



Research Article

Recieved : 10 March 2022, Revised : 2 July 2022, Accepted : 15 July 2022, Published : 19 July 2022

# Strategi Manajemen Pemasaran Sekolah dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik

Noor Afif Al Machturoh, Rz. Ricky Satria Wiranata, Hanifah Noviandari

STAI Terpadu Yogyakarta<sup>123</sup>

[almachturoh@gmail.com](mailto:almachturoh@gmail.com), [ricksyatriawiranata@gmail.com](mailto:ricksyatriawiranata@gmail.com), [hanifahnoviandari@gmail.com](mailto:hanifahnoviandari@gmail.com)

---

## Abstrak:

Kompetisi antar lembaga pendidikan semakin ketat sehingga sekolah perlu melakukan manajemen pemasaran sekolah dengan baik yang bertujuan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik. Fokus penelitian ini adalah strategi manajemen pemasaran sekolah dalam peningkatan kuantitas peserta didik. Masalah yang diteliti adalah: (1) Apa faktor internal dalam melakukan manajemen pemasaran? (2) Apa faktor eksternal dalam melakukan manajemen pemasaran? dan (3) Bagaimana pola strategi manajemen pemasaran sekolah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik dengan menggunakan analisis SWOT? Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal serta pola strategi manajemen pemasaran sekolah. Penelitian ini dilakukan di SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta. Subjek penelitian ini adalah kepala sekolah, kurikulum, kesiswaan, sarpras, TU, dan wali murid SDIT LHI. Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif pendekatan studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Data dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data, analisis SWOT, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan model triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam melakukan manajemen pemasaran untuk meningkatkan kuantitas peserta didik di SDIT LHI terdapat: (1) Faktor internal berupa kekuatan, (2) Faktor eksternal berupa peluang, dan (3) Pola strategi pemasaran terletak pada kuadran I strategi agresif (*strength opportunity*). Implikasi dalam penelitian ini adalah kuantitas peserta didik mengalami peningkatan dengan strategi agresif yang digunakan.

**Kata Kunci;** *Strategi, Manajemen Pemasaran, Kuantitas*

---

## PENDAHULUAN

Masyarakat mulai berkembang dengan memilih lembaga pendidikan yang berkualitas dan mampu mewujudkan generasi cerdas dan bermutu. Zainal berpendapat bahwa pola pikir

masyarakat mengenai pendidikan mulai berubah, mulanya pendidikan bergerak pada lingkup sosial, namun saat ini masyarakat memandang pendidikan lebih dari sebuah perusahaan.<sup>1</sup> Artinya jika lembaga pendidikan tidak bisa mempromosikan layanan pendidikan dengan baik karena faktor tertentu, maka produk layanan pendidikan yang disediakan tidak akan terjual di pasaran. Karena pemasaran oleh lembaga pendidikan akan mempengaruhi hubungan sosial antara sekolah dan masyarakat serta dapat mempengaruhi perkembangan manajemen lembaga tersebut.

Sekolah harus mampu memahami kebutuhan pelanggannya sebagai produsen jasa pendidikan, sehingga proses pemasaran dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Keberhasilan atau kegagalan pemasaran layanan pendidikan sangat erat kaitannya dengan kegiatan yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan *stakeholder* atau pelanggan pendidikan. Lockhart menyebutkan alasan penting untuk mempromosikan pemasaran layanan pendidikan mencakup lima faktor yaitu: (1) meningkatkan persaingan pendidikan; (2) perubahan demografi; (3) ketidakpercayaan masyarakat; (4) survei media; (5) sumber daya terbatas.<sup>2</sup> Kunci menghadapi kompetisi pendidikan yaitu dengan sekolah memiliki harapan yang lebih besar dan menciptakan aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang inovatif.<sup>3</sup>

Strategi pemasaran pendidikan merupakan suatu program kegiatan yang dilakukan di pasar pendidikan yang berkaitan dengan tindakan strategis dan operasional yang menjadi arah sasaran untuk jangka panjang dan jangka pendek dari kegiatan

---

<sup>1</sup> Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011).

<sup>2</sup> Johanna Lockhart, *How to Market Your School: A Guide to Marketing, Public Relations, and Communication for School Administrators* (iUniverse, 2005).

<sup>3</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016).

tersebut.<sup>4</sup> Peserta didik adalah pelanggan atau masyarakat yang telah menjadi siswa di sekolah. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut dari kita atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dan hal ini akan mempengaruhi lembaga. Dengan demikian, pelanggan merupakan orang-orang yang tidak bergantung pada kita, tetapi kita bergantung pada mereka.<sup>5</sup> Selain itu, strategi pemasaran dapat memungkinkan satu organisasi bersaing dengan organisasi lain secara kompetitif.<sup>6</sup>

SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta merupakan salah satu sekolah dari 11 sekolah dasar swasta yang berada di kecamatan Banguntapan yang telah memperoleh akreditasi A.<sup>7</sup> SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta juga telah mencetak prestasi akademik maupun non akademik, baik tingkat provinsi maupun nasional. Perkembangan dan kemajuan jasa pendidikan telah ada pada lembaga pendidikan ini dalam beberapa aspek seperti program pembelajaran yang beragam dan menyenangkan, fasilitas sekolah yang lengkap dan menunjang, serta ekstrakurikuler wajib dan pilihan yang telah disediakan sekolah. Demikian, dapat dijadikan sebagai bahan promosi yang dimiliki sekolah dalam menarik perhatian calon pelanggan agar memiliki minat untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut.

SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta telah menarik banyak peserta didik dengan berbagai macam metode

---

<sup>4</sup> Lidia Bialoń, "Creating marketing strategies for higher education institutions," *Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych*, no. 4 (18) (2015): 129-46.

<sup>5</sup> Tihalimah Tihalimah dan Chairi Agusna, "Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan Di Smkn 1 Pasie Raya Aceh Jaya," *Intelektualita* 10, no. 02 (16 Februari 2022), <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/intel/article/view/12630>.

<sup>6</sup> Elvis Fernando Tarantein, Bambang Suteng Sulasmono, dan Ade Iriani, "Perencanaan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik," *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)* 3, no. 3 (28 Juli 2019): 156-69, <https://doi.org/10.17977/um025v3i32019p156>.

<sup>7</sup> "Data Rombel Kec. Banguntapan - Dapodikdasmen," diakses 22 Maret 2022, <https://dapo.kemdikbud.go.id/rombel/3/040113>.

pemasaran dan promosi yang telah direncanakan. Salah satu bukti berhasilnya pemasaran ialah jumlah peserta didik selalu bertambah tiap tahunnya dan tergolong mengalami kenaikan yang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dalam <https://dapo.kemdikbud.go.id/rombel/3/040113>. Jumlah peserta didik di SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta dapat dikatakan besar pada lingkup sekolah se-kecamatan, semua itu tidak terlepas dari manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh sekolah. Meskipun demikian, sebagai seorang muslim sudah semestinya mengaktualisasikan kehidupan sebagai wujud mengabdikan dan taat kepada Allah yang harus dilakukan dan diupayakan dengan kesungguhan.<sup>8</sup> Berdasarkan data tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dan mendeskripsikan manajemen pemasaran di sekolah ini.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Peneliti mencoba menganalisis data dalam berbagai nuansa sesuai dengan bentuk aslinya yang direkam atau dikumpulkan.<sup>9</sup> Adapun sumber data dalam penelitian ini antara lain data primer dan data sekunder. Data primer diambil melalui teknik wawancara dan kuesioner, sedangkan data sekunder diambil melalui teknik observasi dan data dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Menurut Freddy, analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*), dan

---

<sup>8</sup> Danang Dwi Prasetyo, "Pengelolaan Sekolah Islam Terpadu dalam Perspektif Administrasi Pendidikan," *Hand Out Administrasi Supervisi Pendidikan STAIT*, 2011.

<sup>9</sup> Farida Nugrahani dan M. Hum, "Metode penelitian kualitatif," *Solo: Cakra Books* 1, no. 1 (2014).

kelemahan (*weaknesses*).<sup>10</sup> Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sumber data berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Teknik analisa data menggunakan reduksi data, penyajian data, analisis SWOT, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan model triangulasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan menyajikan informasi hasil dari penelitian mengenai strategi manajemen pemasaran sekolah dalam peningkatan kuantitas peserta didik di SDIT LHI. Peneliti menggunakan empat metode dalam mengumpulkan informasi yaitu dengan wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Selama penelitian, informasi yang diperoleh dari SDIT LHI dipelajari dan diolah untuk kemudian dianalisis. Dalam penganalisisan informasi tersebut ditemukan indikator kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mempengaruhi manajemen pemasaran SDIT LHI. Berikut uraian penyajian datanya:

### 1. Faktor Internal

Faktor internal terdiri dari aspek kekuatan dan kelemahan dari strategi manajemen pemasaran sekolah dalam peningkatan kuantitas peserta didik di SDIT LHI. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, kepala divisi kurikulum, kepala divisi kesiswaan, kepala divisi sarana prasarana, ketua PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), tata usaha, dan wali murid SDIT LHI didapatkanlah faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan menurut marketing mix dalam melakukan manajemen pemasaran sekolah dalam peningkatan kuantitas peserta didik di SDIT LHI sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, t.t.

### a. Product

Sekolah memiliki kurikulum dan pendekatan proses pembelajaran yang berbeda dengan sekolah Islam lainnya, sehingga dapat menarik minat pelanggan sebanyak-banyaknya. Sekolah ini juga berusaha memfasilitasi dan mengapresiasi setiap kegiatan dan kejuaraan akademik maupun non akademik yang diikuti oleh peserta didik, sehingga lulusan LHI nantinya dapat sesuai harapan dengan tujuan dari sekolah Islam ini, salah satu goal yang didapatkan adalah Ujian Nasional selalu berada di posisi tiga besar se-kecamatan dari awal meluluskan 2014 sampai sekarang. Produk selanjutnya yaitu SDIT LHI memiliki pendidik dan wali kelas yang kompeten dengan melalui beberapa tahap proses seleksi, sehingga menghasilkan pendidik yang sesuai kualifikasi sekolah.

Kesimpulan yang dapat diambil ialah pada indikator produk, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan terletak pada kurikulum dan pendekatan pembelajaran yang ditawarkan berbeda dengan sekolah Islam lainnya, sekolah memfasilitasi dan mengapresiasi kejuaraan akademik dan non akademik, dan Ujian Nasional selalu berada di posisi tiga besar se-kecamatan dari awal meluluskan 2014 sampai sekarang. Sedangkan kelemahannya terletak pada susahny mencari pendidik yang benar-benar memiliki kesungguhan dan kemauan berjuang di lembaga pendidikan ini.

### b. Price

SDIT LHI menentukan besaran iuran rutin bulanan berdasarkan pada pendapatan bulanan setiap wali murid yang mana telah diatur sesuai rentangnya. Sistem pembayaran SPP memudahkan wali murid, ditambah pengelolaan keuangan yang transparan kepada semua yang terlibat dalam pendidikan. Walaupun wali murid kadang lupa membayar SPP pada waktu yang telah ditentukan

sekolah, namun kondisi keuangan sekolah tetap cukup untuk proses pengelolaan sekolah ke depan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator harga, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan terletak pada sekolah mengkategorikan nominal SPP berdasarkan pendapatan wali murid, sistem pembayaran sekolah memberikan kemudahan dan transparansi, serta kondisi keuangan sekolah saat ini terbilang cukup untuk operasional dan pengelolaan. Sedangkan kelemahannya ada sebagian kecil wali murid yang telat membayar SPP sesuai waktu yang ditentukan sekolah.

### c. Place

Indikator place yang dimiliki SDIT LHI berdasarkan pemaparan di atas yaitu letak sekolah yang strategis sangat menguntungkan sekolah, karena sekolah terletak di perbatasan Bantul dengan Sleman dan Kota Yogyakarta sehingga peserta didik terdiri dari berbagai daerah. Sekolah juga memiliki lahan parkir yang luas karena tempat parkir motor dan mobil dibedakan serta tempat pengantaran dan penjemputan juga dipisah. Dalam hal administrasi lahan sekolah ada tiga jenis IMB, gedung utara sudah bersertifikat milik sekolah tapi gedung selatan merupakan tanah kas desa. Lahan sekolah sudah sangat luas dari selatan hingga utara, namun untuk gedung selatan area outdoor bermain anak masih terbatas.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator place, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan terletak pada letak sekolah strategis dan memiliki lahan parkir yang luas. Sedangkan untuk kelemahannya yaitu gedung sekolah bagian selatan masih sewa milik kas desa dan area bermain anak (outdoor) gedung utara masih terbatas.

#### *d. Promotion*

Promosi yang dilakukan SDIT LHI berdasarkan pemaparan di atas ialah SDIT LHI menggunakan media social seperti facebook, instagram, youtube, whatsapp dan website, sedangkan untuk media cetaknya hanya menyediakan brosur. Pembukaan PPDB dimulai bulan September sampai target siswa terpenuhi. Sebelum pandemi, PPDB akan full pada bulan Januari, namun tahun ini sampai bulan Juni masih ada belasan seat yang kosong. Kegiatan promosi SDIT LHI sebelum pandemi tidak pernah dilakukan secara offline seperti mengadakan pameran atau kegiatan mengundang masyarakat umum, tetapi mengoptimalkan media social dan mengadakan acara virtual di youtube terlebih pada masa pandemic seperti saat ini, misalnya mengadakan seminar, talkshow, parenting, tryal class dan sebagainya secara virtual.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator promosi, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan sekolah yaitu mengoptimalkan media social menjadi alat promosi strategis, membuka PPDB di awal tahun ajaran pada bulan September yang artinya manajemen waktu pemasaran sudah tepat, dan metode promosi mengutamakan promosi internal dahulu kemudian eksternal. Sedangkan kelemahannya terletak pada target PPDB tahun ini belum mencapai target 100 siswa dan sebelum pandemic tidak pernah promosi secara langsung di lapangan.

#### *e. People*

SDM yang dimiliki SDIT LHI berdasarkan pemaparan di atas ialah SDM LHI sudah memadai yaitu berjumlah 71 guru dan karyawan. Namun SDIT LHI tetap memiliki guru tidak tetap untuk mengajar ekstrakurikuler berbayar seperti robotic. Semua pendidik SDIT LHI sudah bergelar sarjana namun tidak semua pendidik bergelar sarjana pendidikan



dan sekitar 15-20 pendidik sudah memiliki sertifikasi pendidik profesional. Sistem karir atau jabatan di SDIT LHI diatur oleh tim manajemen SDM yayasan. Oleh karena itu, tidak sedikit pendidik SDIT LHI yang merangkap jabatan demi strategi manajemen yang ditetapkan sekolah.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator SDM, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan SDIT LHI adalah memiliki SDM yang memadai dan ada jenjang jabatan serta banyak pendidik yang sudah bergelar sarjana dan sebagian pendidik sudah mendapatkan sertifikasi pendidik. Sedangkan kelemahan terletak pada sekolah memiliki guru khusus ekstrakurikuler yang mendatangkan dari luar, beberapa guru sudah bergelar sarjana tetapi tidak sarjana pendidikan dan ada guru yang merangkap jabatan sehingga memiliki tugas yang double.

#### f. *Physical Efidence*

*Physical evidance* yang dimiliki SDIT LHI berdasarkan pemaparan di atas yaitu saat ini sekolah masih mengadakan pembangunan untuk penambahan rombel dan perbaikan fasilitas sekolah. Namun perlu diketahui bahwa sekolah belum punya gedung pertemuan sendiri, jadi selama ini mengadakan pertemuan di ruangan kelas. Fasilitas sekolah sudah memadai baik fasilitas belajar, ibadah, olahraga, kemananan dan internet dengan kecepatan yang telah diupgrade, namun dengan pengguna yang berjumlah banyak tetap menjadikan kecepatan internet lambat.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pemaparan di atas adalah pada indikator *physical evidence*, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan terletak pada sekolah berusaha menambah dan memperbaiki fasilitas belajar yang baik bagi peserta didik, guru dan karyawan. Sedangkan kelemahannya yaitu sekolah

tidak memiliki gedung pertemuan paten dan fasilitas wifi hanya satu titik tertentu dengan pengguna yang banyak.

*g. Process*

Proses kegiatan belajar mengajar dan proses administrasi di SDIT berdasarkan pemaparan di atas sudah dilakukan dengan baik. Seperti program pembelajaran sudah direncanakan pada awal tahun ajaran baru, namun sebagian masih ada yang bersifat dadakan. Tenaga pendidik dan kependidikan juga memiliki semangat juang dan berkomitmen tinggi, namun pernah ada guru baru yang sering resign di tahun pertama mengajar. Kurikulum yang digunakan SDIT LHI berbasis tauhid, jadi setiap pelajaran pasti bertujuan untuk meng-Esa-kan Allah Swt. dan memenuhi Standar Nasional Pendidikan (SNP). Terakhir, proses PPDB tidak ada tes baca tulis untuk anak karena yang paling penting adalah menyamakan visi misi orang tua dan kesiapan mental anak untuk bersekolah.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pemaparan di atas adalah pada indikator proses, SDIT LHI memiliki faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Kekuatan terletak pada kurikulum LHI berbasis tauhid (tidak ada pemisah antara umum dan agama) dan sesuai SNP, tes PPDB focus menyamakan antara visi orang tua dengan sekolah. Sedangkan kelemahan terletak pada perencanaan program pembelajaran sebagian masih ada yang dadakan dan guru baru sering resign sehingga guru kelas kerap diganti.

2. Faktor Eksternal

*a. Product*

Pandangan masyarakat luar terhadap sekolah berdasarkan pemaparan di atas tergantung pada cara berpikir masyarakat itu sendiri. Apabila cara berpikir masyarakat sama seperti LHI, maka LHI akan meninggalkan citra baik diingatan masyarakat, begitu pula sebaliknya.

Kedua, banyak sekolah dasar Islam di Yogyakarta yang memiliki tujuan pembelajaran yang hampir sama dengan LHI, yaitu mengedepankan nilai-nilai Islam dan karakter anak. Hal itu akan menjadi ancaman bagi LHI karena jika tidak kuat mempertahankan posisi sekolah maka akan tergeser dengan sekolah yang memiliki kekhasan yang sama dengan kekuatan yang lebih gigih.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pemaparan di atas adalah pada indikator produk, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada sekolah memiliki citra yang baik bagi masyarakat atau wali murid. Sedangkan ancamannya yaitu banyak sekolah islam yang memiliki kekhasan yang sama: pembentukan karakter sesuai nilai-nilai Islam.

*b. Price*

Indikator harga SDIT LHI yang dipengaruhi oleh pihak luar pada pemaparan hasil wawancara di atas ialah ketetapan SPP di bawah UMP Yogyakarta walaupun rata-rata keadaan social-ekonomi wali murid menengah ke atas. Kemudian sekolah tidak memiliki donatur tetapi mendapatkan bantuan dana baik dari pemerintah, Qatar dan wali murid, masing-masing dalam bentuk dana BOS, sumbangan pembangunan masjid dan subsidi SPP untuk peserta didik yang yatim.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator harga, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada penetapan biaya SPP di bawah UMP serta mendapatkan bantuan dana BOS dari pemerintah, komunitas Katar, dan subsidi SPP dari wali murid bagi anak yatim. Sedangkan ancamannya yaitu sekolah tidak memiliki donatur.

### *c. Place*

Faktor eksternal indikator place yang mempengaruhi SDIT LHI yaitu pertama, tidak ada lahan kosong di sekitar LHI untuk perluasan lahan. Kedua, akses lokasi sekolah yang mudah dijangkau oleh transportasi apapun karena jalannya tidak menimbulkan macet. Ketiga, lokasi sekolah dekat dengan toko alat tulis dan fotokopi yang mana dapat menjadi partner kerjasama yang baik antara sekolah dengan usaha fotokopi tersebut.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator place, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada akses lokasi mudah dijangkau dan tidak menyebabkan macet serta dekat dengan fasilitas penunjang belajar lainnya. Sedangkan ancamannya adalah Lahan kosong sekitar sekolah sudah dimanfaatkan semua sehingga sekolah tidak bisa melakukan perluasan sekolah.

### *d. Promotion*

Promosi yang dimiliki SDIT LHI yaitu jangkauan pemasaran SDIT LHI sudah bagus, sekolah menggunakan platform masa kini 'Instagram Ads' yang mana dapat mengatur jangkauan iklan sesuai apa yang diinginkan. Selain mengoptimalkan promosi melalui intagram, sekolah juga melakukan promosi yang dibantu oleh wali murid. Sekolah juga sering mendapat kunjungan perpustakaan dari TK ABA sekitar dan melakukan kegiatan yang bekerja sama dengan takmir masjid. Antusiasme masyarakat tinggi saat ada agenda besar SDIT LHI yang mengundang masyarakat umum, seperti kegiatan parenting akbar dan LHI Student Expo di Taman Budaya Yogyakarta. Namun dapat diakui bahwa setiap kegiatan sekolah pemerintah desa setempat tidak ikut mempromosikan sekolah. SDIT LHI juga tidak memiliki sistem kontrak dengan TK tertentu untuk mengunci pelanggan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator promosi, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada sekolah melakukan promosi dengan cara memanfaatkan media sosial, wali murid serta kegiatan yang melibatkan lembaga penunjang belajar siswa dan masyarakat. Sedangkan ancamannya adalah pemerintah desa tidak ikut mempromosikan sekolah dan sekolah tidak memiliki ikatan kontrak dengan TK tertentu untuk mengunci pelanggan.

*e. People*

Faktor eksternal yang mempengaruhi SDM SDIT LHI yaitu banyak tenaga kependidikan yang merupakan penduduk asli sekitar sekolah sedangkan tenaga pendidik kebanyakan bukan domisili asli; jumlah guru di lapangan tidak sesuai dengan data guru yang tertulis di dapodik, namun tidak mempengaruhi hak yang diperoleh guru; dan kebijakan pemerintah yang mengharuskan jumlah rombel sekolah dasar sesuai aturan dari pemerintah sehingga sekolah harus menyiapkan SDM untuk menjadi wali kelas yang kompeten di tiap rombelnya.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator people, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada banyak tenaga kependidikan yang berasal dari masyarakat sekitar sekolah. Sedangkan ancamannya yaitu sekolah harus menyiapkan wali kelas kompeten tiap tahunnya sesuai dengan kebijakan pemerintah mengenai pengadaan rombel tertarget.

*f. Physical Evidence*

Sekolah dibantu pemerintah dan wali murid dalam pembangunan gedung dan pengadaan sarana prasarana, namun bantuan pemerintah hanya sekali di tahun 2017 untuk membangun gedung bagian selatan, sedangkan

bantuan dari wali murid berupa infaq pengembangan diawal pendaftaran sekolah. SDIT LHI juga mempersilakan masyarakat umum apabila ingin menggunakan dan meminjam fasilitas sekolah namun harus melewati prosedur perijinan dan seleksi terlebih dahulu.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator physical evidence, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada pembiayaan pembangunan gedung sekolah dan fasilitas belajar dibantu oleh pemerintah dan wali murid. Sedangkan ancamannya adalah pemerintah hanya sekali memberikan bantuan pembangunan gedung sekolah.

*g. Process*

Faktor eksternal yang mempengaruhi proses di SDIT LHI yaitu wali murid LHI peduli dengan pembelajaran anak di rumah. Pelaksanaan KBM di LHI juga memasukkan sejarah dan potensi milik daerah ke dalam jam KBM. SDIT LHI sering bekerja sama dengan lembaga lain untuk menambah pengetahuan siswa terhadap masalah umum secara dasar, misalnya bekerja sama dengan BPD, kementerian ESDM, UGM dan lainnya. Kemajuan IPTEK juga sangat mempengaruhi proses pembelajaran di LHI, terlebih pada masa pandemic sekolah memanfaatkan google meet atau zoom untuk melakukan pembelajaran jarak jauh (PJJ). Namun seiring waktu anak-anak sudah mulai bosan dengan proses KBM online ini, karena guru selalu menggunakan google meet/zoom dengan cara klasikal dan monoton.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pemaparan di atas ialah pada indikator proses, SDIT LHI memiliki faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Peluang terletak pada wali murid peduli terhadap pembelajaran anak di rumah, sekolah memasukkan potensi milik daerah ke dalam KBM siswa, serta sekolah bekerja sama dengan lembaga lain

sebagai sumber belajar alternatif. Sedangkan ancumannya adalah peserta didik bosan dengan PJJ yang menggunakan googlemeet/zoom dengan metode klasikal tidak bervariasi.

## B. Analisis SWOT

Setelah mengetahui dan menganalisis faktor strategi internal dan eksternal dari strategi manajemen pemasaran sekolah dalam peningkatan kuantitas peserta didik di SDIT LHI, peneliti kemudian mengolah indikator-indikator tersebut menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui pola strategi pemasaran apa yang sebaiknya dilakukan SDIT LHI pada tahun selanjutnya. Langkah awal membuat analisis SWOT ialah dengan mengumpulkan data kuesioner sebanyak lima responden antara lain kepala sekolah, kadir kurikulum, kadir kesiswaan, kadir sarpras dan kepala tata usaha. Indikator yang diberikan kepada responden membentuk variabel SWOT.

### 1. Bobot dan Rating

#### a. Bobot

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan sekolah berupa kekuatan dan kelemahan, kemudian dihitung mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting) dan total bobot yang ditambahkan tidak melebihi skor total 1,00. Pada kolom "Penilaian Kondisi Saat Ini" merupakan hasil penilaian kinerja sekolah saat ini menurut responden. Berikut adalah tabel untuk menghitung bobot faktor internal.

**Tabel 1. Perhitungan Bobot Faktor Internal**

KEKUATAN	Pengolahan Data Kuesioner	Penilaian Kondisi Saat Ini						Bobot
		1	2	3	4	5	6	
S1	28	0	0	0	0	2	3	0,05
S2	27	0	0	0	0	3	2	0,05
S3	27	0	0	0	1	1	3	0,05

S4	27	0	0	0	0	3	2	0,05
S5	25	0	0	0	0	5	0	0,04
S6	27	0	0	0	0	3	2	0,05
S7	26	0	0	0	0	4	1	0,04
S8	28	0	0	0	0	2	3	0,05
S9	28	0	0	0	0	2	3	0,05
S10	27	0	0	0	0	3	2	0,05
S11	27	0	0	0	0	3	2	0,05
S12	29	0	0	0	0	1	4	0,05
S13	26	0	0	0	0	4	1	0,04
S14	30	0	0	0	0	0	5	0,05
S15	28	0	0	0	0	2	3	0,05
<b>Total Kekuatan</b>	<b>410</b>							<b>0,7</b>
<b>KELEMAHAN</b>	<b>Pengolahan Data Kuesioner</b>	<b>Penilaian Kondisi Saat Ini</b>						<b>Bobot</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	
W1	12	1	1	3	0	0	0	0,02
W2	12	0	3	2	0	0	0	0,02
W3	14	0	1	4	0	0	0	0,02
W4	15	0	0	5	0	0	0	0,03
W5	14	0	1	4	0	0	0	0,02
W6	14	0	1	4	0	0	0	0,02
W7	13	0	2	3	0	0	0	0,02
W8	12	0	3	2	0	0	0	0,02
W9	14	0	1	4	0	0	0	0,02
W10	13	0	2	3	0	0	0	0,02



W11	12	0	3	2	0	0	0	0,02
W12	15	0	0	5	0	0	0	0,03
W13	15	0	0	5	0	0	0	0,03
<b>Total Kelemahan</b>	175							0,3
<b>Total Faktor Internal</b>	585							1,00

Penjelasan perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot untuk faktor internal :

Faktor kekuatan pada S1 kolom pengolahan data kuesioner didapat dari penilaian kondisi saat ini dengan total jawaban 5 responden yaitu jika dijabarkan  $5+5+6+6+6 = 28$ . Sedangkan untuk perhitungan bobot pada faktor kekuatan S1 didapat dari kolom pengolahan data kuesioner dibagi dengan total faktor internal pada kolom pengolahan data kuisisioner yang mana sebanyak 585, contoh perhitungannya yaitu  $\text{Bobot} = 28 \div 585 = 0,0478632479$  dibulatkan menjadi 0,05.

Pada perhitungan bobot faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan sekolah berupa peluang dan ancaman, kemudian dihitung mulai dari skala 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting), dan total bobot yang ditambahkan tidak melebihi skor total 1,00. Pada kolom "Penilaian Kondisi Saat Ini" merupakan hasil penilaian kinerja sekolah saat ini menurut responden. Berikut adalah tabel untuk menghitung bobot faktor eksternal.

**Tabel 2. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal**

PELUANG	Pengolahan Data Kuesioner	Penilaian Kondisi Saat Ini						Bobot
		1	2	3	4	5	6	
O1	25	0	0	0	0	5	0	0,07



Penjelasan perhitungan pengolahan data kuesioner dan bobot untuk faktor eksternal :

Faktor peluang pada O1 kolom pengolahan data kuesioner didapat dari penilaian kondisi saat ini dengan total jawaban 5 responden yaitu jika dijabarkan  $5+5+5+5+5 = 25$ . Sedangkan untuk perhitungan bobot pada faktor peluang O1 didapat dari kolom pengolahan data kuesioner dibagi dengan total faktor eksternal pada kolom pengolahan data kuisioner yang mana sebanyak 429, contoh perhitungannya yaitu Bobot  $= 25 \div 375 = 0,0666666667$  dibulatkan menjadi 0,06.

#### b. Rating

Faktor internal yang berasal dari dalam lingkungan sekolah berupa kekuatan dan kelemahan, kemudian dihitung menurut tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 4 (sangat baik) hingga 1 (buruk) berdasarkan bagaimana faktor ini mempengaruhi kondisi lembaga sekolah terkait. Pemberian nilai rating untuk faktor positif (semakin tinggi kekuatan diberi rating +4, tetapi jika kekuatannya kecil, diberi rating +1). Penilaian rating kelemahan yaitu kebalikannya. Misalnya, jika peringkat kelemahan sangat tinggi, ratingnya adalah 1. Sedangkan, jika peringkat kelemahan rendah, ratingnya 4.

Kolom "Urgensi Penanganan" merupakan penilaian tingkat kepentingan indikator tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

**Tabel 3. Perhitungan Rating Faktor Internal**

KEKUATAN	Pengolahan Data Kuesioner	Urgensi Penanganan				Rating
		1	2	3	4	
S1	16	0	2	0	3	3

S2	13	1	1	2	1	3
S3	13	0	2	3	0	3
S4	13	1	1	2	1	3
S5	14	0	2	2	1	3
S6	14	0	2	2	1	3
S7	14	1	1	1	2	3
S8	16	0	2	0	3	3
S9	16	0	2	0	3	3
S10	14	1	1	1	2	3
S11	14	0	2	2	1	3
S12	14	1	1	1	2	3
S13	15	0	2	1	2	3
S14	14	1	1	1	2	3
S15	15	0	2	1	2	3
KELEMAHAN	Pengolahan Data Kuesioner	Urgensi Penanganan				Rating
		1	2	3	4	
W1	14	0	2	2	1	3
W2	14	0	2	2	1	3
W3	16	0	1	2	2	3
W4	17	0	0	3	2	3
W5	16	0	1	2	2	3
W6	14	0	2	2	1	3
W7	14	0	2	2	1	3
W8	12	1	2	1	1	2
W9	12	0	3	2	0	2
W10	17	0	0	3	2	3

W11	14	0	2	2	1	3
W12	16	0	0	4	1	3
W13	15	0	1	3	1	3

Penjelasan perhitungan pengolahan data kuesioner dan rating untuk faktor internal :

Faktor kekuatan pada S1 kolom pengolahan data kuesioner didapat dari penilaian urgensi penanganan dengan total jawaban 5 responden yaitu nilai urgensi 1 ada 0 responden, nilai urgensi 2 ada 2 responden, nilai urgensi 3 ada 0 responden, nilai urgensi 4 ada 3 responden, jika dijabarkan  $2+2+4+4+4 = 16$ . Sedangkan untuk perhitungan rating pada faktor kekuatan S1 didapat dari kolom pengolahan data kuesioner dibagi dengan total responden sebanyak 5 orang, contoh perhitungannya yaitu  $\text{Rating} = 16 \div 5 = 3,2$  dibulatkan menjadi 3.

Faktor eksternal yang berasal dari luar lingkungan sekolah berupa peluang dan ancaman, kemudian dihitung menurut tingkat kepentingan atau penanganan mulai dari skala 4 (sangat baik) hingga 1 (buruk) berdasarkan bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi kondisi lembaga sekolah terkait. Pemberian nilai rating untuk faktor positif (semakin tinggi peluang diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Penilaian rating ancaman yaitu kebalikannya. Misalnya, jika peringkat ancaman sangat tinggi, ratingnya adalah 1. Sedangkan, jika peringkat ancaman rendah, ratingnya adalah 4.

Kolom "Urgensi Penanganan" merupakan penilaian tingkat kepentingan indikator tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

**Tabel 4. Perhitungan Rating Faktor Eksternal**

PELUANG	Pengolahan Data Kuesioner	Urgensi Penanganan				Rating
		1	2	3	4	
O1	15	0	2	1	2	3
O2	14	0	2	2	1	3
O3	14	0	2	2	1	3
O4	15	0	1	3	1	3
O5	13	1	1	2	1	3
O6	13	1	1	2	1	3
O7	14	0	2	2	1	3
O8	14	0	2	2	1	3
O9	15	0	1	3	1	3
O10	14	0	2	2	1	3
O11	14	0	2	2	1	3
ANCAMAN	Pengolahan Data Kuesioner	Urgensi Penanganan				Rating
		1	2	3	4	
T1	12	1	1	3	0	2
T2	13	0	2	3	0	3
T3	13	1	0	4	0	3
T4	15	0	1	3	1	3
T5	14	0	2	2	1	3
T6	15	0	1	3	1	3
T7	12	0	3	2	0	2
T8	16	0	0	4	1	3

Perhitungan rating pada tabel 4 merupakan pengolahan data kuesioner yang dijumlahkan dari total rating yang sudah diisi oleh responden dibagi dengan total responden sebanyak 5 orang, contoh perhitungannya masih sama pada tabel 3.

## 2. IFAS dan EFAS

Perhitungan Matriks IFAS adalah untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi 1,00 dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (tidak penting) sampai dengan 4 (sangat baik). Nilai rating kekuatan dan kelemahan selalu bertolak belakang. Kemudian kalikan bobot dan rating untuk mendapatkan total skor dari faktor kekuatan dan kelemahan. Pada bagian kolom terakhir, diberikan komentar atau catatan inti tentang alasan pemilihan faktor internal sekolah. Berikut adalah tabel hasil perhitungan tabel IFAS.

**Tabel 5. Perhitungan IFAS**

KEKUATAN	Bobot	Rating	B x R	KELEMAHAN	Bobot	Rating	B x R
S1	0,05	3	0,15	W1	0,02	3	0,06
S2	0,05	3	0,15	W2	0,02	3	0,06
S3	0,05	3	0,15	W3	0,02	3	0,06
S4	0,05	3	0,15	W4	0,03	3	0,09
S5	0,04	3	0,12	W5	0,02	3	0,06
S6	0,05	3	0,15	W6	0,02	3	0,06
S7	0,04	3	0,12	W7	0,02	3	0,06
S8	0,05	3	0,15	W8	0,02	2	0,04
S9	0,05	3	0,15	W9	0,02	2	0,04
S10	0,05	3	0,15	W10	0,02	3	0,06
S11	0,05	3	0,15	W11	0,02	3	0,06

S12	0,05	3	0,15	W12	0,03	3	0,09
S13	0,04	3	0,12	W13	0,03	3	0,09
S14	0,05	3	0,15				
S15	0,05	3	0,15				
	0,7		2,16		0,3		0,83
<b>Total Skor</b>	<b>1,00</b>						
<b>Total Skor Akhir (Kekuatan - Kelemahan)</b>			<b>1,33</b>				

Dari data pada tabel 5 dapat disimpulkan bahwa total bobot dikalikan rating pada faktor kekuatan adalah 2,16 sedangkan total bobot dikalikan rating pada faktor kelemahan adalah 0,83 sehingga diperoleh skor akhir IFAS yaitu faktor kekuatan dikurangi faktor kelemahan adalah 1,33. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih dominan dibandingkan dengan faktor kelemahan. Oleh karena itu, sekolah dapat mengoptimalkan kelebihan yang dimiliki untuk mengatasi kekurangannya ada.

Perhitungan Matriks EFAS adalah untuk menentukan bobot, rating dan skor dimana jumlah bobot tidak melebihi 1,00 dan menghitung nilai rating masing-masing faktor dengan memberikan skala 1 (tidak penting) sampai dengan 4 (sangat penting). Nilai rating peluang dan ancaman selalu bertentangan. Selanjutnya kalikan bobot dan rating untuk mendapatkan total skor dari faktor peluang dan ancaman. Pada bagian kolom terakhir, diberikan komentar atau catatan inti tentang alasan pemilihan faktor eksternal sekolah. Berikut adalah tabel hasil perhitungan tabel EFAS.



**Tabel 2. Perhitungan EFAS**

PELUANG	Bobot	Rating	B x R	ANCAMAN	Bobot	Rating	B x R
O1	0,07	3	0,21	T1	0,03	2	0,06
O2	0,06	3	0,18	T2	0,03	3	0,09
O3	0,07	3	0,21	T3	0,04	3	0,12
O4	0,06	3	0,18	T4	0,04	3	0,12
O5	0,07	3	0,21	T5	0,03	3	0,09
O6	0,07	3	0,21	T6	0,03	3	0,09
O7	0,06	3	0,18	T7	0,03	2	0,06
O8	0,06	3	0,18	T8	0,03	3	0,09
O9	0,07	3	0,21				
O10	0,07	3	0,21				
O11	0,07	3	0,21				
	<b>0,73</b>		<b>2,19</b>		<b>0,27</b>		<b>0,72</b>
<b>Total Skor</b>	<b>1,00</b>						
<b>Total Skor Akhir (Kekuatan – Kelemahan)</b>			<b>1,47</b>				

Dari data pada tabel 6 dapat disimpulkan bahwa total bobot dikalikan rating pada faktor peluang adalah 2,19 sedangkan total bobot dikalikan rating pada faktor ancaman adalah 0,72 sehingga skor akhir EFAS yaitu faktor peluang dikurangi faktor ancaman adalah 1,47. Dari hasil analisis faktor eksternal tersebut diketahui bahwa sekolah memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan kontribusi dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru.

### 3. Diagram Analisis SWOT

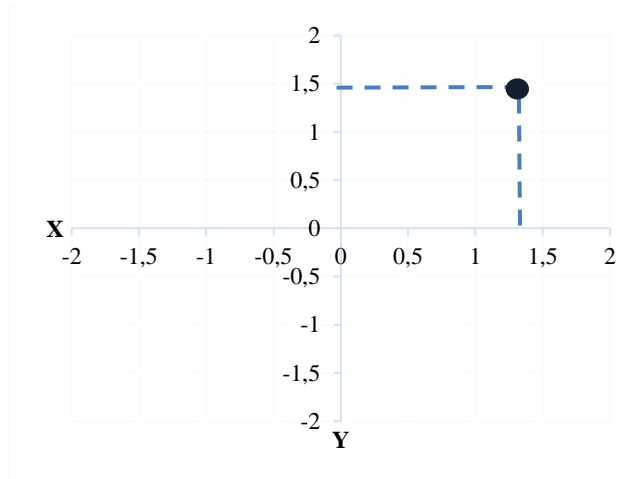
Total skor akhir dari perhitungan IFAS dan EFAS yang diperoleh dari perhitungan IFAS dan EFAS di atas, selanjutnya digunakan sebagai titik koordinat pada diagram analisis SWOT. Diagram analisis SWOT ditunjukkan pada gambar 1.

Kuadran I pada diagram merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena sekolah memiliki peluang dan kekuatan yang baik. Strategi yang harus ditempuh dalam hal ini adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau strategi agresif.

Kuadran II menunjukkan bahwa meskipun sekolah menghadapi berbagai ancaman eksternal, namun sekolah masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang perlu diterapkan adalah *strategi diversifikasi*, menggunakan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman eksternal.

Kuadran III menunjukkan bahwa sekolah menghadapi peluang eksternal yang sangat besar, tetapi di sisi lain, sekolah juga menghadapi beberapa kelemahan atau hambatan internal. Fokus sekolah pada strategi ini adalah untuk meminimalkan masalah internal sehingga dapat memanfaatkan peluang eksternal yang lebih baik dengan menerapkan *strategi turn-around*.

Kuadran IV menggambarkan situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena sekolah menghadapi berbagai ancaman eksternal dan memiliki kelemahan internal, oleh karena itu sekolah perlu menerapkan *strategi defensive* untuk mengatasi kelemahan tersebut.



Gambar 1. Diagram SWOT

Seperti terlihat pada gambar 1, total skor akhir IFAS adalah 1,33 yang merupakan titik koordinat pada sumbu x, sedangkan total skor akhir EFAS adalah 1,47 yang merupakan titik koordinat pada sumbu y. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui letak strategi pemasaran SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta yang tepat. Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada gambar 4, diagram SWOT strategi SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta terletak pada kuadran I (*strength oportunity*), yang berarti sekolah memiliki berbagai peluang dan kekuatan internal. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif yaitu strategi yang memungkinkan sekolah untuk memanfaatkan lingkungan internal sekolah dan meraih peluang di lingkungan eksternal untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru.

## KESIMPULAN

Faktor internal pemasaran di SDIT LHI dalam peningkatan kuantitas peserta didik berupa kekuatan: kurikulum berbeda, fasilitas kejuaraan, peringkat 1 UN, SPP fleksibel, pembayaran

mudah dan transparan, anggaran cukup, letak strategis dan luas, aktif media sosial, waktu pemasaran tepat, metode promosi kuat, SDM bermutu dan terjamin, fasilitas belajar terpenuhi, kurikulum seimbang, tes PPDB berbeda; selanjutnya kelemahan: susah mencari pendidik, wali murid telat membayar SPP, gedung selatan sewa, area bermain terbatas, target PPDB 2021 tidak terpenuhi, tidak promosi lapangan, guru ekstra dari luar, tidak semua guru sarjana pendidikan, guru merangkap jabatan, sarpras kurang, perencanaan program belajar dadakan, dan guru baru resign.

Faktor eksternal pemasaran di SDIT LHI dalam peningkatan kuantitas peserta didik berupa peluang: citra masyarakat baik, SPP di bawah UMP, mendapat dana BOS, lokasi terjangkau, dekat fasilitas penunjang belajar, promosi dibantu eksternal, tenaga kependidikan dari masyarakat sekitar, pemerintah dan wali murid membantu pembiayaan gedung sekolah, wali murid peduli pembelajaran anak di rumah, potensi daerah masuk KBM, kerjasama dengan lembaga lain; selanjutnya ancaman: sekolah Islam lain memiliki kekhasan sama, tidak memiliki donatur, lahan kosong sekitar sudah dimanfaatkan, pemerintah desa tidak ikut promosi, tidak memiliki kontrak dengan TK, setiap tahun menyiapkan wali kelas kompeten, pemerintah membantu pembangunan gedung sekali, peserta didik bosan dengan PJJ.

Pola strategi manajemen pemasaran sekolah untuk SDIT Luqman Al Hakim Internasional Yogyakarta terletak pada kuadran I strategi agresif (*strength oportunity*), yaitu strategi yang memungkinkan sekolah untuk memanfaatkan lingkungan internal sekolah dan meraih peluang di lingkungan eksternal untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal. *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Bialoń, Lidia. "Creating marketing strategies for higher education institutions." *Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych*, no. 4 (18) (2015): 129–46.
- "Data Rombel Kec. Banguntapan - Dapodikdasmen." Diakses 22 Maret 2022. <https://dapo.kemdikbud.go.id/rombel/3/040113>.
- Dwi Prasetyo, Danang. "Pengelolaan Sekolah Islam Terpadu dalam Prespektif Administrasi Pendidikan." *Hand Out Administrasi Supervisi Pendidikan STAIT*, 2011.
- Lockhart, Johanna. *How to Market Your School: A Guide to Marketing, Public Relations, and Communication for School Administrators*. iUniverse, 2005.
- Nugrahani, Farida, dan M. Hum. "Metode penelitian kualitatif." *Solo: Cakra Books 1*, no. 1 (2014).
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, t.t.
- Tarantein, Elvis Fernando, Bambang Suteng Sulasmono, dan Ade Iriani. "Perencanaan Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik." *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)* 3, no. 3 (28 Juli 2019): 156–69. <https://doi.org/10.17977/um025v3i32019p156>.
- Tihalimah, Tihalimah, dan Chairi Agusna. "Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan Di Smkn 1 Pasie Raya Aceh Jaya." *Intelektualita* 10, no. 02 (16 Februari 2022). <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/intel/article/view/12630>.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.