

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN MENGGUNAKAN ANALISA SWOT DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH PADA SMA YPHB BOGOR

Hanafi^{1*}, Tita Ratna Juwita², Zaenal Mutaqin³, Kiki riski purnama sandi⁴,
Reimond Hasangapan Mikkael Napitupulu⁵

^{1,2,3,4} Manajemen; STIMA IMMI; e-mail: hanaficie@gmail.com, t.juwita1977@gmail.com, zaeythea86@gmail.com, kiki.rizkips10@gmail.com.

⁵ Manajemen; Universitas Panca Sakti Bekasi; e-mail: rhmnapitupulu@gmail.com

* Korespondensi: e-mail: hanaficie@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran jasa pendidikan di SMA YPHB BOGOR. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Mengenai prosedur pengumpulan data, dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi yang kemudian dilakukan uji keabsahan data, melalui uji credibility, transferability, dependability, dan confirmability. Alat analisis data yang digunakan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan oleh SMA YPHB BOGOR dalam memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi: sekolah mengoptimalkan kinerja guru, menjaga nama baik sekolah, memperkuat nama baik sekolah dimasyarakat. Dalam meminimalkan kelemahan guna memanfaatkan peluang: meningkatkan frekuensi pelatihan, meningkatkan fasilitas yang berbasis teknologi. Dalam menggunakan kekuatan guna mengatasi ancaman: SMA YPHB mengembangkan dan menyesuaikan model pemasaran dan menciptakan gaya ekstrakurikuler lebih menaik..

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Citra Sekolah

Abstract: This study aims to determine the marketing strategy for education services at SMA YPHB BOGOR. The research method used is descriptive qualitative, with a case study approach. Regarding data collection procedures, by means of observation, interviews and documentation which are then tested for the validity of the data, through tests of credibility, transferability, dependability, and confirmability. The data analysis tool used is SWOT analysis. The results of the study show that the marketing strategy for educational services used by SMA YPHB BOGOR utilizes the strengths of the opportunities that have been identified: schools optimize teacher performance, maintain the good name of the school, strengthen the good name of the school in the community. In minimizing weaknesses to take advantage of opportunities: increasing the frequency of training, improving technology-based facilities. In using strength to overcome threats: SMA YPHB develops and adapts marketing models and creates a more uplifting extracurricular style

Keywords: maximum Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Citra Sekolah

1. Pendahuluan

Pertumbuhan pada masa globalisasi pada sekarang ini banyak pembangunan yang semakin berkembang, telah banyak pertumbuhan dan industri di Indonesia yang telahmengalamibanyak kemajuan yang sangat pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Dampaknya juga dirasakan pada persaingan yang semakin tinggi pada semua aspek kehidupan masyarakat. Begitupun juga dengan pendidikan, dimana dalam



mengelolanya tidak hanya digunakan cara tradisional akan tetapi membutuhkan kemampuan yang lebih baik sehingga output pendidikan sesuai dengan produk pasar yang diinginkan baik Nasional maupun Internasional. Lembaga pendidikan juga ikut terpengaruh, apabila suatu lembaga tidak dapat mengelola manajemen bisnis dan manajemen pemasaran dengan tepat, maka nantinya akan mengalami kekalahan dalam bersaing dimana manajemen pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan para pengelola pendidikan. Pengelolaan pendidikan menjadi begitu penting dimana pertumbuhan dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah SMA YPHB BOGOR.

SMA YPHB berdiri pada tahun 1996 sebagai wujud keprihatinan para haji di kota bogor yang melihat realita pada saat itu sangat sedikit bahkan belum ada Pendidikan khusus SMA di bogor yang benuansa islami , menempati posisi elit dalam arti unggul dan bermutu. Maka para Haji di kota Bogor bahu membahu membangun SMA PLUS YPHB yang megah dengan Gedung berlantai 4. Saat pertama beroperasi SMA PLUS YPHB hanya memiliki 25 siswa. SMA PLUS YPHB mulai beroperasi berdasarkan surat keputusan kantor wiayah Depdikbud propinsi jawa barat No. 118/102/kep/OT/1996. Dalam menyongsong pasar bebas, SMA Plus YPHB telah menjalin Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan bersertifikasi Internasional Global Reach yang berpusat di singapura dengan membuka 2 program IT (information Tecnology) dan Bahasa inggris.

Perkembangan lembaga pendidikan dipengaruhi oleh kemampuan administrator, dalam melakukan pertimbangan kompetensi internal dan harus dapat mengelola manajemen yang mumpuni agar dapat memenangkan persaingan sekolah sebagai produsen jasa pendidikan yang dapat menerima siswa dengan sangat mudah, calon siswa berlomba mendaftarkan diri masuk ke sekolah tanpa banyak persaingan dengan lembaga pendidikan yang lain. Tetapi, beberapa tahun terakhir ini beberapa lembaga jasa pendidikan mulai merasakan kesulitan terhadap mencari calon siswa. Anak-anak sekarang lebih cenderung memilih sekolah yang bermutu yang sesuai dengan yang diinginkan. Hal semacam ini juga diiringi dengan makin bertambahnya lembaga pendidikan jasa, misalnya saja jumlah madrasah. Strategi pemasaran menjadi pijakan oleh lembaga pendidikan, tentunya harus menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan. Potret atas tantangan lembaga pendidikan kedepan adalah adanya persaingan yang tinggi sehingga sangat banyak penawaran jasa lembaga pendidikan, meningkatnya tuntutan

pelanggan atau siswa utamanya pada kualitas dan biaya, kemajuan teknologi komunikasi, informasi dan komputer yang merubah semua segi kehidupan dan sebagainya. Fungsi pemasaran adalah untuk membentuk citra yang baik terhadap lembaga dan menarik sejumlah calon siswa. Dengan demikian, citra merupakan salah satu upaya pemasaran pendidikan yang berdampak positif terhadap peningkatan minat pengguna jasa pendidikan yang berdampak positif terhadap peningkatan minat pengguna jasa pendidikan di lembaga pendidikan tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian Pendekatan dan jenis Penelitian ini mengangkat masalah strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra YPHB BOGOR Fokus penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengarah pada thick description (penjelasan panjang bebas dan holistik) peneliti ingin mengetahui, mempelajari dan memahami strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra pada situs penelitian dengan menggunakan pendekatan studi kasus.

Menurut (Sugiyono, 2015) penelitian kualitatif adalah metode yang penelitiannya berlandaskan pada filsafat postpositive, yang mana hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra, sehingga bagi peneliti dipandang perlu untuk mendalami makna strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sebagai sebuah fenomena.

Dipilihnya studi kasus dalam rancangan penelitian ini, karena peneliti ingin mempertahankan keutuhan subyek penelitian. Peneliti juga beranggapan bahwa fokus penelitian ini akan mudah dijawab dengan desain/rancangan studi kasus. Didalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menggali data deskriptif selengkap mungkin yang berupa hasil wawancara nantinya, ataupun data-data tertulis yang mendukung kepentingan penelitian terutama yang terkait strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra. Lokasi penelitian bertempat di SMA YPHB BOGOR.

Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung ketika melakukan wawancara dan melakukan observasi. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi perusahaan, buku, jurnal ilmiah. (Sugiyono, 2015) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama



dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

3. Hasil dan Pembahasan

Sejak awal tahun 2020, seluruh dunia digemparkan oleh penyebaran Corona Virus Diseases (Covid-19). Virus ini bermula dari virus yang disebarkan oleh binatang, yang diduga adalah kelelawar yang dikonsumsi manusia, dan akhirnya menginfeksi manusia. Selanjutnya penularan terjadi dari manusia ke manusia. Adapun akibat yang ditimbulkan cukup bervariasi, dari mulai sesak nafas ringan hingga menimbulkan kematian. Oleh karena itu, Covid-19 dianggap sebagai pandemi yang sangat berbahaya terhadap kelangsungan hidup manusia. Akibat dari pandemi Covid-19 ini, menyebabkan diterapkannya berbagai kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19 di Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah di Indonesia, salah satunya adalah dengan menerapkan himbauan kepada masyarakat agar melakukan physical distancing yaitu himbauan untuk menjaga jarak diantara masyarakat, menjauhi aktivitas dalam segala bentuk kerumunan, perkumpulan, dan menghindari adanya pertemuan yang melibatkan banyak orang, serta mengikuti program vaksinasi. Walaupun banyak lika-liku yang terjadi dalam penerapan kebijakan ini, pemerintah tetap bersikeras untuk menerapkannya demi keselamatan warga negaranya. Dalam dunia pendidikan, banyak aktivitas yang melibatkan interaksi fisik, baik antar tenaga kependidikan maupun dengan peserta didiknya. Hal tersebut merupakan salah satu hal yang sangat riskan dalam penularan Covid-19, apalagi melibatkan peserta didik yang merupakan harapan bangsa di masa yang akan datang. Adapun beberapa kebijakan tersebut tercantum dalam:

1. Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, Dan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 03/Kb/2021, Nomor 384 Tahun 2021, Nomor Hk.01.08/ Menkes/ 4242/ 2021, Nomor 440-717 Tahun 2021 tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran di Masa Pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19).
2. Surat Badan Standar Nasional Pendidikan Nomor 01 14/Sdar/BSNP/III/2020 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan UN Tahun 2020 terkait Penyebaran Covid – 19



3. Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2020 tentang Pencegahan Corona Virus Disease (Covid-19) pada Satuan Pendidikan.
4. Surat Edaran Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan Dalam Masa Darurat Penyebaran Covid-19.
5. Surat Edaran Kementerian Agama Nomor 285.1 tentang Upaya Pencegahan Penyebaran Covid-19
6. Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, dan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 01/KB/2020, 516, Hk.03.01/Menkes/363/2020, 440-882 Tahun 2020 tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun Akademik 2020/2021 di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid- 19).

Penyebaran Covid-19 memang berdampak pada segala sektor, tidak terkecuali sektor pendidikan. Berikut ini dampak yang dampak penyebaran Covid-19 pada sektor pendidikan:

1. Dampak Negatif Covid-19 pada Layanan Jasa Pendidikan Pemberlakuan sistem pembelajaran secara daring ini, ternyata menimbulkan berbagai masalah. Baik peserta didik, wali, maupun guru, masing-masing mengalami berbagai problematika baru yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Sebagian contoh masalah yang dihadapi oleh peserta didik adalah sulitnya memahami pelajaran yang disampaikan secara online, disebabkan minimnya informasi yang diperoleh, serta terhambat lemahnya jaringan (signal). Bagi guru, mengalami kendala dalam melakukan tugasnya sebagai pendidik yang bukan hanya diharuskan mengajar tapi juga mendidik karakter peserta didiknya, hal ini bisa karena kurang menguasai teknologi, dan kesulitan menyampaikan materi serta mengalami kesulitan pula dalam melakukan evaluasi belajar peserta didiknya. Bukan hanya guru dan peserta didik, orang tua atau wali pun mengalami kesulitan dalam membimbing anaknya dalam proses KBM karena harus bekerja. Permasalahan lain dari adanya sistem pembelajaran secara online ini adalah akses informasi yang terkendala oleh sinyal yang menyebabkan lambatnya dalam mengakses informasi. Siswa terkadang tertinggal dengan informasi akibat dari sinyal yang kurang memadai. Akibatnya mereka terlambat dalam mengumpulkan suatu tugas yang diberikan oleh guru.



Belum lagi bagi guru yang memeriksa banyak tugas yang telah diberikan kepada siswa, membuat ruang penyimpanan gadget semakin terbatas. Dari banyaknya dampak yang ditimbulkan dari pandemi Covid-19, tenaga kependidikan dituntut untuk bisa menyikapi permasalahan yang ada. Berbagai macam solusi layak dicoba untuk meminimalisir dampak negatif tersebut. dengan demikian kegiatan kependidikan pun bisa berjalan sebagaimana mestinya.

2. Dampak Positif Covid-19 pada Layanan Jasa Pendidikan Di balik masalah yang ditimbulkan akibat pandemi Covid-19, ternyata juga terdapat berbagai dampak positif bagi pendidikan di Indonesia. Diantaranya, peserta didik dan guru dapat menguasai teknologi untuk menunjang pembelajaran secara online. Di era perkembangan teknologi yang semakin canggih ini, guru maupun peserta didik dituntut agar memiliki kemampuan dalam bidang teknologi pembelajaran. Dengan adanya kebijakan Work from Home (WFH), memaksa guru dan peserta didik untuk menguasai teknologi pembelajaran secara digital. Tuntutan kebutuhan tersebut, membuat guru dan peserta didik dapat mengoperasikan media online untuk menunjang kegiatan belajar mengajar, sehingga target pembelajaran dapat dicapai sebagaimana mestinya. Pembelajaran daring (dalam jaringan) dinilai lebih praktis dan santai. Praktis karena dapat memberikan tugas setiap saat dan pelaporan tugas setiap saat dan lebih fleksibel berarti dilakukan kapanpun dan dimanapun. Pembelajaran daring memungkinkan peserta didik yang berada di luar rumah dan bisa menyesuaikan waktu untuk belajar. Semua peserta didik juga dapat mengaksesnya dengan mudah, artinya dapat dilakukan dimana saja. Penyampaian informasi lebih cepat dan bisa menjangkau banyak siswa. Lebih praktis dan memudahkan dalam pengambilan nilai pengetahuan terutama bila memakai Google Form. Jika menggunakan Google Form, nilai bisa langsung diketahui sehingga siswa lebih tertarik dalam mengerjakan tugas. Selain itu siswa juga dimudahkan dalam mengerjakannya. Dari permaparan tersebut dapat mengindikasikan pembelajaran yang lebih fleksibel dan efisien. Sarana yang sering digunakan sebagai media pembelajaran online antara lain, e-learning, aplikasi Zoom, Google Classroom, YouTube, maupun media sosial Watsapp. Media-media tersebut digunakan sebagai sarana pengganti pembelajaran di dalam ruang kelas. Dengan menggunakan media online tersebut, maka secara tidak langsung peserta didik dan



guru pun semakin menguasai penggunaan teknologi. Setelah pendidik mampu menguasai berbagai sarana pembelajaran online, maka akan tercipta pemikiran mengenai metode dan model pembelajaran lebih bervariasi yang belum pernah dilakukan guru sebelum masa pandemi. Misalnya, guru membuat video kreatif sebagai bahan pengajaran. Dalam hal ini, guru lebih persuasif karena membuat peserta didik semakin tertarik dengan materi yang diberikan oleh guru melalui video kreatif tersebut. Peserta didik tentu akan dapat memahami apa yang dijelaskan oleh guru melalui video kreatif tersebut. Pembelajaran yang dilakukan pada masa pandemi Covid-19 pun menimbulkan dampak positif terhadap kemampuan peserta didik. Penggunaan teknologi dalam menyelesaikan tugas pada peserta didik juga dapat meningkatkan kreativitas peserta didik dalam mengembangkan pengetahuan mereka. Dengan metode pembelajaran yang bervariasi dari guru, peserta didik juga dapat mengembangkan pemikiran melalui analisis mereka terhadap materi ajar yang diberikan gurunya. Pembelajaran yang dilakukan di rumah, dapat membuat orang tua lebih mudah dalam melakukan monitoring terhadap perkembangan belajar anak secara langsung. Orang tua lebih mudah dalam membimbing dan mengawasi belajar anak dirumah. Hal tersebut akan menimbulkan komunikasi yang lebih intensif dan akan menimbulkan hubungan kedekatan yang lebih erat dengan anaknya. Dalam kegiatan pembelajaran secara online yang diberikan oleh guru, maka orang tua dapat memantau sejauh mana kompetensi dan kemampuan anaknya. Kemudian orang tua juga bisa melakukan pemantauan penggunaan gadget oleh anaknya, sehingga secara tidak langsung mencegah anak melakukan penggunaan gadget untuk hal yang tidak bermanfaat dan berdampak buruk bagi dirinya. Selain itu orang tua akan lebih respect dengan pendidik yang selama ini membimbing anaknya, karena lebih memahami kesulitan saat membimbing anaknya dalam proses pembelajaran berlangsung. Begitulah dampak positif bagi orang tua/wali peserta didik. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pandemi Covid-19 juga membawa dampak positif bagi pendidikan, baik bagi pendidik, peserta didik, maupun orang tua. Dampak positif yang paling menonjol adalah peningkatan penguasaan teknologi. Hal ini disebabkan karena hal yang paling urgen dalam pendidikan pada masa pandemi Covid-19 adalah kualitas komunikasi tanpa melakukan kontak fisik.

Setelah mengetahui faktor internal dan eksternal dari SMA YPHB BOGOR, dilakukan penerapan menggunakan matriks SWOT, yang menghasilkan empat kemungkinan alternatif yang dimiliki SMA YPBH BOGOR, yaitu:

1) Strategi S-O (Strenghts-Opportunities)

Memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi :

- a) Sekolah harus mengoptimalkan kinerja guru guna mengimbangi pertumbuhan penduduk. Dengan mengoptimalkan SDM yang dimiliki sekolah, akan memberikan dampak pelayanan yang baik bagi wali murid dan masyarakat.
- b) Menjaga nama baik sekolah guna menarik simpati calon siswa. Dengan menjaga nama baik sekolah akan memberikan nilai positif bagi masyarakat sehingga akan tertarik untuk menyekolahkan anaknya YPHB BOGOR
- c) Memperkuat nama baik sekolah dimasyarakat dengan memberikan informasi tentang pembaruan sekolah baik berupa prestasi atau ekstrakurikuler yang ada di sekolah. Hal ini akan berdampak pada nama baik sekolah
- d) Melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat. Dengan dilakukannya pendekatan pada masyarakat desa sekitar, hal ini dianggap lebih mudah karena masih belum banyak dipengaruhi oleh sekolah-sekolah yang berada diluar desa
- e) Memperkenalkan banyak Program ekstrakurikuler untuk mengembangkan minat bakat siswa
- f) Memiliki perpustakaan dengan koleksi buku lengkap
- g) ketersediaan berbagai fasilitas mulai dari perpustakaan ,kantin,kamar mandi, tempat paker, aula

2) Strategi W-O (Weaknesses- Opportunities)

Meiminimalkan kelemahan guna memanfaatkan peluang:

- a. Meningkatkan frekuensi pelatihan guna persediaan SDM. Dengan adanya pelatihan khusus dari pihak sekolah untuk semua guru, hal ini akan berdampak pada persediaan SDM dikemudian hari.
- b. Meningkatkan fasilitas yang berbasis teknologi. Dengan peningkatan tekonologi yang dimiliki sekolah akan memberikan nilai yang unggul, guna bersaing dengan lembaga keuangan lain.

- c. Terus aktif melakukan publikasi produk pada berbagai macam media. Dengan dilakukannya publikasi jasa pendidikan akan lebih mendukung pada nilai laku suatu jasa pendidikan yang ada di SMA YPHB BOGOR

3). Strategi S-T (Strengths-Threaths)

Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan guna mengatasi ancaman:

- a. Mengembangkan dan menyesuaikan model pemasaran jasa pendidikan. Dengan pengembangan dan penyesuaian strategi pemasaran yang dipakai, maka akan lebih mendukung guna memaksimalkan proses pemasaran jasa pendidikan.
- b. Menciptkan variasi produk yang lebih menarik. Dengan penciptaan variasi produk yang lebih menarik, akan lebih mendukung produk tersebut untuk dipilih.
- c. Mempertahankan ciri khas produk sekolah. Dengan mempertahankan ciri khas sekolah, berdampak pada nama baik lembaga.

4) Strategi W-T (Weaknesses- Threaths)

Meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman :

- a. Mengadakan progam pelatihan guna meningkatkan kopetensi guru. Dengan terus menerus dilakukannya pelatihan, maka akan meningkatkan SDM karyawan sehingga oprasional yang ada di sekolah akan lebih maksimal
- b. Menyebarkanluaskan nama sekolah ketika terjun di lapangan. Dengan menyebar luaskan nama sekolah, akan berdampak pada nama baik lembaga.
- c. Mengoptimalkan pemasaran disemua media. Dengan mengoptimalkan pemasaran pada semua media akan mendukung pemasaran jasa pendidikan untuk mudah dikenal oleh masyarakat.

Simpulan

Dalam upaya meningkatkan eksistensi dan citra sebuah lembaga pendidikan, pengelola lembaga pendidikan dapat menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. Berdasarkan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal penting, yang pertama layanan jasa pendidikan SMA YPHB BOGOR memprioritaskan pada upaya memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan indikatornya adalah sebagai berikut:

Strategi S-O (Strengths-Opportunities) dalam memanfaatkan kekuatan atas peluang yang telah diidentifikasi: sekolah mengoptimalkan kinerja guru guna mengibangi jumlah penduduk yang selalu bertambah, menjaga nama baik sekolah guna menarik simpati calon siswa, memperkuat nama baik sekolah dimasyarakat dengan melakukan pendekatan langsung dengan masyarakat melalui pemberitahuan aktif tentang perkembangan sekolah.

Strategi W-O (Weaknesses- Opportunities) dalam meminimalkan kelemahan guna memanfaatkan peluang: sekolah meningkatkan frekuensi pelatihan guna persediaan SDM, meningkatkan fasilitas yang berbasis teknologi dan terus aktif melakukan publikasi produk pada berbagai macam media.

Strategi S-T (Strengths-Threats) dalam menggunakan kekuatan guna mengatasi ancaman: sekolah mengembangkan dan menyesuaikan model pemasaran, menciptakan gaya variasi jasa pendidikan yang lebih menarik dan mempertahankan ciri khas sekolah yaitu teknologi information dan Bahasa Inggris.

Strategi W-T (Weaknesses- Threats) dalam meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman: sekolah mengadakan program pelatihan guna meningkatkan kompetensi guru, menyebarluaskan nama sekolah ketika terjun di lapangan dan mengoptimalkan pemasaran di semua media.



Referensi

- Ahmad M. Amrina R. 2020. Strategi Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Era Revolusi Industri 4.0 Melalui Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Salafiyah Margomulyo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Surabaya: UIN Sunan Ampel Arifin Z.A.L Syamsul, Sumarwan Ujang, & Najib Mukhamad. 2020. The Influence of Marketing Mix on Brand Image, Motivation and Students Decision to Choose Graduate Studies of IPB University. Journal of Consumer Sciences 2020, Vol.5, NO.02, 139-156.
- Daftar Tanya Jawab Kebijakan Zonasi Tahun Ajaran 2020/2021
<https://www.kemdikbud.go.id/main/tanya-jawab/kebijakan-zonasi-tahun-ajaran20202021>
- Dayat M. 2019. Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. Jurnal Mu'allim, 1(2), 299-218.
- Dini Dwi Yustia Puteri & Prihantini. (2020). Anak Berbakat dan Dunia Pendidikan. EISSN 2686 5661 Vol 02 No 02 September 2020 Intelektiva : Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora 12
- Doembana Ismawati, Rahmat Abdul, & Farhan Muhammad. 2017. Buku Ajar Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Elytasari Suvidian. 2017. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Kepercayaan (Trust) Stakeholders di TK Insani Depok Yogyakarta. Jurnal Warna Vol. 1 No.1 Juni 2017.
- Erni Panca Kurniasih. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Penurunan Kesejahteraan Masyarakat Kota Pontianak. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Indonesia Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020 ISBN: 978-602-53460-5-7 277 93 Faizin Imam. 2017. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan
- Nilai Jual Madrasah. Jurnal Madaniyah Vol. 7 No.2 Edisi Agustus 2017.
- Fadjrin, M., & Muhsin, M. (2017). Pengaruh Lokasi Sekolah, Promosi Sekolah, Persepsi dan Teman Sebaya Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan. Economic Education Analysis Journal, 6(2), 352-364. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/16425>

- Finis Rizkita Purnama Ayu dan Wimpi Srihandoko. (2021). Peranan Customer Servis Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Pada Sekolah Islam Ibnu Hajar. Program Studi Perbankan dan Keuangan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan. Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan Vol. 1 No. 1, 2021 Page 31
- Fitria Suhailah. 2018. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SDIT Diniyyah Al- Azhar Jambi. Jambi: UIN Sultan Thaha Saifudin.
- Karim Ridwan. 2020. Pengertian dan Konsep Marketing Mix (Bauran Pemasaran) 7P. Yogyakarta: Deepublish
- Keputusan Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Jawa Tengah Nomor: 421/07651 tentang Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri Provinsi Jawa Tengah Tahun Pelajaran 2019/2020.
- Labaso', S. 2018. "Penerapan marketing mix sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 Yogyakarta". Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 3(2): 289-311.
- Machali Imam & Hidayat Ara. 2018. The Handbook of Education Management. Jakarta: Prenadamedia Group
- Martono Nanang, dkk. 2020. Strategi Bertahan SMA Swasta Pilihan Kedua Menghadapi Kompetisi Dalam Pendidik. Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, Vol. 5, Nomor 1, Juni 2020
- Nurliyati. 2020. Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Negeri 2 Yogyakarta. Jurnal Qurroti : Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Vol.2 No. 1, April 2020, e-ISSN: 2721-1509
- Rofik Haerul. 2019. Pengaruh Faktor-faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Memilih Sekolah di SMP Islam Al-Azhar 15 Cilacap. Purwokerto: IAIN.
- Ryan Indy Fonny J. dan Waani N. Kandowangko . (2019). Peran Pendidikan Dalam Proses Perubahan Sosial di Desa Tumulung Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. Vol. 12 No.4 / Oktober 2019
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/download/25466/25124>
- Siti Maria. (2021). Dukungan Warga Sekolah sebagai Aksi Nyata terhadap Program Calon Guru Penggerak.
<https://ayoguruberbagi.kemdikbud.go.id/artikel/tandadukungan-dan-kalimat-motivasi>



- Suarsa Senny Handayanim & Munawar Muhammad Meki. 2020. Marketing Strategy for Higher Education Institution Based On Marketing Stimuli (Case Study at Politeknik Pos Indonesia). Jurnal Kelola vol.7 No.1 Januari-Juni 2020 Hal: 25-32.
- Suryanti Puji, Akhmad Arif Musadad , & Isawati. 2020. Efektivitas Pelaksanaan Sistem Zonasi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Serta Pengaruhnya Terhadap Upaya Manajemen Mutu Pendidikan Berdasarkan Asas Keadilan di SMA Negeri Kabupaten Klaten Tahun Ajaran 2016-2018. JURNAL CANDI Volume 20/ No.1/Tahun XI/ Maret 2020
- Sutama. (2019). Metode Penelitian Pendidikan. Sukoharjo: CV Jasmine
- Syam Marleny, Sembiring Beby Karina Fawzee, Maas Linda Trimurti, & Pranajaya Ade. 2019. The Analysis of Marketing Mix Strategy Effect on Students Decision to Choose Faculty Economics and Bussiness of Universitas Dharmawangsa Medan. International Journal Of Multicultural and Multiregious Understanding vol.6 No.6 2019
- Triawati Ageng. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Orang Tua Menyekolahkan Anaknya di MI Istiqomah Sambas Purbalingga. Purwokerto: IAIN
- Wright Benjamin K. (2018). Marketing Mix-Based Facebook Posts and Potential Consumers. Proceedings of the Academy of Marketing Science, DOI 10.1007/978-3-319-66023-3_2