

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT  
SISWA BARUDI SMA AL-AZHAR 3  
BANDAR LAMPUNG**



**SKRIPSI  
RISKA AMANDA  
NPM: 1811030222**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
2022/1443H**

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN  
UNTUK MENINGKATKAN MINAT  
SISWA BARUDI SMA AL-AZHAR 3  
BANDAR LAMPUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1  
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam**

**Oleh :**

**RISKA AMANDA  
NPM : 1811030222**

**PEMBIMBING I : Dr. Syamsuri Ali, M.Ag  
PEMBIMBING II : Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag**

**Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM RADEN INTAN LAMPUNG  
1442H/2021M**

## ABSTRAK

Pemasar jasa Pendidikan harus membangun sudut pandang masa depan sekolahnya dengan baik. Oleh sebab itu, pemasar jasa Pendidikan harus memiliki pola pikir yang berpandangan kedepan dan belakang sehingga dapat mempersiapkan karyawan sekolah dan siswa untuk menyongsong masa depan sekolah. Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan pemasaran jasa Pendidikan adalah Kepala Sekolah. Kepala Sekolah berperan sebagai penggerak untuk keberhasilan dalam melaksanakan pemasaran jasa Pendidikan. Proses pemasaran jasa Pendidikan yang dilakukan seekolah sudah dapat dikatakan berjalan dengan baik ditinjau dari sikap Kepala Sekolah SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung dalam pelaksanaan dan strategi pemasaran yang dilakukan. Maka dari itu disini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru oleh Kepala Madrasah di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

Maksud dari penelitian yang peneliti lakukan adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan untuk meningkatkan minat siswa baru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, yang terfokus pada Kepala Sekolah, Waka Humas, Waka Kurikulum dalam Tahapan-Tahapan yang dilakukan dalam Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi minat serta unsur-unsur dalam pemasaran jasa Pendidikan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan tehnik pengumpulan data berupa Wawancara dan Dokumentasi. Kemudian penyajian fakta dan datanya menggunakan tehnik deskriptif yang didalamnya berupa kata yang tertulis atau lisan subjek yang telah diamati dari Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas, Kabag Tu, dan Guru.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam Pelaksanaan Pemasaran Jasa Pendidikan yang dilakukan Kepala Sekolah dan Tim Pemasaran harus dapat mempertimbangkan strategi yang digunakan dalam pemasaran jasa pendidikan, dan Unsur-Unsur bauran Pemasaran yang ada dalam pendidikan. Agar dapat mencaai

tujuan yang efektif harus lebih memperhatikan kepuasan dan kebutuhan dari walimurid maupun peserta didik.

**Kata Kunci : (*Marketing Mix*) Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan**



## ABSTRACT

Education services marketers must build a good perspective on the future of their schools. Therefore, education service marketers must have a mindset that looks forward and backward so that they can prepare school employees and students to meet the future of schools. In the Marketing of Educational Services, the person who is responsible for implementing the marketing of Educational services is the Principal. The principal acts as a driver for success in implementing the marketing of educational services. The marketing process for educational services carried out by the school can be said to be going well in terms of the attitude of the Principal of SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung in the implementation and marketing strategies carried out. Therefore, the researcher is interested in conducting a research entitled "Marketing Strategy for Educational Services to Increase Interest of New Students by the Head of Madrasah at SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

The purpose of the research that the researchers conducted was to find out the Marketing Strategy of Educational Services to increase the interest of new students at SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, which focused on the Principal, Deputy Head of Public Relations, Deputy Head of Curriculum in the Stages carried out in the Education Services Marketing Strategy, and to find out the factors of interest and elements in the marketing of Education services.

In this study the authors used a qualitative approach with data collection techniques in the form of interviews and documentation. Then the presentation of the facts and data using descriptive techniques in which the written or spoken words of the subject have been observed from the Principal, Deputy Head of Curriculum, Deputy Head of Public Relations, Head of Tu, and Teachers.

The results of this study indicate that in the implementation of marketing education services carried out by the principal and the marketing team must be able to consider the strategies used in marketing educational services, and the elements of the marketing mix that exist in education. In order to be able to achieve effective goals, it

must pay more attention to the satisfaction and needs of parents and students.

**Keywords:** (*Marketing Mix*) Educational Services Marketing Mix



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riska Amanda

NPM : 1811030222

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

### **“Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung”**

Skripsi ini adalah sepenuhnya karya penelitian saya sendiri. Skripsi ini benar-benar hasil karya penelitian yang dilakukann di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung bukan duplikat atau plagiat kecuali pada bagian-bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam Footnote atau Daftar Pustaka. Apabila dilainn waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya dan penelitian ini,maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Bandar Lampung, 13 April 2022



Riska Amanda

1811030222



**KEMENTERIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

*Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp.(0721)703260*

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung**

**Nama : Riska Amanda**

**NPM : 1811030222**

**Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam**

**Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan**

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah  
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Syamsuri Ali, M.Ag**  
**NIP. 196111251989031003**

**Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag**  
**NIP. 196704201998031002**

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan MPI**

**Dr. H. Yetri, M.Pd**  
**NIP. 196512151994032001**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

*Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung (0721) 703260*

PENGESAHAN

Proposal dengan judul **“Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung”** disusun oleh : Riska Amanda, NPM : 1811030222  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah di ruang sidang virtual dengan menggunakan Aplikasi Zoom pada hari/tanggal : Jum'at, 10 Juni 2022.

TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Hj. Yetri, M.Pd : (.....)

Sekretaris : Sela Kholidiami, M.Pd : (.....)

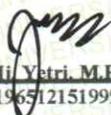
Pembahas Utama : Dr. Riyuzen Praja Tuala, M.Pd : (.....)

Pembahas Pendamping I : Dr. Syamsuri Ali, M.Ag : (.....)

Pembahas Pendamping II : Drs. Yosep Asnat Wahsyah M.Ag : (.....)

Bandar Lampung, Rabu 24 Februari 2021

Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam

  
Dr. Hj. Yetri, M.Pd  
NIP:1965121519994032001

## MOTTO

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِن وَّالٍ ۝ ١١

### Artinya :

“ Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (QS.Ar-Rad:11)



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, Semoga kita senantiasa mendapatkan Rahmat dan Hidayah-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua Orangtua Tercinta Bapak Muhammad Nur Sutrisno dan Ibu Fatmawati yang senantiasa membimbing, memberikan do'anya kepadaku, selalu sabar dan tabah. Senantiasa melantunkan do'a yang tiada henti untuk menghatarakan anaknya ke gerbang kesuksesan.
2. Untuk mba ku, Adik-Adikku, Mas Andi yang aku sayangi selalu memberikan dukungannya, memberikan motivasi sehingga terselesainya skripsi ini.
3. Untuk Umehku Sairoh yang selalu memberikan kasihsayangnya, memberikan support, memberikan doanya pada cucunya dan menjadi tujuan untuk terselesainya skripsi ini.
4. Segenap sekeluarga besar dan kawan-kawan jurusan Manajemen Pendidikan Islam yang memberikan semangat untuk terselesainya skripsi ini
5. Almameter Tercinta yang telah memberikan saya banyak pembelajaran sehingga membuat saya menjadi lebih berfikir terbuka, dan mengajarkan saya dalam proses penyelesaian skripsi.

## RIWAYAT HIDUP

**Riska Amaanda**, Lahir di Metro Kelurahan Sidodadi 22, Kecamatan Metro Timur, Kabupaten Lampung Timur pada tanggal 02 November 2000. Anak kedua dari berempat saudara dari Pasangan Bapak Muhammad Nur Sutrisno dan Ibu Fatmawati.

Penulis menempuh pendidikan formal di TK Pembina Menggala Selatan tahun 2006 di usia 6 tahun kemudian tahun yang sama melanjutkan pendidikan tingkat dasar di SDN 1 Menggala Tamat pada tahun 2012, dan meneruskan pendidikan ke jenjang Menengah Pertama di SMP Negeri 3 Menggala lulus pada Tahun 2015, melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Menggala Tamat pada Tahun 2018. Dan ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

Selama menjadi mahasiswa, penulis mengikuti berbagai kegiatan intra kampus yaitu: Permata Sholawat dan Hiqma (Himpunan Qor'i-Qori'ah) dan mengikuti kegiatan ekstra kampus yaitu Himpunan Maahasiswa Islam (HMI)

ndar Lampung, 13 April 2022

Penulis

**Riska Amanda**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirohmanirohim

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT semoga kita semua selalu dalam lindungan-Nya. Limpahan sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Atas berkat rahmatnya, alhamdulillah penulis, telah dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung.

Proposal ini disusun dan dibuat berdasarkan materi yang ada. Dalam proses penyelesaian proposal ini banyak mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga dengan penuh rasa penghormatan penulis mengucapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh Mukri, M.Ag, selaku rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Prof. Dr. Hj. Nirva Diana, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Intan Lampung
3. Dr. Hj. Yetri, M.Pd, Selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam UIN Raden Intan Lampung
4. Dr. Syamsuri Ali, M.Ag, Selaku Pembimbing I dengan penuh keikhlasan telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan terutama dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Drs. Yosep Aspat Alamsyah, M.Ag, Selaku Pembimbing II dengan penuh keikhlasan telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan terutama dalam menyelesaikan proposal skripsi ini
6. Kepala Sekolah dan Keluarga Besar SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung yang telah memberikan bantuan hingga terselesainya prosposal Skripsi ini
7. Kedua Orangtua, Nenek saya, Mba, Mas Andi, Sahabat dan Saudara saya yang telah memotivasi penulis sampai saat ini

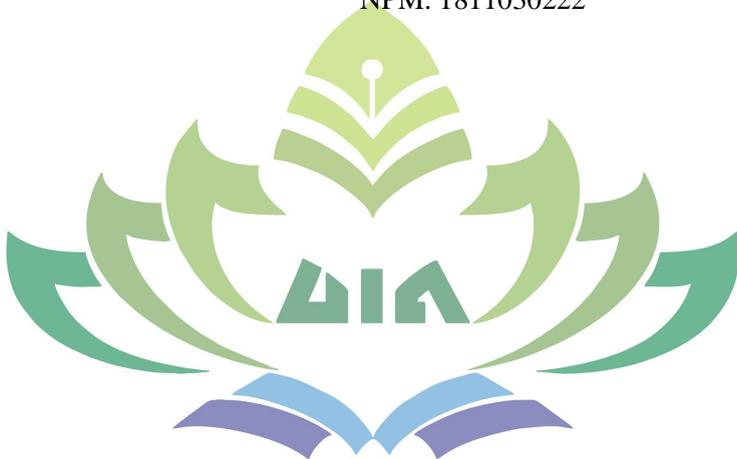
8. Kepada pembaca jika terdapat kekurangan dan kekeliruan dalam proposal ini penulis mohon maaf, karena penulis sendiri dalam tahap belajar dengan demikian, tak lupa penulis ucapkan terimakasih. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan Informasi bagi Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Bandar Lampung, 30 Mei 2021

Penulis,

Riska Amanda

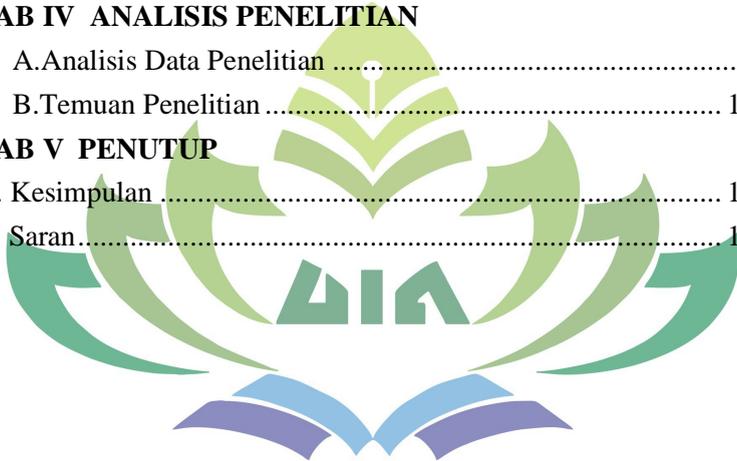
NPM. 1811030222



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>SURAT PENGESAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	2
C. Fokus dan Subfokus Penelitian .....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	10
H. Metode Penelitian .....	12
I. Sistematika Pembahasan .....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
1. Pengertian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan .....	23
2. Pengertian Pemasaran .....	25
3. Prinsip-Prinsip Pemasaran .....	27
4. Penerapan Pemasaran Pendidikan .....	30
a. Product .....	31

b. Price.....	33
c. Place.....	36
d. Promotion.....	36
e. People.....	37
f. Physical evidence.....	39
g. Process .....	39
5. Pengertian Jasa Pendidikan .....	40
6. Variabel Yang Menimbulkan Citra .....	41
<b>BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian.....	55
<b>BAB IV ANALISIS PENELITIAN</b>	
A. Analisis Data Penelitian .....	99
B. Temuan Penelitian .....	144
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	123
B. Saran.....	125



## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1.1 Pendaftaran Peserta Didik	5
1.2 Data Kepala Sekolah di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung	46
1.3 Data Keadaan Siswa di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung	47
1.4 Data Jumlah Ruangan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung	47
1.5 Data Registrasi Biaya PPDB	49
1.6 Keadaan Guru dan Karyawan SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung	52



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kisi-Kisi Instrumen Wawancara  
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara  
Lampiran 3 : Lembar Wawancara dengan Kepala Sekolah,Waka Kurikulum,Waka Humas,Kabag Tu, Guru  
Lampiran 4 : Kerangka Dokumentasi  
Lampiran 5 : Surat Balasan Penelitian  
Lampiran 6 : Nota Dinas  
Lampiran 7 : Cover ACC Proposal  
Lampiran 8 : Pengesahan Proposal  
Lampiran 9 : Lembar Hasil Turnitin  
Lampiran 10 : Foto Dokumentasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

#### 1. Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam jangka yang panjang. Strategi juga dapat diartikan sebagai tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar.<sup>1</sup>

#### 2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.<sup>2</sup> Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan dalam memulai kegiatan dimulai dari sebelum barang-barang atau bahan-bahan masuk dalam proses produksi.<sup>3</sup>

#### 3. Jasa Pendidikan

Jasa pendidikan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan kepada pihak pengguna jasa pendidikan, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan apa pun. keberhasilan jasa pendidikan ditentukan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan tersebut (siswa atau mahasiswa/peserta didik).

#### 4. SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung

SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung merupakan sekolah umum yang berbasis islam dan sudah terakreditasi A. Yang terletak di Jl. M.Nur I Sepang Jaya Way Halim Bandar Lampung dimana penulis akan melakukan penelitian di sekolah tersebut.

---

<sup>1</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati, 2016.

<sup>2</sup> Kevin Lane Keller Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, 2009.

<sup>3</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 3.

Berdasarkan uraian diatas tergambar jelas bahwa yang penulis maksud dari judul skripsi ini adalah untuk mengetahui “**Strategi pemasaran Jasa Pendidikan Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru Di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung**”.

## B. Latar Belakang Masalah

Di era perubahan zaman yang semakin canggih dengan teknologi, lembaga pendidikan semakin di tuntut memberikan pelayanan yang profesional sebagai *stekholder*. Hal ini disebabkan semakin kritisnya para *stekholder* dalam memiliki suatu lembaga pendidikan yang layak dan memuaskan.<sup>4</sup>

*Stakholder*<sup>5</sup> yang dimaksud dalam penelitian ini diantaranya ialah :

1. Siswa/I yaitu peserta didik yang masih terdaftar aktif di sekolah
2. Orang tua murid yaitu wali murid dari siswa yang masih terdaftar aktif di sekolah
3. Guru yaitu sebagai tenaga pengajar yang masih terdaftar sebagai tenaga pengajar di sekolah atau madrasah
4. Alumni sekolah yaitu siswa yang dinyatakan telah lulus dari sekolah tersebut.

Kompetensi antar sekolah yang kini semakin ketat mencerminkan adanya upaya kreatif penyelenggara pendidikan dalam menggali keunggulan dan keunikan sekolahnya agar dibutuhkan dan di minati oleh pelanggan jasa pendidikan (*Stekholder*) lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan berbagai keunggulan fasilitas, bahkan dengan biaya yang terjangkau, dapat menambah maraknya kompetisi pendidikan.<sup>6</sup>

Banyak masyarakat yang mengklarifikasi bahwa sekolah negeri memiliki kualitas yang sangat tinggi, akuntabilitas lebih

---

<sup>4</sup>ZulkarnainNasution,*ManajemenHumasdiLembagaPendidikan*,(Malang:UMM Press,2010), hal. V

<sup>5</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta:Bumi Aksara, 2016).

<sup>6</sup>*Ibid*,hal. 3

besar, gaji guru sesuai kinerja, dan persyaratan gelar guru yang lebih tinggi dibandingkan swasta. Sehingga para wali murid berbondong-bondong mendaftarkan putra putrinya ke sekolah Negeri. Akan tetapi, Ketika kemampuan seorang anak tidak mampu mencapai target maka orangtua akan mendaftarkannya ke sekolah swasta. Dilihat berdasarkan realita tersebut dapat menimbulkan keterpaksaan terhadap anak dalam menempuh pendidikannya karena kekecewaan pribadi seorang anak yang tidak bisa masuk di sekolah negeri. Oleh karena itu, sekolah swasta harus memasarkan sekolahannya sesuai dengan kebutuhan dalam mengelola kompetensi di Lembaga pendidikan dengan tetap memperhatikan posisi sekolah dalam kategori terbaik. Kunci utama dalam menghadapi kompetensi pendidikan adalah menciptakan aktivitas pemasaran jasa pendidikan yang innovative dan harapan sekolah yang lebih besar.<sup>7</sup>

Pada era globalisasi manajemen pemasaran di lembaga pendidikan tadinya masih dianggap tabu, ada yang beranggapan bahwa pendidikan bukanlah suatu produk yang harus di pasarkan, karena lembaga pendidikan merupakan badan social yang tidak memerlukan pemasaran, akan tetapi tanpa kita sadari bahwa di era global ini pendidikan menjadi kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia. Oleh karena itu lembaga pendidikan sangat dituntut untuk memberikan layanan seperti informasi, keterampilan mengelola informasi, dan kerjasama dengan lembaga lain.<sup>8</sup>

SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung yang beralamat di Jalan M. Noer I No. 1 Way Halim Bandar Lampung yang didirikan pada tanggal 3 Juli 1992 berada dibawah naungan Yayasan Al-Azhar Lampung. Berdirinya SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung adalah berdasarkan pertimbangan bahwa di kompleks Way Halim Yayasan Al – Azhar Tanjung Karang telah mempunyai binaan :

- a) 2 buah Taman Kanak – Kanak

---

<sup>7</sup>Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta

<sup>8</sup> Altman, *Public Places and Spaces*. (New York: Plenum Press, 1989).

- b) 1 buah Sekolah Dasar
- c) 1 buah Sekolah Menengah Pertama Dan di sekitar Kompleks Way Halim juga banyak berdiri Sekolah Menengah Tingkat Pertama

Berdasarkan pertimbangan diatas maka pada tanggal 2 januari 1992 dengan Nomor Surat : 120/YAL/XI/1992, Yayasan Al Azhar Tanjung Karang mengajukan permohonan mendirikan SMA Al – Azhar 3 di Way Halim, kepada Kakanwil Depdikbud Propinsi Lampung, melalui Kakandepdikbud Kedaton.

Sehingga surat permohonan tersebut di setuju oleh Kakanwil Depdikbud Provinsi Lampung dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor : 612/I.12/BI/U/1994, tertanggal 26 Januari 1994 dan surat tersebut berlaku sejak di tetapkan terhitung mulai tanggal 1 Juli 1992.

SMA Al-Azhar pada dasarnya sekolah umum yang berusaha dibalut menjadi sekolah bernuansa islam, dan Terakreditasi A yang bernaung dibawah Yayasan Al-Azhar Lampung, yang beralamat di Jl. M. Noer I No. I Kompleks Perumahan Way Halim, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung. Memiliki sarana dan prasarana yang terbilang lengkap dengan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat menunjang kegiatan ataupun aktivitas warga sekolah. Hal tersebut dapat dikatakan sebagai bukti sekolah terhadap masyarakat mengenai produk ataupun jasa yang ditawarkan sesuai dengan apa yang telah tertera didalam brosur maupun palflet pemasaran sekolah.

Dari yang peneliti dapat pada saat pra penelitian, dikatakan oleh Waka Humas Rosmawati, S.Pd bahwa dalam melakukan penawaran yang harus diberikan kepada peserta didik yang lulus dari SMA AL-Azhar selain mampu memahami di bidang akademik ketika masuk ke jenjang perguruan maupun dunia kerja, mereka harus mampu untuk mengembangkan dan menanamkan syariat Islam salah satu buktinya adalah siswa tersebut harus bisa menghafal max Juz 30 dan menghafal surah surah yang telah dibimbing oleh ustadz dan ustadzah.

Sekolah perlu meningkatkan pelayanan yang lebih baik dalam memberikan jasa Pendidikan untuk kepuasan pelanggan jasa Pendidikan dan kemudian dipromosikan dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik. Oleh karenanya sekolah perlu meningkatkan minat calon peserta didik baru dengan memberikan layanan yang bermutu dalam rangka peningkatan daya saing sekolah. Strategi pemasaran jasa Pendidikan dibutuhkan oleh Lembaga Pendidikan untuk meningkatkan kuaalitas profesionalisme manajemen sekolah. Strategi pemasaran jasa Pendidikan dapat mempengaruhi setiap aspek sekolah, salah satu manfaat dari program pemasaran jasa Pendidikan adalah meningkatnya minat calon peserta didik baru pada sekolah.<sup>9</sup>

Dari hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 06 September 2021, salah satu bukti terkait berhasilnya pemasaran jasa pendidikan tiga tahun terakhir selalu stabil, data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

Data Pendaftaran Peserta Didik SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung Dalam Setiap Tahun

No	Tahun Pelajaran	Jumlah Pendaftar
1	2018/2019	846
2	2019/2020	850
3	2020/2021	970

*Sumber : Dokumentasi SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung 28 Maret 2021*

Pada tahun pelajaran 2020/2021 Sekolah SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung mengasuh anak didik sejumlah 970 orang siswa yang tersebar di 24 kelas.

Berdasarkan tabel diatas bahwa pemasaran jasa pendidikan di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung alhamdulillah telah berhasil dalam mencapai target, hal ini dapat dilihat dari

<sup>9</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta:Bumi Aksara, 2006).

pembukaan pendaftaran yang dibuka dalam tiga gelombang, namun pendaftaran siswa baru telah memenuhi target disaat seminggu setelah gelombang pertama dibuka. Pemasaran jasa dalam bidang pendidikan memiliki beberapa bentuk pemasaran di dalamnya, adapun bentuk dari pemasaran memiliki cakupan antara lain:

### 1. Materi Inti/Reguler

Dalam pemasaran dibidang jasa pendidikan, SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung memiliki banyak keunggulan di dalamnya. Salah satu keunggulan di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung yaitu dalam proses belajar mengajar. Karena SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung adalah sekolah swasta berbasis Islam maka didalam proses pembelajaran yang ada di dalamnya tidak hanya memberikan pelajaran-pelajaran inti atau reguler tentang pengetahuan umum saja, tetapi juga memiliki pendidikan agama Islam dan menanamkan Nilai islam yang memiliki kepribadian sebagai salah satu faktor penunjang dalam pendidikan moral. Orang yang bermoral adalah orang yang memiliki sikap batin yang baik yang terwujud dalam perbuatan yang baik pula, pendidikan Islam yang merupakan salah satu faktor yang membentuk kepribadian luhur bagi peserta didik.

### 2. Materi Penunjang

Selain proses pembelajaran reguler SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung juga memiliki kegiatan pembelajaran penunjang berupa les atau bimbel yang diadakan di luar pembelajaran reguler. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan pembelajaran tambahan yang diberikan kepada siswa. Untuk menambah intensitas belajar siswa, bimbel adalah pilihan tepat orang tua. Karena setiap orang memiliki kewajiban yang harus dilakukan sepanjang hidupnya, yakni belajar.

### 3. Ekstra Kurikuler

Dalam pemasaran jasa pendidikan, SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung juga mengenalkan semua ekstrakurikuler yang dimiliki. Ekstrakurikuler adalah kegiatan non-pelajaran formal yang dilakukan peserta didik di luar jam pelajaran. Kegiatan ekstrakurikuler ditunjukkan agar siswa dapat mengembangkan

bakat, kemampuan, dan kepribadian yang mereka miliki diluar bidang akademik. Kegiatan ekstrakurikuler sendiri dapat berupa kegiatan olahraga, seni, keagamaan, pengembangan kepribadian dan kegiatan lainnya yang bersifat positif guna mamajukan kemampuan para siswa.

Di zaman modern ini sudah lebih dari 20 macam media sosial yang telah diciptakan, beberapa yang sering dan memiliki banyak pengguna adalah Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, BBM, Line, Google +, dan masih banyak lagi. Selain memasarkan lewat media manual, SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung saat ini juga menggunakan web dan berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp. Karena dinilai lebih mudah, cepat dan cakupan penyebarannya lebih luas.

Berdasarkan hasil Penelitian di lokasi tersebut, disebabkan beberapa faktor dalam menambah minat siswa/I atau masyarakat diantaranya, yaitu :

1. Jika dilihat dari tugas pokok dan Strategi Penawaran di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung sudah berjalan.
2. SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung sudah memiliki akses website, media sosial dan kerjasama dengan media.
3. SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung memiliki petugas khusus yang mengelola manajemen pemasaran dan website sekolah.
4. SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung banyak diminati masyarakat.
5. SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung merupakan sekolah favorit.
6. SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung memiliki lokasi yang strategis berada di pertengahan Kota Bandar Lampung.

Faktor-faktor diatas yang mendorong peneliti untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

### C. Fokus Dan Subfokus Penelitian

#### 1. Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka fokus pada penlitian ini adalah **Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru** Studi Kasus **SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung**

#### 2. Subfokus Penelitian

Adapun subfokus pada penelitian ini adalah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu 7P : (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical evidence, Proses*).

Berdasarkan Latar Belakang Masalah diatas maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung”

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus dan subfokus penelitian diatas, maka peneliti memberikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Produk (product) apa saja yang ditawarkan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
2. Bagaimana penerapan harga (price) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
3. Bagaimana keadaan tempat (place) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
4. Bagaimana promosi yang dilakukan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
5. Bagaimana sumber daya manusia (people) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
6. Bagaimana bentuk fisik (physical evidence) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
7. Bagaimana proses yang dilakukan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?

### E. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini agar lebih terarahnya suatu penelitian sesuai dengan apa yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Produk (product) apa saja yang ditawarkan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
2. Untuk mengetahui penerapan harga (price) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
3. Untuk mengetahui keadaan tempat (place) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
4. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
5. Untuk mengetahui sumber daya manusia (people) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
6. Untuk mengetahui bentuk fisik (physical evidence) di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?
7. Untuk mengetahui proses yang dilakukan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung ?

#### F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini jika dilihat dari segi Teoritis dan Praktis adalah sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan bermanfaat untuk memberi penyumbang teori, paling tidak penelitian ini dapat menjadi teori yang mampu menguji teori-teori Strategi pendidikan yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

##### 2. Manfaat Praktis

Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna bagi berbagai pihak antara lain :

###### a. Bagi sekolah

Bagi sekolah diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas sekolahnya, khususnya dalam Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan.

###### b. Bagi peneliti

Setelah penelitian ini peneliti memperoleh pengetahuan dan pengalaman, dan menjadi bekal untuk kedepannya guna

diterapkan dalam kelompoknya saat sudah menjadi staf maupun kepala sekolah sebagai upaya meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah.

Dari hasil pra penelitian, penulis mengharapkan penelitian ini dapat membawa pengaruh positif dan bermanfaat terutama dalam lembaga pendidikan pemasaran jasa yang menjadi unsur pendukung dalam meningkatkan mutu di suatu sekolah. Adapun manfaat dari penelitian ini supaya bisa dijadikan referensi untuk peneliti yang akan datang terutama Mahasiswa UIN RADEN INTAN LAMPUNG Manajemen Pendidikan Islam.

#### G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu berfungsi untuk menjelaskan kerangka pembahasan. Topik yang akan diteliti belum pernah dibahas dan diteliti oleh peneliti lain. Tetapi kemungkinan ada beberapa kemiripan tertentu didalamnya.

Berikut adalah judul peneliti terdahulu yang pernah melakukan penelitian diantaranya :

1. Rani Putri Prihatin dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Siswa Baru di MTSN 5 Sleman Yogyakarta, Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : pertama, MTS Negeri 5 Sleman menjalankan strategi pemasaran jasa Pendidikan jenis Marketing Mix upaya meningkatkan minat siswa baru, kedua, beberapa factor yang mempengaruhi peningkatan minat siswa baru. Ketiga, faktor-faktor yang menghambat dalam proses pemasaran jasa Pendidikan.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> 'Manajemen Pendidikan Islam', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4 (2) (2020), 173–98.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah faktor yang mempengaruhi peningkatan minat siswa dan faktor yang menghambat

2. Ratih Hurriyati, dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah” dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Untuk keberhasilan sebuah lembaga dalam jangka panjang, maka lembaga tersebut harus menciptakan layanan yang memuaskan ‘need and want’ pelanggannya. Guna menciptakan layanan yang memuaskan ini, maka lembaga menciptakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (Marketing Mix) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan reduksi data, display dan triangulasi sumber.<sup>11</sup>

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pemasaran dalam jasa pendidikan.

3. Esti Winarni, yang berjudul “Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Siswa di MIN Tempel Yogyakarta” Dari penelitian ini Esti Winarni memaparkan mengenai penerapan pemasaran stratejik di MIN Tempel Yogyakarta. Persamaan dengan penelitian yang akan disusun uraikan yaitu tujuannya agar meningkatkan kepuasan siswa. Dalam penelitian yang akan disusun peneliti, peneliti tidak hanya meneliti kepuasan siswa, namun juga para wali dan konsumen pendidikan. Selain itu peneliti akan lebih menguraikan strategi pemasaran jasa serta peranannya dalam meningkatkan kepuasan para konsumen pendidikan.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> ‘Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan’, *Jurnal Madaniyah*, 7 nomor 2 (2017), 123.

<sup>12</sup> *JURNAL IDAARAH Revisi*.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah perannya dalam meningkatkan konsumen dan penerapan pemasarannya.

4. Frisca Windriati, dengan judul Analisis Kepuasan Orangtua Siswa Terhadap Layanan Pendidikan di MTsN 2 Semarang, Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan pendekatan survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif kuantitatif dengan analisis tingkat kepentingan-kinerja (*importance performance analysis*). Kajian ini menunjukkan : 1. Penilaian kenyataan pada dimensi tangible bukti fisik, kenadalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.<sup>13</sup>

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penilaian pemasarannya dan analisis tingkat kepentingan kinerja.

5. Irwan Fathurrochman, dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Hasil dari penelitian ini adalah tentang bagaimana maraknya pemasaran jasa Pendidikan beranjak dari konsep awal madrasah sebagai Lembaga penyedia layanan Pendidikan Islam dan bukan menjadiah lahan bisnis dalam dunia Pendidikan.<sup>14</sup>

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah konsep pemasarannya.

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung adalah penelitian kualitatif. Dimana pada penelitian ini hendak mendiskripsikan suatu gejala, kejadian dan

<sup>13</sup> Jurnal.<http://eprints.walisongo.ac.id>. (Diakses 5 Maret 2020)

<sup>14</sup> Jurnal *Isema: Islamic Educational Management* 6 (1), 1-12, 2021

peristiwa yang terjadi secara alamiah, holistik dan sebagai mana adanya yang didapatkan melalui metode alamiah yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian peneliti mendeskripsikan apa makna dibalik data yang diperoleh. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristiwanya.<sup>15</sup>

Metode penelitian adalah cara yang digunakan dalam penelitian ilmiah yang memiliki standar, sistematis dan logis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan permasalahan dan fokus penelitian. Pendekatan kualitatif adalah langkah-langkah penelitian sosial untuk mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan oleh Lexy J. Moleong. Bahwa "data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, gambaran dan bukan angka-angka".<sup>16</sup>

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.<sup>17</sup> Dalam penelitian kualitatif yang bersifat holistik, adapun jumlah teori yang harus dimiliki oleh peneliti kualitatif

---

<sup>15</sup> Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Jakarta : Rineka Cipta 2014) h. 36

<sup>16</sup> Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) h. 11

<sup>17</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, Dan R &D*.(Bandung: Alfabeta, 2017), h. 2

jauh lebih banyak karena harus disesuaikan dengan fenomena yang berkembang didalam lapangan.

Jadi dapat disimpulkan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dirancang dan dibuat untuk memperoleh informasi berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka yang menggambarkan kondisi lapangan sesuai kenyataan atau fakta di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

## **2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dikerjakan pada tanggal 16 Maret 2022 dan tempat penelitian ini, yakni :

Nama Sekolah : SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung

Status Sekolah : Swasta

Alamat : Jl. M. Noer I No. I Kompleks Perumahan Way Halim, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

## **3. Sumber Data Penelitian**

Sumber data penelitian merupakan subyek darimana data bisa diperoleh. Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif berupa kata-kata atau Tindakan sumber data tambahannya didapatkan melalui dokumen dan lain sebagainya.

### **a. Sumber data primer**

Sumber data primer adalah data yang langsung didapatkan dari sumber data dan diberikan kepada pengumpul data atau peneliti. Dalam penelitian ini sumber dijadikan bahan utama dalam penelitian karena mengandung data-data penting yang membahas tentang Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat Siswa Baru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung. Sumber data primer yang diperoleh peneliti adalah hasil wawancara dengan kepala sekolah, waka humas, waka kurikulum, Kabag TU, Guru.

### **b. Sumber data sekunder**

sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, internet, jurnal, dokumen serta buku-buku yang menunjang penelitian ini. Sumber data sekunder yang diperoleh peneliti adalah data yang diperoleh langsung dari

pihak-pihak yang berkaitan berupa data-data sekolah dan berbagai literatur yang relevan dengan pembahasan, seperti dokumen-dokumen Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini beberapa Teknik pengumpulan data, yaitu :

##### a. Teknik Wawancara

Menurut Bogdan dan Biklen wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk menggali informasi tentang fokus penelitian yang biasanya dilakukan oleh dua orang atau lebih yang diarahkan oleh salah seorang dengan maksud memperoleh keterangan.<sup>18</sup>

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur.

1. Wawancara terstruktur, artinya peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh dari responden dan peneliti menyiapkan pertanyaan serta jawaban yang sudah tersusun secara sistematis.
2. Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis hanya memuat point-point penting masalah yang digali dari responden.<sup>19</sup>

Jenis wawancara yang diterapkan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti bebas menanyakan apa saja tetapi mengingat data apa yang akan dikumpulkan maka peneliti membawa sederetan pertanyaan yang sudah dibuat. Berdasarkan analisis terhadap setiap jawaban dari responden, peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada suatu tujuan.

Narasumber yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah kepala sekolah SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung,

<sup>18</sup> Salim dan Syahrudin, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cetakan Ke (Bandung:Citapustaka Media,2012),19

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, Dan R&D)* (Bandung:Alfabeta 2009), 194-197

Waka Humas SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, Waka Kurikulum SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, Kabag Tu SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, Guru SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

#### b. Observasi

Metode Observasi (pengamatan) adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.<sup>20</sup> Nasution menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

Data ini dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas.<sup>21</sup> Dengan teknik observasi ini, peneliti mendapatkan gambaran mengenai penelitian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

Adapun jenis teknik observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

- Observasi Non Partisipan  
Observasi yang dilakukan apabila observer tidak ikut ambil bagian kehidupan observe.
- Observasi sistematis  
Observasi apabila pengamat menggunakan pedoman sebagai instrument pengamatan.<sup>22</sup>

Peneliti mengambil observasi non partisipan karena penelitiannya tidak ikut andil dalam segala macam kegiatan yang dilakukan di observe. Penggunaan observasi sistematis bertujuan supaya observasi yang dilakukan oleh peneliti terstruktur dan tidak keluar dari alur penelitian. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 72

<sup>21</sup> Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 83

<sup>22</sup> Hasanah, Hasyim. (n.d.). "Teknik-Teknik Observasi". *Jurnal At Taqaddum*, Voln8.

1. Keunggulan dibidang Ekstrakurikuler dan Kulikuler di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung yang memiliki banyak prestasi yang telah diraih oleh siswa/i
2. Keadaan SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung yang dimulai dari situasi lingkungan sampai dengan masalah-masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan
3. Strategi Pemasaran Jasa yang dilakukan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

### c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono dokumentasi merupakan catatan peristiwa-peristiwa yang sudah berlalu yang berupa gambar, tulisan, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi juga bisa digunakan sebagai data pelengkap dan bukti yang diperoleh dari wawancara agar tidak diragukan kebenarannya.<sup>23</sup>

Dokumentasi adalah catatan atau kegiatan peristiwa yang telah berlalu. Dokumentasi bisa berupa gambar, tulisan, dan bukti lainnya. Dokumentasi dijadikan sebagai data pelengkap dan data bukti yang diperoleh dari wawancara agar tidak diragukan keberadaannya.

Adapun data yang dihimpun melalui metode dokumentasi dalam penelitian ini adalah sejarah SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, Visi, Misi dan Tujuan, profil sekolah, struktur organisasi, Kegiatan ekstrakurikuler dan kurikuler yang erat kaitannya dengan penelitian yaitu Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Untuk Meningkatkan Minat siswa Baru di SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung.”

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, saat pengumpulan data berlangsung dan telah usai. Data yang diperoleh peneliti selanjutnya dikembangkan melalui pola hubungan tertentu.

---

<sup>23</sup> Syahrums, Metode Penelitian Kualitatif

Adapun langkah-langkah yang harus penulis tempuh dalam menganalisis data yaitu :

- Reduksi data adalah proses mengolah data dari lapangan dengan memilah dan memilih, menyederhanakan data dengan merangkum yang penting-penting sesuai dengan fokus masalah penelitian.
- Data Display, dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut *“looking at displays help us to understand what is happening and to do some thing-further analysis or caution on that understanding”* Miles and Huberman (1984).

- Conclusion/Verification

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.<sup>24</sup>

## 6. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif temuan atau data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan penulis dan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menguji keabsahan data didalam sebuah penelitian dengan tehnik triangulasi. Triangulasi dalam penguujian kreadibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Macam-macam triangulasi adalah sebagai berikut:

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kreadibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang,

---

<sup>24</sup> Ibid,h.252

maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawah yang dipimpin, keatasan yang menguasai, dan keteman kerja yang merupakan kelompok kerjasama.

## 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner.

## 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi pada penelitian ini peneliti gunakan untuk mengecek keabsahan data yang telah diperoleh melalui berbagai macam sumber dengan wawancara mendalam dan dokumentasi sebagai sumber data.<sup>25</sup>

Pada pelaksanaannya penulis mengerjakan pengecekan data yang asalnya dari wawancara dengan kepala sekolah, waka humas, waka kurikulum, kabag TU dan dewan guru di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung dan dokumentasi berupa data-data yang ada dilapangan, mencocokkan dengan teori yang dipakai guna membandingkan dengan studi yang terdahulu.

## I. Sistematika Pembahasan

Data rencana penelitian

Sistematika penulisan bagian substansi (inti) skripsi penelitian kualitatif secara umum sebagai berikut :

---

<sup>25</sup> Choiri, Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan

**BAB I :** Pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang yang mendasari adanya penelitian ini, Fokus dan Subfokus, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu, metode penelitian. Metode penelitian yang dilakukan di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini merujuk pada peristiwa gejala, fakta yang terjadi secara ilmiah dan praktis. Metode ilmiah ini terdiri dari wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi.

**BAB II:** Landasan Teori yang berkaitan dengan rumusan masalah. Landasan teori ini berisi tentang, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Buanan pemasaran yang didalamnya terdapat 7 aspek diantaranya adalah : 1) Produk, 2) Price, 3) Place, 4) Promotion, 5) Physical Evidance, 6) People, 7) Proces. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek yang diperoleh dari hasil penelitian. Penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam pengumpulan data harus responden, dimana sumbernya mampu merespon dan menjawab semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Data yang diambil melalui : Kepala Sekolah, Waka Humas, Waka Kurikulum, Tu, Guru. Agar mendapatkan data yang objektif dan valid.

**BAB III :** Gambaran Umum Madrasah, Letak dan keadaan geografis, Sejarah nya. Dalam bab ini akan ditulis tentang gambaran umum SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, yang menjelaskan letak dan keadaan geografis, sejarah berdirinya dan perkembangan SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung, mengenai visi dan misi, struktur organisasi, keadaan sekolah siswa, serta keadaan sarana dan prasarana di SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung.

**BAB IV:** Analisa penelitian yang berisi Analisis data penelitian dan Temuan data penelitian. Pembahasan pada bab ini mencakup sub focus, dan sebagai jawaban dari rumusan masalah disertai analisis data dan temuan penelitian ini.

**BAB V:** Penutup, pada akhir bab ini berisikan kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan secara ringkas menurut semua pembahsan dan temuan penelitian tentang masalah yang ada di penelitian ini. Kesimpulan diambil dari hasil analisis penelitian

dan pengambilan data pada bab-bab sebelumnya. Rekomendasi dirumuskan berdasarkan hasil penelitian yang terdapat gambar dan Langkah-langkah yang harus dilakukan pada peneliti terkait hasil penelitian tersebut.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 1. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>26</sup> Menurut Tjipto, strategi adalah suatu alat untuk menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan organisasi.<sup>27</sup> Kotler juga berpendapat bahwa strategi adalah sebagai rencana permainan untuk mencapai sasaran usaha dengan menggunakan pemikiran yang strategis.<sup>28</sup> Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penyusunan strategi perlu diperhatikan kondisi dan perubahan lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal yang pada akhirnya dapat tercapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi juga dapat diartikan sebagai wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.

Pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.<sup>29</sup> Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkat dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu

---

<sup>26</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), h. 1340

<sup>27</sup> Tjipto Fandi, *Strategi Pemasaran*, ( Jakarta : Andi, 1995), h. 3

<sup>28</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ( Jakarta : PT. Prehindo, 1997), h. 75

<sup>29</sup> *Ibid*, h. 1027

berubah<sup>30</sup>. Menurut Amstrong dan Kotler strategi pemasaran adalah pernyataan pokok tentang dampak yang diharapkan akan dicapai dalam hal permintaan pada target pasar yang ditentukan.<sup>31</sup> Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah ,akan tetapi saling berhubungan erat, yaitu:

- a. Pasar target atau sasaran, yaitu suatu kelompok yang homogeny, yang merupakan sasaran perusahaan.
- b. Bauran pemasaran ( marketing mix) yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol ,yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar sasaran merupakan suatu sasaran yang akan dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut. strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.<sup>32</sup>

Berdasarkan informasi yang telah didapat oleh penulis dari hasil wawancara dan observasi dengan Kepala Sekolah dan Guru SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung strategi pemasaran dibagi menjadi 2 yaitu :

#### 1) Pemasaran Internal (*Internal Marketing*)

Menurut Rambat Lupiyoadi, mengatakan bahwa internal marketing merupakan langkah awal untuk menciptakan motivasi yang tinggi baik bagi karyawan maupun konsumen sebagai pengguna jasa.<sup>33</sup>

SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung menjadikan Guru dan Siswa sebagai pelanggan, pelanggan yang harus di perhatikan dan dipelihara dengan baik. Ketika guru dan siswa merasa nyaman maka akan menjadi loyal kepada sekolah sehingga memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan eksternal. Ada

---

<sup>30</sup> Sofjan Asauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Rajawali Pers ,2011), h. 168

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 5

<sup>32</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Alfabet: Bandung,2013) ,h. 176

<sup>33</sup> Rambat Lupiyoadi, *Pemasaran Jasa* (Tangerang: Universitas Terbuka 2014), h. 85

beberapa hal yang dilakukan agar guru dan siswa menjadi loyal yaitu :

- a. Mengembangkan SDM
- b. Perhatian Sekolah Terhadap Guru dan Siswa Yang Sakit
- c. Mewadahi keinginan Siswa
- d. Mewadahi keinginan Guru dengan Pertemuan Rutin
- e. Memberikan Reward Atau Bonus Kepada Guru dan Siswa Terbaik.<sup>34</sup>

## 2) Pemasaran Eksternal (Eksternal Marketing)

Seperti yang diungkapkan Buchari Alma, Eksternal Marketing adalah Marketing Promises, tugasnya membuat dan memberikan janji kepada konsumen.<sup>35</sup> SMA AL-Azhar 3 Bandar Lampung menawarkan Program Unggulan, yaitu :

- a. Program Kelas Unggul
- b. Program Kelas Reguler
- c. Ekstrakurikuler

## 2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar suatu yang bernilai satu sama lain.<sup>36</sup> Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>37</sup>

Menurut *Philip Kotler* dalam buku Danang Sunyoto pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.<sup>38</sup> Menurut American Marketing Association dalam buku

<sup>34</sup> Francisco Luis and Gil Moncayo, 'Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan'.

<sup>35</sup> Buchari Alma, Pemasaran Startejik, h. 118

<sup>36</sup> Daryanto, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Satu Nusa, 2011), h.1.

<sup>37</sup> Yazid, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h. 2.

<sup>38</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), h. 18.

Sofjan Assauri pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.<sup>39</sup>

Menurut *William J Stanton* dalam buku *Bahrul Ulumi* pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang.<sup>40</sup> Menurut *Lockhart* dalam buku *Emran Anom* pemasaran jasa pendidikan adalah cara untuk melakukan sesuatu dimana siswa, orangtua siswa, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi pendukung masyarakat yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.<sup>41</sup>

Dalam pandangan Islam, pasar dianggap sebagai lembaga yang sangat penting karena penjual dan pembeli bertemu dengan melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Arti penting pasar dalam Islam tidak lepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli dan kegiatan yang diharamkan. Arti penting pasar sebagai wadah aktivitas jual beli tidak hanya dilihat dari fungsinya secara fisik, namun aturan, norma, dan yang terkait dengan masalah pasar.<sup>42</sup> Adapun firman Allah yang berkaitan dengan pengertian di atas adalah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di

<sup>39</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, dan Konsep, Strategi*. ( Jakarta:Rajawali Pers, 2015), h. 3.

<sup>40</sup> Bahrul Ulumi, “*Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan*”. Modul, h. 1.5.

<sup>41</sup> Erman Anom, *Pemerintah, Media, dan Masyarakat di Indonesia*, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2016), h. 16.

<sup>42</sup> Hendar, *Manajemen Perusahaan Koperasi*, (Erlangga, 2010), h. 37

## DAFTAR PUSTAKA

- Altman, *Public Places and Spaces*. (New York: Plenum Press, 1989)
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- , *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati, 2016
- , *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)
- JURNAL IDAARAH Revisi*
- Luis, Francisco, and Gil Moncayo, ‘Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan’
- ‘Manajemen Pendidikan Islam’, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4 (2) (2020), 173–98
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, 2009
- Q.S An-Nissa ayat 29, *Lembaga Pemasaran Jasa Pendidikan*
- ‘Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan’, *Jurnal Madaniyah*, 7 nomor 2 (2017), 123
- Abott, R., S. Steadman, and M. *Birchenhough*. 1988. *GRIDS School Handbook*. New York: Longman for SCDC.
- Alma, Buvhari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2005. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyanti. 2005. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Altman, Irwin and Ervin H. Zube. 1989. *Public Places and Spaces*. New York: Plenum Press
- American Marketing Association. 1960. *Marketing Definition: A Glossary of Marketing Terms*. Chicago: American Marketing Association, Commite on Definition.

- Bafadal, Ibrahim. 2003. *Manajemen Perlengkapan Sekolah: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husaini Usman, Manajemen ( *Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*),( Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006)
- Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*,( Bandung: Alfabeta: 2003)
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* , ( Alfabeta: Bandung, 2013)
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi VIII, ( Jakarta: Erlangga, 2001)
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D),(Bandung: Alfabeta, 2011)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada; 2008)
- Masyhuri dan Zainuddin, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*, (Bandung: Refika Aditama, 2011)
- Ruslan Rosadi, *Metode Penelitian Public, Relations dan Komunikasi*,(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010)
- Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008)
- Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011)
- Arifin, Ilmu pendidikan Islam, *Suatu Pendekatan Teoritik dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991)
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004)
- Datje Rahajoekoesoemah, *Kamus Belanda-Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993)
- Syaiful Sagala, *Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

- Tabrani Rusyah, Atang, *Pendekatan dalam Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: Remaja Rosada Karya, 1992)
- Azhar Arsyad, dkk, *Pengantar Manajemen* (Makassar: Alauddin Press, 2006)
- Pidarta, Made. *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Rineke Cipta, 2014
- R Werang, Basilius. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2015
- Altman, *Public Places and Spaces*. (New York: Plenum Press, 1989)
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- , *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati, 2016
- , *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)
- JURNAL IDAARAH Revisi*
- Luis, Francisco, and Gil Moncayo, 'Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan'
- 'Manajemen Pendidikan Islam', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4 (2) (2020), 173–98
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, 2009
- Q.S An-Nissa ayat 29, *Lembaga Pemasaran Jasa Pendidikan*
- 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan', *Jurnal Madaniyah*, 7 nomor 2 (2017), 123
- Altman, *Public Places and Spaces*. (New York: Plenum Press, 1989)
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)
- , *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati, 2016
- , *Pemasaran Jasa Pendidikan*, ed. by Bunga Sari Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2016)
- JURNAL IDAARAH Revisi*

Luis, Francisco, and Gil Moncayo, 'Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan'

'Manajemen Pendidikan Islam', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4 (2) (2020), 173–98

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, 2009

Q.S An-Nissa ayat 29, *Lembaga Pemasaran Jasa Pendidikan*  
'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan', *Jurnal Madaniyah*, 7  
nomor 2 (2017), 123

