

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH SISWA DI SEKOLAH DASAR NEGERI NO 173634 PORSEA

Rohani Sijabat¹⁾; Rinciani Telaumbanua²⁾, Hiskia Maruli Siregar³⁾, Joel Ferdinan Siagian⁴⁾, Wisman Berkat Zai⁵⁾, Parsaoran Silalahi⁶⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Teknik, Fakultas Peternakan, Universitas HKBP Nommensen
e-mail: rohani.sijabat@student.uhn.ac.id

Abstract

The purpose of this service is to create a successful marketing strategy to increase the marketing results of student numbers at State Elementary School (SDN) No. 173634 Porsea. This has led to a decline in student numbers in recent years. Education marketing is essential to build a positive image of the school and stimulate community interest. This service activity was carried out using interviews and observations. Interviews were conducted to obtain more in-depth information. Observations were made to obtain more accurate and detailed information, by observing activities carried out by students of Public Elementary School No. 173634 Porsea, such as teaching and learning activities, extracurricular activities, and other activities. The results showed that effective marketing strategies include improving the quality of education, expanding collaboration networks with parents and communities, and promoting social media. Although the number of students decreased, the efforts proved to increase positive results. The school has made several efforts to improve its image and the quality of education which has started to get positive attention from the community. The smaller decrease shows that the efforts made to attract students are starting to show results, indicating that steps have been taken by the school to improve the quality of education and improve the school's image in the eyes of the community. Schools can promote in any way that emphasizes the importance of marketing in building a positive image and increasing community interest.

Keywords: Service, Primary School, Education, Marketing

Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah untuk membuat strategi pemasaran yang berhasil untuk meningkatkan hasil pemasaran jumlah siswa di Sekolah Dasar Negeri (SDN) No. 173634 Porsea. Ini telah menyebabkan penurunan jumlah siswa dalam beberapa tahun terakhir. Pemasaran pendidikan sangat penting untuk membangun gambaran positif sekolah dan merangsang minat masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan detail, dengan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh siswa-siswa Sekolah Dasar Negeri No. 173634 Porsea, seperti kegiatan belajar mengajar, kegiatan ekstrakurikuler, dan kegiatan lainnya. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif meliputi meningkatkan kualitas pendidikan, memperluas jaringan kolaborasi dengan orang tua dan masyarakat, dan mempromosikan media sosial. Meskipun jumlah siswa menurun, upaya terbukti meningkatkan hasil positif. Sekolah telah melakukan beberapa upaya untuk memperbaiki citra dan kualitas pendidikan yang mulai mendapatkan perhatian positif dari masyarakat. Penurunan yang lebih kecil menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan untuk menarik siswa mulai menunjukkan hasil, yang menunjukkan adanya langkah-langkah yang telah diambil oleh pihak sekolah untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan memperbaiki citra sekolah di mata masyarakat. Sekolah dapat melakukan promosi dengan cara apapun yang menegaskan pentingnya pemasaran dalam membangun citra positif dan meningkatkan minat masyarakat.

Kata Kunci: Pengabdian, Sekolah Dasar, Pendidikan, Pemasaran

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah sesuatu yang akrab bagi masyarakat kita dan dalam pemasaran pendidikan. Wijaya (2008) menyatakan bahwa pemasaran mutlak diperlukan. Lembaga pendidikan dikenal oleh masyarakat yang lebih luas apabila menerapkan fungsi pemasaran. dengan baik pendidikan di harapkan mampu menarik perhatian seluruh asosiasi, pemasaran pendidikan yang efektif akan membuat lembaga pendidikan dikenal oleh masyarakat luas. Ini diharapkan untuk sistem pendidikan di indonesia didasarkan pada kebutuhan kehidupan manusia (Bakar dkk., 2023). Karena layanan pendidikan memiliki harga kompetitif di pasar, Sekolah harus dapat menyediakan layanan berkualitas tinggi karena layanan pendidikannya memiliki harga yang kompetitif di pasar, (Ciptaningsih & Rofiq, 2022). Pendidikan tidak dianggap sebagai dasar perawatan sosial, tetapi sebagai aturan bisnis. Jika mereka tidak menjual layanan pendidikan, sekolah dapat diberitahu tentang tantangan untuk produk yang dibuat jika mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, (Arista dkk., 2023).

Keberhasilan suatu lembaga penelitian, termasuk sekolah, sangat bergantung pada program pemasaran yang diimplementasikan. Pemasaran mencakup semua kegiatan yang menargetkan perencanaan, penentuan harga, promosi pakaian atau layanan, dan penjualan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Fauzi & Kartiko, 2023). Oleh karena itu, metode pemasaran membutuhkan strategi yang sangat efektif, sehingga dapat digunakan dengan baik dan benar.

Konsep strategi merupakan bagian penting dari manajemen dan diperlukan untuk memahami dan mengembangkan kegiatan perencanaan. dan untuk memastikan bahwa peluang yang mungkin dan ancaman yang mungkin sesuai dengan pasar (Alwi & Mumtahana, 2023). Bidang pendidikan membutuhkan strategi

pemasaran, terutama di era globalisasi saat ini, dimana persaingan sangat ketat. Dalam iklim persaingan yang ada, sulit bagi organisasi untuk bertahan dengan baik tanpa kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat dan berkembang sesuai dengan tuntutan para pemangku kepentingan (Ariyani dkk., 2024).

Pemasaran jasa pendidikan menjadi sangat penting, terutama pada zaman globalisasi yang ditandai dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sekolah dituntut untuk meningkatkan kualitas pendidikan dari berbagai aspek. Persaingan dalam dunia pendidikan memerlukan aktivitas pemasaran untuk membangun citra positif dan menarik minat masyarakat (Hasanah dkk., 2023). Pemasaran jasa pendidikan dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan jumlah pelanggan, yaitu masyarakat atau siswa. Taktik pemasaran dapat mencakup promosi produk unggulan yang ada di sekolah dan memperkenalkan lembaga tersebut kepada pelanggan sesuai dengan keinginan mereka melalui proses penawaran secara terus-menerus (Ariyani dkk., 2024).

Kesimpulannya dapat diambil dari penjelasan di atas bahwa ini upaya untuk menyediakan produk dan layanan yang tersedia, di lembaga pendidikan dan memenuhi kebutuhan dan aspirasi pelanggan sehingga anak-anak tertarik untuk di sekolah tersebut. Kegiatan pemasaran tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pemasaran pendidikan memiliki fungsi untuk membangun citra sekolah, sehingga semakin baik citra yang dimiliki, semakin tinggi pula minat untuk mendaftar masyarakat. Oleh karena itu, pemasaran pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan keberadaan lembaga pendidikan agar tetap relevan dan diminati oleh masyarakat, terutama calon siswa dan orang tua. Lembaga pendidikan perlu memberikan pelayanan yang optimal

agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Pemasaran ini juga bertujuan untuk memperkenalkan lembaga kepada masyarakat secara luas, sehingga masyarakat semakin tertarik.

Sekolah Dasar Negeri (SDN) 173634 Porsea adalah salah satu lembaga pendidikan dasar yang memainkan peran penting dalam mengembangkan kehidupan bangsa. SDN 173634 Porsea memiliki tugas untuk menyediakan pendidikan dasar yang berkualitas bagi anak-anak usia 6-12 tahun. Namun, banyak SDN yang mengalami penurunan jumlah siswa dalam beberapa tahun terakhir. Penurunan jumlah siswa ini dapat disebabkan oleh banyak hal, seperti kualitas pendidikan yang buruk, kurangnya promosi sekolah, dan kekurangan fasilitas sekolah.

SDN No. 173634 Porsea merupakan salah satu SDN No. 173634 yang berada di Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara. Sekolah ini memiliki jumlah siswa yang relatif kecil dibandingkan dengan sekolah-sekolah lain di daerah tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan jumlah siswa di SDN No. 173634 Porsea.

Penurunan jumlah siswa ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan persaingan sekolah swasta, penurunan demografi penduduk, dan kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, sangat penting bagi Sekolah Dasar Negeri No. 173634 Porsea untuk membuat rencana pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah siswa dan mempertahankan institusi pendidikan.

Sekolah Dasar 173634 Porsea menghadapi beberapa masalah yang menghalangi pertumbuhan siswa. Salah satu masalah utama adalah kesadaran masyarakat yang rendah. Banyak orang tua belum mengetahui keberadaan sekolah ini dan program-program unggulannya. Selain itu, orang tua lebih cenderung memilih institusi lain karena ada persaingan dengan sekolah-sekolah lain di sekitarnya yang

menawarkan program pendidikan yang sebanding. Selain itu, masyarakat belum sepenuhnya memahami kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh Sekolah Dasar 173634, yang mencakup kegiatan ekstrakurikuler, prestasi akademik, dan fasilitas.

Selain itu, kurangnya promosi dan pemasaran, terutama melalui media sosial dan platform digital, menyebabkan masyarakat tidak tahu tentang program dan kegiatan sekolah. Sumber daya dan fasilitas yang terbatas juga menjadi penghalang; fasilitas yang buruk dapat membuat orang tua ragu untuk memilih sekolah ini untuk anak-anak mereka. Terakhir, upaya untuk meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar di Sekolah Dasar 173634 Porsea tidak berhasil karena orang tua dan masyarakat tidak terlibat secara aktif dalam kegiatan sekolah.

Penurunan jumlah siswa ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan persaingan sekolah swasta, penurunan demografi penduduk, dan kurangnya promosi dan pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, sangat penting bagi Sekolah Dasar Negeri No. 173634 Porsea untuk membuat rencana pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah siswa dan mempertahankan institusi pendidikan.

Peningkatan jumlah siswa di SDN No.173634 Porsea dapat dilakukan dengan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu sekolah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan sekolah, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah, dan meningkatkan jumlah siswa.

Langkah pertama untuk meningkatkan jumlah siswa di Sekolah Dasar 173634 Porsea adalah meningkatkan pengetahuan publik tentang keberadaan sekolah dan program-program unggulannya. Ini dapat dicapai melalui kampanye informasi yang efektif, yang melibatkan pemanfaatan media lokal, penyebaran brosur, dan pemasangan

spanduk. Bekerja sama dengan institusi pendidikan lain juga penting. Lomba dan festival pendidikan dapat meningkatkan kesadaran dan citra Sekolah Dasar 173634 Porsea di masyarakat. Kualitas pendidikan juga menjadi prioritas utama. Hari terbuka atau open house akan memberikan kesempatan bagi orang tua dan calon siswa untuk mengunjungi sekolah, melihat fasilitasnya, dan berinteraksi dengan guru dan siswa secara langsung. Pemanfaatan media sosial dan digital marketing harus dioptimalkan melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan website resmi sekolah untuk mempromosikan kegiatan, prestasi siswa, dan program terbaik sekolah.

Untuk meningkatkan sumber daya dan fasilitas sekolah, juga penting untuk mengidentifikasi kebutuhan mendesak dan mencari dana dari pemerintah atau sponsor untuk memperbaiki infrastruktur yang ada. Selain itu, program yang melibatkan orang tua dan masyarakat, seperti seminar, workshop, dan kegiatan sosial, harus dilakukan untuk meningkatkan keterlibatan komunitas. Sangat penting bagi sekolah untuk melakukan survei kepada orang tua dan siswa untuk mengetahui pendapat mereka tentang program dan fasilitas yang ada, karena ini akan membantu mereka memperbaiki program dan mendorong siswa baru untuk masuk. Terakhir, orang tua mungkin lebih tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka jika mereka menawarkan beasiswa atau diskon untuk siswa baru.

Namun, pengembangan strategi pemasaran yang efektif untuk SDN No. 173634 Porsea memerlukan analisis yang mendalam tentang kebutuhan dan keinginan masyarakat, serta analisis tentang kekuatan dan kelemahan sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi untuk meningkatkan jumlah siswa di SDN No.173634 Porsea.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini menggunakan metode pengabdian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Pengabdian ini dilakukan di Sekolah Dasar Negeri No. 173634 Porsea, Kabupaten Toba, Provinsi Sumatera Utara. Pengabdian ini termasuk dalam jenis pengabdian kualitatif. Pengabdian kualitatif adalah pengabdian yang menggunakan data non-numerik, seperti data tekstual, data gambar. Pengabdian kualitatif ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan detail. Pengabdian ini menggumpulkan data dengan wawancara dan observasi. Wawancara adalah metode perekaman data yang berbicara langsung dengan orang yang diwawancarai bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang fenomena sosial yang diselidiki.

Dalam pengabdian ini, wawancara dilakukan dengan beberapa responden, yaitu; Kepala sekolah SDN No. 173634 Porsea, Guru-guru SDN No. 173634 Porsea, Orang tua siswa SDN No. 173634 Porsea, Siswa-siswa SDN No. 173634 Porsea. Untuk melakukan wawancara ini, pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya digunakan. Pedoman wawancara ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan fenomena sosial yang telah diteliti.



Gambar 1. Wawancara bersama Kepala Sekolah



Gambar 2. Wawancara bersama Guru



Gambar 3. Wawancara bersama Siswa-siswa



Gambar 4. Wawancara bersama Orang tua siswa

Observasi adalah teknik perekaman data yang dilakukan dengan pengamatan langsung dari suatu fenomena. Pengamatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan detail tentang fenomena sosial yang sedang diteliti. Dalam pengabdian ini, observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh siswa-siswa SDN No.173634 Porsea, seperti kegiatan belajar mengajar, kegiatan ekstrakurikuler, dan kegiatan lainnya.



Gambar 5. Kegiatan belajar mengajar



Gambar 6. Kegiatan Ibadah
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pembahasaan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah siswa di Sekolah Dasar No. 173634 Porsea bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan, meningkatkan kolaborasi dengan orang tua dan komunitas serta dukungan sekolah melalui media sosial. Tetapi dengan berjalannya waktu kualitas sekolah menurun dikarenakan strategi pemasaran yang masih kurang sehingga menyebabkan menurunnya kualitas sekolah. Pada tahun 2021, jumlah siswa di SDN No. 173634 Porsea mencapai puncaknya. ini menunjukkan bahwa sekolah memiliki daya tarik yang kuat pada tahun tersebut, kemungkinan karena kualitas pendidikan yang baik, promosi yang efektif, atau peningkatan kepercayaan masyarakat.

Pada tahun 2022 penurunan menjadi 7%, karena terjadi penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk meningkatnya kompetisi dari sekolah swasta, kekurangan promosi yang efektif, atau mungkin adanya masalah dalam kualitas layanan pendidikan. hal ini

mencerminkan bahwa strategi pemasaran yang efektif untuk menarik siswa yang baru. Pada tahun 2023, tingkat penurunan jumlah siswa berkurang menjadi 5%. Meskipun masih mengalami penurunan, pengurangan persentase ini menunjukkan adanya upaya yang mungkin telah dilakukan oleh sekolah untuk memperbaiki citra dan kualitas pendidikan yang mulai mendapatkan perhatian positif dari masyarakat.

Pada tahun 2024, kembali menurun. Penurunan ini kembali terjadi namun hanya sebesar 2% dari tahun sebelumnya. Penurunan yang lebih kecil ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan untuk menarik siswa mulai menunjukkan hasil. Sekolah mungkin mulai mengimplementasikan beberapa strategi pemasaran yang lebih efektif, Anda masih perlu bekerja untuk memulihkan jumlah siswa ke tingkat yang lebih tinggi.



Gambar 7. Poster Promosi Sekolah

Tujuan pembuatan poster promosi Sekolah adalah untuk meningkatkan kesadaran tentang keberadaan Sekolah dan program-program yang di tawarkan serta membangun cinta positif Sekolah dimata Masyarakat. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah ditemukan, rekomendasi yang dapat diberikan yaitu peningkatan fokus pada target audiens yang lebih spesifik, peningkatan kualitas

kampanye pemasaran, dan penguatan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait. Ada beberapa strategi pemasaran untuk meningkatkan minat siswa sekolah dasar negeri no 173634 Porsea yaitu; Tren penurunan dan penyebabnya. Data menunjukkan bahwa setelah mencapai puncak pada tahun 2021, jumlah siswa mengalami penurunan yang signifikan. penurunan 7% pada tahun 2022 menunjukkan adanya tantangan yang dihadapi sekolah, seperti meningkatnya kompetisi dari sekolah swasta dan mungkin juga adanya perubahan dalam preferensi masyarakat terhadap pendidikan. hal ini sejalan dengan artikel yang menekankan pentingnya pemasaran pendidikan untuk menarik perhatian masyarakat. Perbaikan di Tahun 2023, Penurunan yang lebih kecil menjadi 5% pada tahun 2023 menunjukkan bahwa upaya perbaikan yang mulai diterapkan mulai membuahkan hasil. ini bisa mencerminkan adanya langkah-langkah yang diambil oleh sekolah untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan memperbaiki citra mereka dimata masyarakat. Strategi Pemasaran yang Responsif, Penurunan yang semakin berkurang di tahun 2024 menjadi 2% menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang lebih responsif dan adaptif mungkin mulai diterapkan. Sekolah dapat saja mulai menggunakan media sosial dan kegiatan promosi lainnya untuk menjangkau lebih banyak orang tua dan siswa potensial. ini menegaskan pentingnya pemasaran dalam membangun citra positif dan meningkatkan minat masyarakat. Keterlibatan masyarakat dan orang tua, Pembahasan mengenai keterlibatan orang tua dan masyarakat menjadi sangat relevan. dengan penurunan jumlah siswa, penting bagi sekolah untuk memperkuat hubungan dengan orang tua, mengajak mereka berpartisipasi dalam kegiatan sekolah, dan mendengarkan masukan mereka. keterlibatan ini tidak hanya dapat meningkatkan kepercayaan tetapi juga membantu menciptakan komunitas yang mendukung pendidikan

anak-anak. Kualitas Pendidikan sebagai Prioritas, Ada penurunan, tetapi berfokus terutama pada peningkatan kualitas pendidikan harus tetap ada. Sekolah harus tetap menjadi prioritas. sekolah perlu lebih meningkatkan kurikulum, keterampilan pendidikan, dan fasilitas yang ada. pendidikan yang baik adalah daya tarik utama bagi orang tua.

SIMPULAN

Sekolah Dasar Negeri 173634 Porsea telah mengalami penurunan jumlah siswa sejak tahun 2021, meskipun sebelumnya terdapat peningkatan pada tahun yang sama. Penurunan ini berlanjut pada tahun 2022 dan terus berlanjut dengan presentase yang semakin kecil hingga tahun 2024. Situasi ini menekankan pentingnya pengembangan strategi pemasaran yang efektif, di mana kualitas pendidikan dan citra sekolah berperan krusial dalam menarik minat masyarakat. Upaya untuk memperbaiki kualitas pendidikan dan promosi mulai menunjukkan dampak positif, terlihat dari penurunan jumlah siswa yang semakin kecil di tahun-tahun berikutnya. Keterlibatan orang tua dan masyarakat dalam kegiatan sekolah juga menjadi faktor penting dalam menciptakan citra positif yang dapat meningkatkan jumlah siswa. Oleh karena itu, Sekolah Dasar Negeri 173634 Porsea perlu terus meningkatkan kualitas pendidikan melalui pelatihan guru, pengembangan kurikulum, serta penambahan fasilitas yang mendukung proses belajar mengajar. Selain itu, pengembangan strategi promosi yang lebih efektif, terutama melalui media sosial dan kegiatan komunitas, sangat diperlukan untuk memperkenalkan program-program unggulan dan prestasi siswa, sehingga dapat meningkatkan daya tarik bagi siswa dan masyarakat. Membangun dan memperkuat hubungan dengan orang tua siswa juga sangat penting, di mana sekolah dapat menjadi tuan rumah pertemuan harian, seminar, dan kegiatan yang melibatkan orang tua dalam proses pendidikan. Pemantauan dan penilaian

strategi pemasaran yang digunakan akan mendukung sekolah dalam mengidentifikasi bidang-bidang yang perlu ditingkatkan, sehingga mereka dapat lebih banyak beradaptasi dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, M., & Mumtahana, L. (2023). The Principal's Strategi in improving the Quality of teacher Performance in the Learning Process in Islamic Elementary Schools. *Kharisma: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.59373/kharisma.v2i1.18>
- Arista, H., Mariani, A., Sartika, D., & Murni, D. (2023). Gaya Kepemimpinan Kepala Madrasah dalam Pembentukan Karakter Religius Peserta Didik (Input, Proses dan Output). *Kharisma: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.59373/kharisma.v2i1.13>
- Ariyani, R., Darni, D., & Darsiah, D. (2024). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. *JAMPI: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), Article 1.
- Bakar, M. A., Umroh, K. A., & Hameed, F. (2023). Improving Quality Islamic Education for Today's Generation. *At-Tadzkir: Islamic Education Journal*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.59373/attadzkir.v2i2.42>
- Ciptaningsih, Y., & Rofiq, M. H. (2022). Participatory Learning With Game Method For Learning Completeness In Islamic Religious Education. *Fikroh: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.37812/fikroh.v15i1.361>
- Evayanti, S., Ponirin, P., Sutomo, M., Farid, F. (2024). Strategi Pemasaran

- Dalam Meningkatkan Minat Siswa Baru Pada SD Negeri 17 Palu. *Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(2), 230-236.
- Fauzi, I. & Kartiko, A. (2023). Pengaruh Promosi an Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Madrasah. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i2.435>
- Fradito, A., Suti'ah., Muliyadi. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), 12-22.
- Hasan, M. S., & Aziz, A. (2023). Kontribusi Pendidikan Islam dalam Pengembangan Sosial Emosional peserta Didik di MTS Salafiyah Syafiiyah Tebuireng Jombang. *Irsyaduna: Jurnal Studi Siswa*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v3i2.1124>
- Hasanah, D., Syarifudin, E. & Qurtubi, A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran jasa Pendidikan dan Kepuasan layanan Terhadap Peningkatkan Minat peserta didik Masuk Sekolah (Studi di MTS Jabal Rachmah Rajeg Dan Matsu Sepatitan). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), Article 5. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i5.5568>
- Ismuratno, I., Hamdani, M. K., Prahastiwi, E. D. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Sekolah Dasar Islam Cendekia Pacitan. *Jurnal Ilmiah "Kreatif"*, 19(1), 16-29.
- Lay, S., Purba, S., Rangkuti, I. (2023). Strategi Promosi Sekolah Dalam Merekrut Calon Peserta Didik Baru Di SMPS Bunga Mawar Gunungsitoli-Nias. *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan*, 9(1), 97-104.
- Mariska, R., Habibie, M, A., Iskarim, M. (2024). Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dalam Pendidikan Dasar: Pendekatan Edupreneurship untuk Meningkatkan Diferensi dan Daya Tarik Sekolah. *Journal Innovation In Education*, 2(4), 93-106.
- Nugroho, A, S., Basyar, M., Masdahria. (2022). Implikasi Jasa Pendidikan Dalam Pengembangan Karakter Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 22-33.
- Nurhidayat, Nurmalasari, N. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Melalui Pemanfaatan Media Sosial. *Journal Of Innovation Literacy Studies*, 1(1), 81-86.
- Nurhaliza, F., Syarifah, Syahputra, I. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Ubidayah Pangkalan Berandan. *Jurnal Idarah At-Tal'lim*, 1(1), 42-52.
- Paramarta, V., Fasya, R., Lasminingsih, K, F., Sukmana, H., Mushin, A. (2024). Implementasi Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Digital Sebagai Upaya Peningkatan Siswa Baru. *Jurnal Penelitian Karya Ilmiah*, 2(2), 35-51.
- Riyanto., Kharisma, M. (2024). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Sekolah. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Studi Keislaman*, 2(1), 30-41.
- Wijaya, David. 2008. Pemasaran Pendidikan sebagai Upaya untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah: Jurnal Pendidikan Penabur. Jakarta: BPK Penabur.
- Zulfiah, E., Putri, N, N, N., Fadhilah, M. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu. *Journal Homepage* : 8(3).414-422.

<https://doi.org/10.51169/ideguru.v8i3>.
606