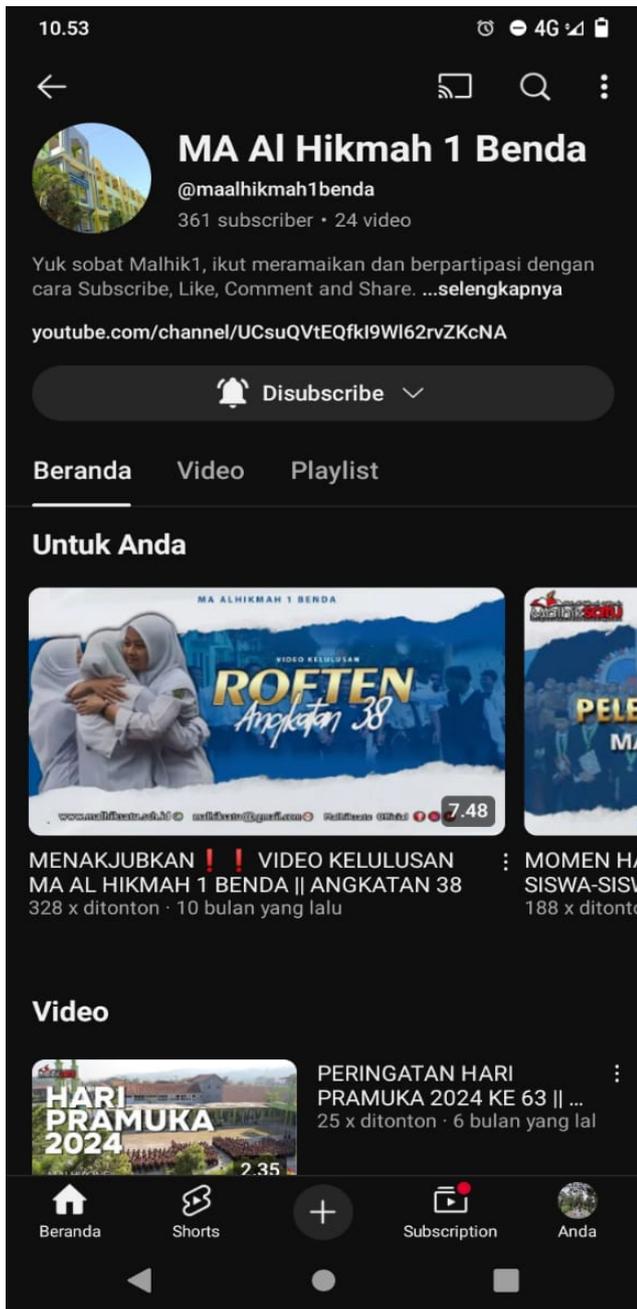




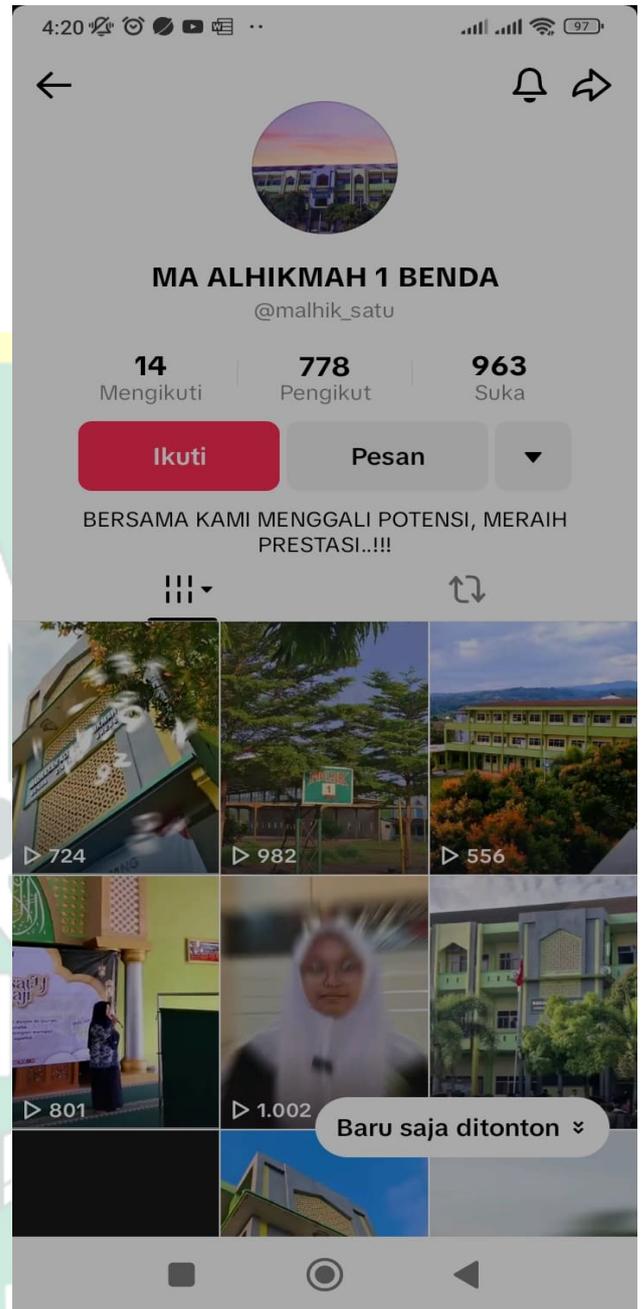




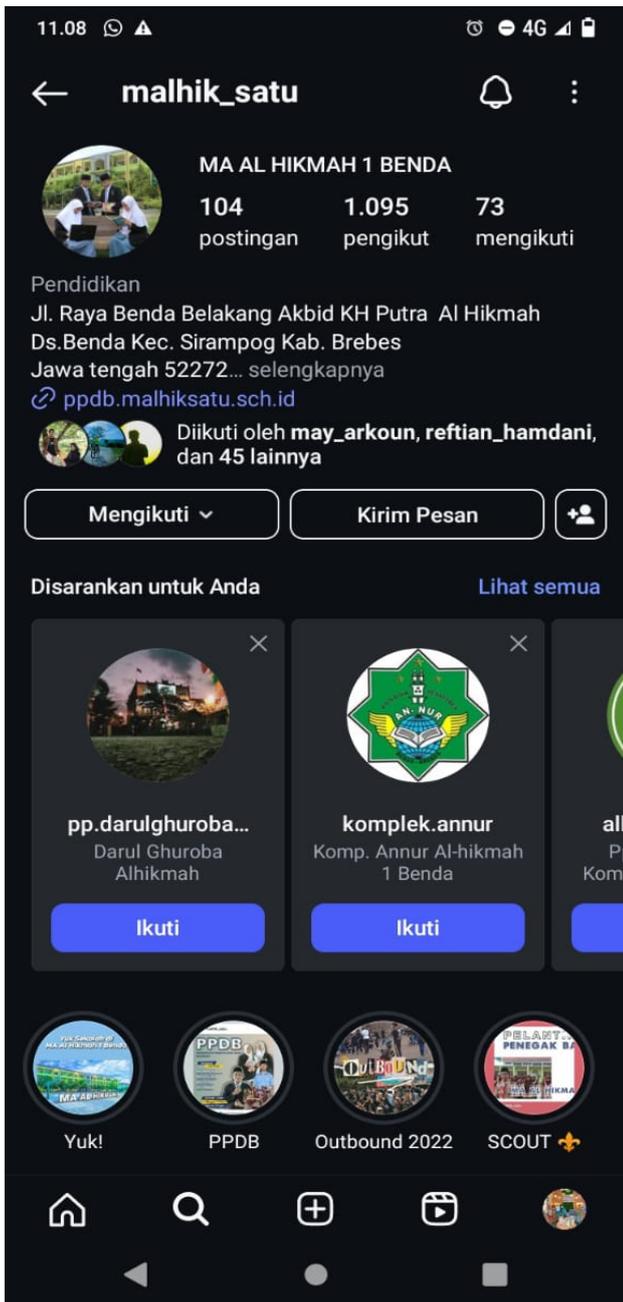
Gambar 1 & 2 Brosur PPDB



Gambar 3 Youtube



Gambar 4 Tik-tok



Gambar 5 Instagram



Gambar 6 Facebook

Gedung dan Ruang Kelas MA Al-hikmah 1



Gambar 7 Gedung MA Al-hikmah 1



Gambar 8 Ruang Kelas

Dokumentasi Kegiatan Siswa MA Al-hikmah 1



Gambar 9 Kegiatan Senam Bersama



Gambar 10 Kegiatan Manasik Haji



Gambar 11 Kunjungan Ke Musium Purba



Gambar 12 LDK OSIS



Gambar 13 Outing Class

STUDY CAMPUS



**DI FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA**

Gambar 14 Study Campus



Gambar 15 Upacara Peringatan Hari Guru Nasional



Gambar 16 Pelantikan Ketua dan Wakil Ketua OSIS



Gambar 17 Gerakan Aksi Bergizi



Gambar 18 Pemeriksaan Hemoglobin



Gambar 19 Dewan Guru

Daftar Prestasi Siswa-Siswi MA Al-hikmah 1

The poster is a vertical rectangular graphic with a blue and white color scheme. At the top left, there is a circular profile picture of a group of students and the text 'malhik_satu'. To the right, the school's logo 'MalhikSATU' is displayed with the tagline 'Al-Hikmah 1 Brebes'. The main title 'SPMB' is written in large, bold, blue letters, followed by 'SISTEM PENERIMAAN MURID BARU 2025' in black. Below this, the section 'PRESTASI MALHIKSATU' lists five achievements. To the right of the text are two circular inset images: the top one shows three people holding a trophy, and the bottom one shows a group of students in uniform holding certificates. At the bottom left, there are icons for a calendar, a clock, and a location pin, each followed by registration details. A dark blue button with white text 'JOIN US' is positioned above contact information, which includes two phone numbers and a website URL. A globe icon is placed next to the website address.

malhik_satu

Al-Hikmah 1 Brebes
MalhikSATU
Al-Hikmah 1 Brebes

SPMB

SISTEM PENERIMAAN MURID BARU 2025

PRESTASI MALHIKSATU

1. Juara 1 KSM Mapel Biologi Tingkat Kab. Brebes 2024.
2. Peraih Medali Emas OSHK Fisika Tingkat Nasional 2024.
3. Juara 1 Tahfidzul Qur'an ECP di Univ. Muhammadiyah PWT 2024.
4. Juara 2 Tahfidzul Qur'an ECP di Univ. Muhammadiyah PWT 2024.
5. Juara 1 Pencak Silat POPDA Tingkat Kab. Brebes 2024

 **Waktu Pendaftaran**
01 Maret - 30 Juni 2025

 **Time**
08.00 - 14.00 WIB

 **Jl. Raya Benda Sirampog**
Brebes Jawa Tengah

JOIN US

 0813-9174-7142 (Dhiki Fachrurozi)
0858-7034-4188 (Siti Arpiyanti)

 www.malhiksatu.sch.id

Gambar 20 Prestasi Siswa-Sisw

Hasil Cek Plagiarisasi Skripsi

bismillah-munaqosyah.pdf

ORIGINALITY REPORT

14%	16%	2%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	6%
2	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	3%
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	2%
4	spiritbenda1.wordpress.com Internet Source	1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
7	repository.library-iaida.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Surat Permohonan Riset Individu



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uin.purwokerto.ac.id

Nomor : B.m.382/Un.19/D.FTIK/PP.05.3/02/2025

07 Februari 2025

Lamp. : -

Hal : Permohonan Ijin Riset Individu

Kepada
Yth. KEPALA MA AL-HIKMAH 1 BREBES
Kec. sirampog
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, memohon dengan hormat saudara berkenan memberikan ijin riset kepada mahasiswa kami dengan identitas sebagai berikut :

1. Nama	: ILFEN ADINDA HAPSARI
2. NIM	: 214110401011
3. Semester	: 8 (Delapan)
4. Jurusan / Prodi	: Manajemen Pendidikan Islam
5. Alamat	: BUKATEJA-BALAPULANG-TEGAL
6. Judul	: STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI MA AL-HIKMAH 1 BREBES

Adapun riset tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Objek	: GURU
2. Tempat / Lokasi	: MA AL-HIKMAH 1
3. Tanggal Riset	: 08-02-2025 s/d 08-04-2025
4. Metode Penelitian	: KUALITATIF

Demikian atas perhatian dan ijin saudara, kami sampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan
Ketua Jurusan Pendidikan Islam



M. Misbah

Tembusan :

1. kepala sekolah

Surat Balasan Riset Individu



YAYASAN PENDIDIKAN PONDOK PESANTREN AL HIKMAH 1 MADRASAH ALIYAH (MA) AL HIKMAH 1

TERAKREDITASI B

Nomor : Kw.11.4/4/PP.03.2/1559/2012

NPSN : 20364982

NSS : 312032905011

NSM : 131233290021

Jl. Raya Benda Belakang Akbid KH. Putra Al Hikmah Benda Sirampog Brebes 52272 Telp. (0289) 432566, email : malhiksatu@gmail.com, website : www.malhiksatu.sch.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN OBSERVASI

Nomor : 2431/MA.Ahk1/IX/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H. MAS'UD SYA'RONI, S.Pd.I
NIP : -
Jabatan : Kepala Madrasah
Alamat : Jl. Raya Benda Belakang Akbid KH. Putra Benda Sirampog Brebes

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : ILFEN ADINDA HAPSARI
NIM : 214110401011
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Universitas : Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifudin Zuhri Purwokerto

Adalah benar telah melakukan observasi dalam rangka penyusunan Tugas Akhir/Skripsinya, pada tanggal 23 Februari 2025, dan telah membahas materi penelitiannya dengan kami.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Benda, 25 Februari 2025

Kepala MA Al Hikmah 1

H. MAS'UD SYA'RONI, S.Pd.I

Alamat :
Jl. Raya Benda Belakang Akbid KH. Putra Al Hikmah Benda Sirampog Brebes
Telp. (0289) 4314012 Fax. (0289) 4314012
email : malhiksatu@gmail.com Website : www.malhiksatu.sch

Surat Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinszu.ac.id

SURAT KETERANGAN SEMUNAR PROPOSAL SKRIPSI No. No. B.4925.Un.17/FTIK.JMPI/PP.00.9/11/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokertomenerangkan bahwa proposal skripsi berjudul :

"STRATEGI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI MA AL-HIKMAH 1 BREBES"

Sebagaimana disusun oleh :

Nama : ILFEN ADINDA HAPSARI
NIM : 214110401011
Semester : 7
Jurusan/Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Benar-benar telah diseminarkan pada tanggal : 26 November 2024

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.



Purwokerto, 2 Desember 2024
Kordinator Prodi MPI

Sanjito Priyono, M.Pd.
NIP. 199201082019031015

K.H. SAIFUDDIN

Surat Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBİYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 www.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN

No. B-1108/Un.19/WD1.FTIK/PP.05.3/2/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik, menerangkan bahwa :

N a m a : Ilfen adinda Hapsari
NIM : 214110401011
Prodi : MPI

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** pada :

Hari/Tanggal : KAMIS, 13 FEBRUARI 2025
Nilai : A

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

Purwokerto, 17 Februari 2025
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Suparjo, M.A.
19730717 199903 1 001



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ilfen Adinda Hapsari
2. NIM : 214110401011
3. Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 15 Juni 2003
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Nama Ayah : Moh. Ratono
7. Nama Ibu : Wainah
8. Alamat Rumah : Bukateja-Balapulang-Tegal
9. E-mail : ilfenadindahapsari@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK Islam Terpadu Darul Muttaqien (Lulus Tahun 2009)
 - b. SD Negeri Bukateja 02 (Lulus Tahun 2015)
 - c. MTs. Terpadu Darul Muttaqien (Lulus 2018)
 - d. MA Al-hikmah 1 Brebes (Lulus Tahun 2021)
 - e. S1 UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto (Lulus Teori 2024)
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Al-hikmah 1 Brebes
 - b. Pondok Pesantren Manbaul Khusna Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

- a. Pengurus Bidang Keamanan Pondok Pesantren Manbaul Khusna

Demikian Daftar Riwayat Hidup saya buat dengan sebenar-benarnya untuk keperluan prnulis.

Purwokerto, 11 April 2025



Ilfen Adinda Hapsari

