

# Strategi Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MA Al-Furqon Cimerak

Rizal Yulianto

Manajemen Pendidikan Islam, STITNU Al-Farabi Pangandaran ; [rizal.bulben@gmail.com](mailto:rizal.bulben@gmail.com)

JSTAF :

Siddiq, Tabligh, Amanah,  
Fathonah

Vol 04 No 1 January 2025

Hal : 181-191

<https://doi.org/10.62515/staf.v4i1.653>

Received: 10 January 2025

Accepted: 22 January 2025

Published: 31 Januari 2025

**Publisher's Note:** Publisher: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STITNU Al-Farabi Pangandaran, Indonesia stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

## Abstract ;

*This study aims to examine marketing management strategies in increasing the interest of new students at MA Al-Furqon Cimerak. This study used a qualitative approach with a descriptive method to describe phenomena that occur naturally. Data collection was carried out through field research with observation, interview and documentation techniques. The data sources consist of primary data obtained from respondents, as well as secondary data derived from document and archive data. This research focuses on the promotion strategy implemented by MA Alfurqon Cimerak to increase the interest of prospective new students. Based on the results of an interview with the principal, Imam M. Kapapih S.Pd, promotion is an important part of the marketing of educational institutions because it functions as a communication tool that can bring together customer needs with the services offered by the school. MA Afurqon uses various promotions, both directly through junior high schools/MTs and approaches to teachers, as well as indirectly through print and online media. In addition, MA Al-Furqo promotes the excellence of programs such as the Tadarus of the Quran and achievements in the academic and non-academic fields as the main attraction. Word of mouth promotion is also used by involving alumni who provide positive recommendations. This strategy is designed to introduce the school to the wider community and attract the interest of prospective new students. In this way researchers are interested in talking the title marketing management strategy in increasing the interest of new students at MA Al-Furqon Cimerak.*

**Keywords ;** Management, Strategy, Students

## Abstrak ;

*Penelitian ini bertujuan untuk mendiskusikan strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MA Al-Furqon Cimerak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang terjadi secara alamiah. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian lapangan dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data terdiri dari data primer yang di peroleh dari responden, serta data sekunder yang berasal dari data dokumen dan arsip. Penelitian ini*

*berfokus pada strategi promosi yang di terapkan oleh MA Alfurqon Cimerak untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah, Imam M. Kapapih S.Pd, promosi menjadi bagian penting dalam pemasaran lembaga pendidikan karena berfungsi sebagai alat komunikasi yang dapat mempertemukan kebutuhan pelanggan dengan layanan yang ditawarkan oleh sekolah. MA Afurqon menggunakan berbagai promosi, baik secara langsung melalui SMP/MTs dan pendekatan kepada guru-guru, maupun tidak langsung melalui media cetak dan online. Selain itu, MA Al-Furqon mempromosikan keunggulan program seperti tadarus Al-Quran dan prestasi di bidang akademik maupun non akademik sebagai daya tarik utama. Promosi word of mouth juga digunakan dengan melibatkan alumni yang memberikan rekomendasi positif. Strategi ini dirancang untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas dan menarik minat calon peserta didik baru. Dengan begitu peneliti tertarik untuk mengambil judul Strategi Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MA Al-Furqon Cimerak.*

**Kata Kunci ;** *Manajemen, Strategi, Peserta Didik.*

## **Pendahuluan**

Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, institusi Pendidikan diuntut untuk terus berinovasi dan mengimplementasikan strategi yang efektif untuk meningkatkan minat peserta didik baru. Lembaga Pendidikan merupakan sebuah institusi atau tempat dimana proses Pendidikan atau belajar-mengajar berlangsung, diantaranya Pendidikan di dalam keluarga, sekolah serta masyarakat (Hubbil Khair, 2021). Dalam prosesnya melibatkan interaksi antara pendidik dan peserta didik di berbagai tingkat Pendidikan, mulai dari Pendidikan dasar hingga Pendidikan tinggi. Pendidikan juga mencakup pengembangan potensi individu, pembentukan karakter dan persiapan untuk kehidupan di masyarakat serta dunia kerja.

Secara etimologi peserta didik adalah anak didik yang mendapat pengajaran ilmu. Secara terminology peserta didik adalah anak didik atau individu yang mengalami perubahan, perkembangan sehingga masih memerlukan bimbingan dan arahan dalam membentuk kepribadian serta sebagai bagian dari structural proses Pendidikan (Putri ani, 2017). Peserta didik merujuk pada individu yang mengikuti proses Pendidikan di berbagai tingkat baik formal maupun non- formal. Peserta didik berperan sebagai penerima dan pengolah informasi dalam proses pembelajaran yang dipandu oleh pendidik.

Dalam konteks Pendidikan, pemahaman yang mendalam tentang peserta didik menjadi kunci dalam merancang strategi manajemen pemasaran yang efektif untuk menarik minat peserta didik. Dalam hal ini, institusi Pendidikan perlu memahami secara mendalam dinamika pasar Pendidikan, kebutuhan peserta didik dan trend yang

berkembang. Strategi manajemen pemasaran yang tepat dapat menjadi kunci dalam menarik minat peserta didik baru, mempertahankan keunggulan kompetitif, serta meningkatkan citra dan reputasi institusi Pendidikan. Manajemen pemasaran Pendidikan merupakan sebuah proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan cara menciptakan dan saling bertukar serta memanfaatkan jasa (kualitas dan kuantitas sekolah/Lembaga Pendidikan dan sistem pembelajaran yang ditawarkan dalam kegiatan promosi atau penjualan) dengan pemakai jasa Pendidikan (Fifin, et al, 2022). Menurut Menuur Philip Kloter, manajemen pemasaran pendidikan adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi (Etheses, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Fikri dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2020 yang berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Siswa Baru di SMKIT Nurul Qolbi Bekasi” (Muhammah Fikri, 2020) mendapatkan hasil bahwa: 1. SMKIT Nurul Qolbi memiliki strategi dalam melakukan pemasaran sekolah, *pertama*, untuk menentukan pasar sasaran sekolah sangat memahami setiap perkembangan di lingkungan dan kondisi kebutuhan masyarakat. *Kedua*, melakukan strategi penentuan posisi pasar persaingan dengan melakukan identifikasi ke beberapa sekolah pesaingannya dan menjalankan jasa Pendidikan dengan menekankan pada penanaman dan pengenalan Pendidikan keagamaan. *Ketiga*, dengan strategi bauran pemasaran, dengan menawarkan beberapa produk unggulan diantaranya : Solat dhuha berjamaah, BTQ, program sukses UN dan SNMPTN dan sebagainya dengan harga yang ditawarkan telah disesuaikan dengan fasilitas dan pelayanan jasa lainnya. Kepala sekolah melibatkan semua guru, karyawan, wali murid dan murid serta para alumni untuk melakukan pemasaran Pendidikan yang telah di tentukan sekolah, dengan cara mempertahankan kualitas dan prestasi yang dimiliki sekolah.

## **Bahan dan Metode**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik

pengumpulan data dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah (Diaman & Aan, 2013). Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field Research*) yaitu penelitian yang datanya digali melalui pengamatan-pengamatan dan sumber data di lapangan dan bukan berasal dari sumber-sumber kepustakaan (Syaifuddin Azwar, 2013). Pendekatan penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Lexy J, 2013). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Jenis penelitian ini memahami pendekatan kualitatif karena melalui pendekatan tersebut lebih tepat untuk mengidentifikasi strategi pemasaran pendidikan melalui kelas unggulan di MA Al-Furqon Cimerak.

## **Diskusi dan Pembahasan**

Strategi pemasaran merupakan strategi yang biasa dilakukan oleh sekolah swasta dalam rangka promosi sekolah. Promosi dalam dunia pendidikan sangat penting, maka dari itu kami perlu memperhatikan kepada siapa kami menyampaikan dan apa yang akan disampaikan. Promosi itu sama halnya mengkomunikasikan produk kepada yang lain agar tertarik. Jadi ya itu mas, kita fokuskan target terus kita rancang pesan, nah ini sebenarnya penting banget, dalam isi pesan tersebut kita harus mempunyai ciri khas atau keunggulan yang tentunya belum dimiliki sekolah lain, kemudian dengan cara apa kita akan menyampaikan pesan tersebut kepada yang lain. Adapun strategi promosi yang dilakukan di MA Al Furqon Cimerak antara lain :

### **1. Promosi Langsung dan Tidak Langsung**

Promosi langsung yang dilakukan MA Al Furqon Cimerak yaitu dengan bertatap muka secara langsung, sedangkan promosi tidak langsung yaitu dengan menggunakan media. Strategi promosi dilakukan dengan maksud memperkenalkan kepada masyarakat, membuat nama baik sekolah, adapun strategi promosi yang kami gunakan yaitu pendekatan melalui dewan guru dari masing-masing sekolah SMP/MTs adapun media yang digunakan salah satunya yaitu dengan menggunakan media cetak berupa poster, banner, spanduk PPDB.

Strategi promosi selanjutnya yang dilakukan dengan cara dating bersosialisasi terhadap SMP/MTs meliputi 1 Kecamatan, dan melalui pendekatan kepada dewan guru di masing-masing SMP/MTs se-Kecamatan cimerak, serta kami juga menggunakan dua media promosi yaitu media cetak dan media online, media cetak meliputi brosur,

spanduk, sedangkan media online meliputi website dan facebook. Promosi langsung yang dilakukan MA Al Furqon dengan cara berintraksi secara langsung melalui sosialisasi terhadap SMP/MTs yang ada di kecamatan cimerak.

## 2. Promosi Dengan Menawarkan Beberapa Program Unggulan

Dalam melakukan strategi promosi perlu adanya produk unggul pada sebuah Lembaga, dimana hal tersebutlah yang menjadikannya pembeda dengan pesaing lainnya. Dengan adanya produk unggul Lembaga dapat membedakan manfaat yang ada didalamnya yang tidak didapatkan di produk lain. Adapun strategi promosi yang dilakukan di MA Al Furqon dengan cara menawarkan beberapa program unggulan yang ada di MA Al Furqon Cimerak. Beberapa program unggulan yang ada di MA Al Furqon Cimerak. Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak Wawancara dengan kepek MA Al Furqon Cimerak, Bapak Imam Muhamad Amin Kapapih, S.Pd.I selaku kepala MA Al Furqon yang mengatakan MA Al Furqon juga menawarkan beberapa program unggulan, karena sekolahan ini berbasis pondok pesantren maka dari itu kita mengadakan program tadarus Al Qur'an sebelum sholat Dzuhur berjamaah.

## 3. Promosi Dengan Cara Menunjukan Prestasi Yang Dimiliki

Promosi dilakukan MA Al Furqon dengan cara menunjukan prestasi-prestasi yang di peroleh. Hal tersebut di paparkan oleh Bapak Imam Muhamad Amin Kapapih, S.Pd.I yang mengatakan MA Al Furqon sering mendapatkan apresiasi karena memang banyak siswa-siswi MA Al Furqon yang alhamdulillah kerap menjadi juara di ajang kompetisi, hal ini juga sebagai strategi promosi yang kami lakukan, dengan menunjukan prestasi-prestasi yang telah diproleh. Prestasi yang didapatkan dari ajang kompetisi baik dari segi akademik maupun non akademik, diantaranya juara sepakbolah antar SLTA se-Kabupaten Pangandaran, Kompetisi Pencak Silat kami memborong cukup banyak piala.

## 4. Promosi *Word of Mouth*

Strategi promosi dilakukan MA Al Furqon Cimerak dengan cara memberikan informasi dari mulut ke mulut Bapak Efan menjelaskan bahwa dalam pekasimalan pelayanan siswa/siswi di MA Al-Furqon mulai dari fasilitas saran prasarana yang komplit yang memudahkan para siswa dalam pembelajaran. Dari segi ini para siswa tentunya akan puas setelah menggunakan jasa yang kami tawarkan. Maka dari itu siswa-siswi yang sudah lulus secara tidak langsung akan merekomendasikan sekolah kami kepada keluarga, saudara, maupun tetangga.

Bapak Dian, S.Pd. selaku Humas MA Al Furqon memaparkan bahwa pihak sekolah selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal, dengan informasi yang di sampaikan dari mulut ke mulut termasuk point yang sangat penting dalam promosi, karena dengan informasi yang bersifat positif lah yang akan membentuk citra baik sekolah MA Al Furqon Cimerak. Kelengkapan sarana prasarana di Lab Komputer.

Strategi promosi Pendidikan dalam meningkatkan jumlah siswa baru di MA Al Furqon Promosi menjadi variable yang sangat penting dalam memasarkan produk dan jasa. Seiring dengan berjalannya waktu persaingan semakin ketat, khususnya dalam dunia Pendidikan.

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan program pemasaran, hakikat promosi adalah menginformasikan, membujuk, merubah sikap serta mendorong seseorang untuk membelinya. Kegiatan promosi yang dilakukan di MA Al-Furqon bertujuan untuk mengenalkan sekolah terhadap masyarakat luas, juga memfokuskan supaya masyarakat tertarik untuk mendartarkan di MA Al-Furqon namun, sebelum melakukan promosi MA Al Furqon memperhatikan unsur-unsur yang akan di gunakan dalam kegiatan promosi seperti target sasaran, isi yang akan menyampaikan pesan dalam kegiatan promosi. Sebelum menyampaikan pesan MA Al Furqon juga memperhatikan kekuatan yang dimilikinya, yang membedakannya dengan sekolah lain, seperti yang di katakan oleh Imam Muhamad Amin Kapapih, S.Pd.I selaku kepala sekolah MA Al Furqon Cimerak.

Strategi dalam pemasaran Lembaga pendidikan guna meningkatkan minat calon peserta didik baru. Strategi promosi dalam pemasaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan, tujuannya adalah agar produk yang di promosikan dapat dikenal dan menarik masyarakat luas. Fungsi promosi selain sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan Pendidikan juga sebagai penyesuaian antara kebutuhan pelanggan Pendidikan dengan kegiatan Lembaga Pendidikan. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan program pemasaran, hakikat promosi adalah menginformasikan, membujuk, merubah sikap serta mendorong seseorang untuk membelinya. Kegiatan promosi yang dilakukan di MA Al-Furqon bertujuan untuk mengenalkan sekolah terhadap masyarakat luas, juga memfokuskan supaya masyarakat tertarik untuk mendartarkan di MA Al-Furqon.



Berusaha memberikan pelayanan yang maksimal, dengan informasi yang di sampaikan dari mulut ke mulut termasuk point yang sangat penting dalam promosi, karena dengan informasi yang bersifat positif lah yang akan membentuk citra baik sekolah MA Al Furqon Cimerak. Kelengkapan sarana prasarana di Lab Komputer. Hasil observasi siswa juga menyimpulkan bahwa meningkatnya kepuasan siswa dengan layanan jasa serta fasilitas yang di berikan oleh MA Al Furqon melalui prestasi-prestasi yang di raihny.

Kegiatan strategi promosi yang dilakukan di MA Al Furqon kami dalam 3 tahun akhir ini salah satunya yaitu dengan bersosialisasi kepada siswa-siswi SMP/MTs dengan maksud mempromosikan sekolah kepada para siswa-siswi SMP/MTs agar tertarik untuk melanjutkan jenjang selanjutnya di MA Al Furqon, dan untuk tahun ini kami sedang mencoba menggunakan strategi promosi baru dengan cara menjemput bola, artinya kami menjemput siswa-siswi SMP/MTs untuk berkunjung secara langsung, adapun mengenai transportasi kami anggarakan dari penerimaan peserta didik baru. Alumni selalu merekomendasikan MA Al Furqon dari mulai keluarga, tetangga, sampai saudara, keinginan merekomendasikan sekolah juga atas dasar pengalaman yang sudah pernah menggunakan jasa MA Al Furqon. Observasi tersebut diperkuat dengan observasi yang peneliti lakukan yaitu sering mendengar informasi-informasi positif terhadap MA Al Furqon serta minat masyarakat untuk menggunakan jasa Pendidikan MA Al Furqon. Berdasarkan hasil penelitian strategi promosi Pendidikan yang dilakukan MA Al Furqon Cimerak ada 4 diantaranya: *Promosi Langsung dan Tidak Langsung*. Promosi langsung yang dilakukan oleh MA Al-Furqon yaitu dengan cara berinteraksi secara langsung melalui sosialisasi terhadap sekolah SMP/MTs dan dengan melakukan pendekatan terhadap Dewan Guru SLTP/ sederajat. Hal ini sejalan dengan pemasaran langsung yang di kemukakan oleh Kotler dan Amstrong. Kotler dan Amstrong mengatakan pemasaran langsung dengan konsumen yang sudah di targetkan secara berhati hati guna meraih cepat dan hubungan pelanggan yang baik (Ony & Novelia, 2017).

Sedangkan promosi tidak langsung yaitu dengan menggunakan media, baik media cetak maupun media online. Media cetak menggunakan ialah sepanduk dan brosur, untuk media onlie menggunakan facebook dan website, media merupakan sarana yang dapat digunakan oleh komunikator terhadap komunikan jenis yang dapat digunakan saat ini ada banyak. Sejalan dengan teori periklanan yang dikatakan oleh

Rismi Somad dan Doni Juni Piansa dalam bukunya manajemen komunikasi dua jenis iklan yang utama adalah *Above The Line (ALT)* dan *Below The Line (BLT)*, ALT adalah bentuk iklan media masa seperti Billboard, Televisi, Koran, Radio, Internet, Majalah guna menjangkau target luas, BLT adalah bentuk iklan dengan menggunakan media yang lebih spesifik dalam menjangkau target tertentu seperti brosur, spanduk, sampling produk lain. *Promosi Dengan Manawarkan Beberapa Program Unggulan.* Strategi promosi Pendidikan yang dilakukan oleh MA Al Furqon dengan cara mengadakan dan menawarkan program program unggulan yang ada di MA Al Furqon program tersebut berupa kajian keagamaan dan dalam bidang olah raga terutama sepak bola. *Promosi Dengan Cara Menunjukan Prestasi Yang di Miliki.* Promosi merupakan penyampaian informasi yang dilakukan oleh Lembaga kepala calon konsumen guna melakukan pembelian. Dalam istilah penjualan ada yang Namanya testimoni, hal ini mempunyai dua kemungkinan yang dapat didapatkan, yaitu dalam bentuk kepuasan dan ketidak puasan. MA Al Furqon memanfaatkan bentuk kepuasan siswa/siswinya dalam penyampaian informasi yang di berikan kepada calon siswa , dengan begitu akan menjadikan daya Tarik bagi pelanggan baru kerena melihat adanya kepuasan yang di dapatkan oleh siswa-siswi MA Al Furqon Cimerak. *Promosi Word Of Mouth.* Tujuan promosi tidak hanya dapat melakukan sekali pembelian melainkan terus menerus, untuk membentuk pelanggan melakukan pembelian berulang kali perlu adanya pelayanan dan kualitas sebaik mungkin, karena dengan kepuasan yang telah di dapatkan akan menjadikan siswa loyal terhadap MA Al Furqon hal ini sejalan dengan teori *word of mouth* yang dikatakan oleh pamungkas, *word of mouth* merupakan aktivitas pemasaran yang mendorong konsumen untuk mengumumkan, mempromosikan, merekomendasikan sampai menjual produk atau jasa tersebut terhadap calon konsumen yang lainnya (Arif et al, 2021).

Pemasaran adalah sebuah usaha yang dikerjakan dalam menyediakan barang untuk pasar, dari mulai merumuskan produk sampai mempromosikan produk kepada masyarakat. Keberhasilan sebuah Lembaga Pendidikan tentu saja tidak lepas dari pemasaran yang dilakukan oleh Lembaga tersebut. Salah satu pemasaran yang digunakan oleh MA AL Furqon yaitu strategi promosi. Strategi promosi adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan, tujuannya untuk memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberikan keyakinan mengenai manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan guna



meningkatkan volume penjualan. Implementasi strategi promosi MA Al Furqon berdampak positif dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat, sehingga meningkatkan jumlah peserta didik baru yang mendaftar di MA Al Furqon.

Adapun implikasi dari strategi promosi Pendidikan yang dilakukan MA Al Furqon Cimerak yaitu sebagai berikut: a) Strategi promosi Pendidikan di MA Al Furqon dengan cara promosi langsung dan tidak langsung berdampak dengan meningkatkan jumlah peserta didik baru di MA Al Furqon dengan mengadakan sosialisasi terhadap siswa SMP/MTs penggunaan media cetak berupa spanduk, brosur, media online berupa facebook, website yang semuanya dilakukan dengan memberikan informasi yang ada di MA Al Furqon seperti kegiatan sekolah, program sekolah maupun fasilitas sekolah. b) Strategi promosi Pendidikan di MA Al Furqon Cimerak dengan menunjukkan prestasi prestasi yang sudah di raih oleh siswa siswi menunjukkan kepuasan yang sudah di rasakan oleh Sebagian siswa siswi atas pelayanan yang di berikan oleh MA Al Furqon Lembaga ini tidak hanya membekali dalam bidang ilmu akademik saja, melainkan ilmu agama serta ekstrakurikuler, dengan begitu siswa siswi dapat menyalurkan minat dan bakatnya melalui jasa Pendidikan yang ada di MA Al Furqon Cimerak. Tidak hanya jasa Pendidikan yang diberikan Lembaga juga memberikan kepada siswa siswi lebih merasa puas dan nyaman. c) Strategi promosi pendidikan di MA Al Furqon Cimerak dengan mengadakan program-program unggulan berupa tadarus sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai , lembaga sertifikasi profesi, serta kelas khusus yamaha berdampak positif terhadap kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Masyarakat semakin percaya dengan kegiatan positif di dalam sekolah. d) Strategi promosi pendidikan di MA Al Furqon dengan *word of mouth*, yaitu informasi yang disampaikan oleh para alumni berdampak dengan terbentuknya citra baik MA Al Furqon dengan melalui informasi positif yang disampaikan. Hasil penelitian ini dapat dilihat bahwasannya banyak faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih MA Al Furqon sebagai tempat untuk menimba ilmu, minat peserta didik baru merupakan suatu ketertarikan peserta didik atau wali peserta didik terhadap sebuah lembaga pendidikan dengan tanpa adanya paksaan guna mengembangkan potensi diri sesuai tahap yang ada. Temuan ini sejalan dengan teori yang dikatakan oleh Munandar bahwasanya didalam pengambilan keputusan untuk membeli barang maupun menggunakan jasa pembeli dipengaruhi selain faktor dalam dirinya juga dipengaruhi

oleh faktor-faktor diluar dirinya seperti kebudayaan, keluarga, status sosial, kelompok acuan.

Selanjutnya terkait dengan strategi manajemen pemasaran dalam meningkatkan minat peserta didik baru di MA Al-Furqon Cimerak ternyata dapat meningkatnya kepuasan siswa. MA Al-Furqon juga telah memberikan jasa serta pelayanan Pendidikan yang baik dan berkualitas untuk siswa siswinya. Salah satu strategi promosi yang dilakukan MA Al Furqon yaitu dengan selalu memberikan jasa dan layanan Pendidikan yang baik serta berkualitas untuk para siswa/siswinya. Selain itu meningkatnya kepercayaan masyarakat. Hal ini terlihat dari strategi promosi yang dilakukan MA Al Furqon adalah dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap Lembaga sekolah dengan mengadakan program unggulan serta kualitas yang di berikan kepada para siswa ini menjadikan kepercayaan masyarakat terhadap MA Al Furqon meningkat. Selain itu menjadikan citra baik sekolah lebih baik, informasi yang disampaikan seseorang yang bersifat tentunya akan membentuk citra baik terhadap para konsumen lainnya. Dengan informasi yang bersifat positif yang dilakukan oleh para alumni MA Al Furqon berhasil membentuk citra baik sekolah.

## **Kesimpulan**

Strategi promosi pendidikan dalam meningkatkan jumlah siswa baru di MA Al-Furqon Cimerak sebagai berikut:

- a. Promosi langsung yaitu dengan bersosialisasi terhadap SMP/MTS dan pendekatan terhadap dewan guru Promosi tidak langsung melalui media cetak dan media online dan interaksi secara langsung. Media cetak berupa spanduk, brosur, media online melalui *website* dan *facebook*. Interaksi secara langsung melalui sosialisasi terhadap SMP/MTS.
- b. Menunjukan prestasi-prestasi yang sudah diraih oleh MA Al-Furqon Cimerak. Baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Bidang akademik ada lomba tingkat Kabupaten dll. Bidang non akademik ada volley, pramuka, pencak silat dll.
- c. Menunjukan keunggulan yang ada di MA Al-Furqon Cimerak. Yaitu dengan mengadakan program yang belum dimiliki sekolah lain, tadarus Al-qur'an yang dibaca sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai.

- d. Promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yaitu informasi yang dilakukan melalui alumni-alumni dan melalui kegiatan *open house* yang dapat melibatkan masyarakat sekitar MA Al-Furqon Cimerak.

## Referensi

- Arif, dkk, (2021). Word of Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah, *Forum Ekonomi*, Vol. 23, No. 4.
- Djaman Satori & Aan Komariah, (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Etheses IAIN Kediri, (2019). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, Kediri: IAIN Kediri.
- Fifin Nurhaliza, Syarifah & Indra Syahputra, (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Ubudiyah Pangkalan Berandan, *JIA: Jurnal Idarah At-Ta'lim*, Vol 1, No. 1.
- Hubbil Khair, (2021). Peran Lembaga Pendidikan Dalam Masyarakat Era Modern', *Jurnal Ilmiah Keagamaan, Pendidikan dan Kemasyarakatan*, Vol 2, No. 12.
- Lexy J. Moleong, (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Fikri, (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di SMKIT Nurul Qolbi Bekasi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatulloh.
- Ony dan Novelia, (2017). Strategi Promosi Pendidikan, Jakarta: FITK Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka.
- Putri Ani Dalimunthe, (2017). Peserta Didik Dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Ihya al-Arabiyah*, vol. 3, no. 2.
- Syaifuddin Azwar, (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.