



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 2822-2835

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pendidikan Di Ma Nurul Huda Baros

Siska Kurnia Putri<sup>1✉</sup>, Agus Gunawan<sup>2</sup>, Anis Zohriah<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam,  
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: [chasiska18@gmail.com](mailto:chasiska18@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk: Mendeskripsikan, Kendala, dan solusi dari Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Pendidikan di MA Nurul Huda Baros. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang didapat kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis data kualitatif yang terdiri dari: (a) reduksi data, (b) penyajian data, dan (c) penarikan kesimpulan. Hasil penelitian diketahui bahwa: 1) Pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan di MA Nurul Huda dengan tetap memperhatikan fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta control dan evaluasi. 2) Faktor pendukung dari pemasaran pendidikan di MA Nurul Huda Baros di antaranya adalah: dukungan moral dan moril dari kepala yayasan, letak madrasah yang strategis, pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas, program unggulan madrasah, serta pelayanan yang baik dari pendidik dan tenaga kependidikan. 3) Faktor penghambat pemasaran pendidikan di MA Nurul Huda Baros di antaranya adalah: ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan, stigma masyarakat menganggap rendah lulusan Madrasah Aliah, keterbatasan biaya, kurang beragamnya kegiatan ekstrakurikuler serta kurang lengkapnya sarana dan prasarana.

Kata kunci: *Manajemen Pemasaran Pendidikan, Minat Pelanggan Pendidikan.*

## Abstract

This research aims to: Describe, obstacles and solutions to the Tahfidz Qur'an Program's educational marketing strategy to increase public trust in PPTQ Ibnu Abbas Serang. This research was conducted using a qualitative approach. Data collection techniques in this research used observation, interviews and documentation. The data obtained was then analyzed using qualitative data analysis consisting of: (a) data reduction, (b) data presentation, and (c) drawing conclusions. The research results show that: 1) The implementation of educational marketing management at MA Nurul Huda while still paying attention to management functions, namely planning, organizing, implementing and controlling and evaluating. 2) Supporting factors of education marketing at MA Nurul Huda Baros include: moral and moral support from the head of the foundation, strategic madrasah location, qualified educators and education staff, madrasah excellence programs, and good service from educators and education staff. 3) Factors inhibiting the marketing of education at MA Nurul Huda Baros include: intense competition between educational institutions, stigma of the community underestimating Madrasah Aliah graduates, limited costs, less variety of extracurricular activities and lack of complete facilities and infrastructure.

Keywords: *Education Marketing Management, Education Customer Interest*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan pendidikan yang tinggi membuat persaingan antar sekolah semakin meningkat. Salah satu bentuk persaingan antar sekolah ialah dengan cara terus menerus melakukan pemasaran. Persaingan antar sekolah inilah sudah bukan hal yang aneh lagi, sebuah sekolah harus bisa bersaing dengan sekolah lain untuk mempertahankan sekolah tersebut dan tidak ditinggalkan masyarakat. Untuk mempertahankannya, sekolah harus bisa memberikan informasi-informasi tentang sekolahnya melalui pemasaran, karena sebaik apapun kualitas sekolah jika tidak melakukan promosi masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan sekolah tersebut.

Pemasaran pada sebuah lembaga pendidikan pastinya harus diatur melalui manajemen yang ada dengan sebaik mungkin, karena manajemen inilah faktor keberhasilan pencapaian tujuan dalam sebuah organisasi, begitupula dengan lembaga pendidikan. Manajemen adalah kekuatan utama dalam sebuah organisasi/lembaga. Manajemen berfungsi mengelola serta mengkoordinasi sumber daya yang ada di dalamnya. Maka para manajer bertanggung jawab untuk pelaksanaan yang ada di dalam organisasinya, baik untuk sekarang maupun yang akan datang.

Begitu pentingnya kegiatan pemasaran pendidikan membuat lembaga pendidikan harus terus berkreasi mengembangkan dan menyesuaikan diri dengan zaman, bagaimana

cara memasarkan produk/jasanya agar dikenal dan tetap berada di hati masyarakat terlebih pada sekolah yang letaknya kurang strategis maupun jarak antara satu sekolah dengan sekolah lainnya berdekatan.

Tidak hanya itu, kepuasan pelanggan dalam suatu perusahaan atau lembaga pendidikan ditentukan salah satunya oleh pelayanan yang bagus atau servis yang baik terhadap pelanggan. Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos yang dikutip oleh Ratmiko & Atik Septi Winarsih bahwa pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Winarsih, 2016).

Jadi, jika lembaga pendidikan ingin mempunyai banyak peminat dan jumlah siswanya banyak maka harus melakukan manajemen pemasaran yang baik dan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap masyarakat, apalagi masyarakat yang menganggap rendah lulusan sekolah swasta dibanding negeri selain itu masyarakat yang menganggap biaya sekolah swasta cukup mahal, sehingga dibutuhkan pemasaran yang menarik serta pelayanan sekolah yang dapat memuaskan dan memberikan citra yang baik dari sekolah tersebut. Apabila pemasaran sekolah menarik maka akan banyak yang tertarik juga pada sekolah itu dan juga jika pelayanan sekolah tersebut bagus, maka akan menciptakan lulusan yang unggul serta memberikan kepuasan bagi masyarakat, sehingga banyak masyarakat yang menggunakan jasa pelayanan lembaga pendidikan itu.

Tetapi yang terjadi di lapangan, masih banyak masyarakat yang menganggap biaya sekolah swasta mahal, sehingga kebanyakan masyarakat lebih tertarik pada sekolah negeri karena dianggap lebih murah dibanding sekolah swasta. Tidak hanya itu jarak antara sekolah satu dengan sekolah lainnya berdekatan, sehingga persaingan di lembaga pendidikan semakin ketat.

Selain permasalahan di atas kenyataan yang terjadi di lapangan yaitu masih banyaknya lembaga pendidikan khususnya lembaga pendidikan swasta yang belum memaksimalkan pelayanan yang ada di sekolahnya, seperti sarana dan prasarana sekolah yang kurang lengkap untuk mendukung proses belajar mengajar siswa, dan kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler sekolah yang kurang beragam untuk mendukung minat dan bakat siswa. Padahal untuk memaksimalkan proses belajar mengajar dibutuhkan sarana dan prasarana yang baik dan lengkap dan juga kegiatan intra maupun ekstrakurikuler beragam, sehingga proses belajar mengajar lebih efektif serta untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan, hal ini peneliti dapatkan dari hasil observasi awal melalui media

lembaga pendidikan serta pengelola lembaga pendidikan yang di mana MA Nurul Huda Baros memiliki jumlah peserta didik yang terbilang sedikit dibandingkan dengan lembaga pendidikan yang masih satu naungan dengan lembaga pendidikan tersebut, hal ini tentunya dikarenakan belum maksimalnya pelaksanaan manajemen pemasaran yang ada serta belum maksimalnya pelayanan pendidikan yang dilakukan lembaga pendidikan tersebut.

Adapun kondisi sebenarnya yang ada di MA Nurul Huda selalu melakukan promosi sekolah seadanya karena keterbatasan biaya yang dimiliki dan juga tidak memiliki strategi pemasaran khusus, hal ini berakibat pada jumlah peserta didik yang setiap tahunnya memiliki jumlah yang sedikit dibandingkan dengan lembaga pendidikan yang berada dalam satu naungan yayasan lembaga pendidikan tersebut. Selain itu, lokasi sekolah yang berdekatan dengan lembaga pendidikan lain yang sederajat membuat persaingan antar lembaga pendidikan sangat ketat. Tidak hanya itu kondisi sarana prasarana yang kurang lengkap dan juga kegiatan ekstrakurikuler yang kurang beragam, membuat lembaga pendidikan tersebut kurang diminati oleh calon peserta didik untuk dijadikan pilihan melanjutkan pendidikan.

Dengan adanya manajemen pemasaran jasa pendidikan yang baik, diharapkan dapat menarik minat pelanggan khususnya calon peserta didik untuk menjadikan lembaga pendidikan tersebut sebagai pilihan untuk melanjutkan pendidikan. Di samping itu juga diharapkan tersedianya alat-alat atau fasilitas belajar yang memadai secara kuantitatif, kualitatif, dan relevan dengan kebutuhan serta dapat dimanfaatkan secara optimal untuk kepentingan proses pendidikan dan pembelajaran, baik oleh guru sebagai pengajar, maupun murid-murid sebagai pelajar. Selain itu diharapkan tersedianya kegiatan intrakurikuler maupun ekstrakurikuler untuk dapat mendukung minat dan bakat siswa sekaligus daya tarik sekolah untuk menarik minat calon peserta didik.

Pelaksanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan yang baik tentunya harus memuat fungsi-fungsi manajemen diantaranya ialah melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta pengawasan dan evaluasi yang optimal agar tujuan yang diinginkan oleh sebuah lembaga pendidikan dapat terwujud dengan tetap memperhatikan bauran pemasaran yang ada seperti product, place, price, promotion, people, physical evidence dan process, karena manajemen pemasaran jasa pendidikan memiliki peranan penting bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan islam.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian ini ialah memberikan ilustrasi mendetail strategi pemasaran lembaga Pendidikan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum mencakup observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Sumber-sumber data yang berbeda-beda ini kemudian dibandingkan dengan teknik lain dalam suatu proses yang disebut triangulasi. Tindakan hati-hati melacak dan mengkategorikan data dari pengamatan, interview, dan dokumentasi untuk memperoleh pemahaman peneliti tentang studi kasus yang hendak diselidiki dan mengkomunikasikannya sebagai hasil kepada orang lain dikenal sebagai analisis data. Sementara itu, analisis harus dilanjutkan untuk memperkuat pemahaman ini dengan mencoba mengungkap makna (interpretasi). Teknik menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis segala sesuatu yang menjadi subjek penelitian yang terdiri dari: a) Reduksi data, b) Penyajian data dan c) Penarikan Kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Manajemen Pemasaran Pendidikan

Manajemen berasal dari bahasa Inggris *to manage* yang berarti mengatur, mengurus atau mengelola. Menurut Malayu S.P. Hasibuan, manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia secara efektif serta didukung oleh sumber-sumber lain dalam organisasi untuk mencapai tujuan tertentu (Dodo Murtado, 2019).

Sedangkan manajemen pemasaran pendidikan menurut Philip Kotler, mendefinisikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi (Asiah, 2022).

Manajemen dapat dibaratkan sebagai "ruh" yang akan menggerakkan gerak-hidup raga pendidikan. Sukses-gagalnya dunia pendidikan meraih cita-cita dan tujuan sangat ditentukan sejauh mana manajemen dijalankan dengan baik. Kegagalan manajemen sudah dipastikan menyebabkan gagal upaya pencapaian tujuan pendidikan (Diana, 2017).

Untuk mencapai tujuan, organisasi harus menjalankan fungsi-fungsi manajemen. Menurut George R. Terry fungsi-fungsi manajemen terdiri atas: perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), penggerakan (Actuating), pengawasan (Controlling) (POAC) (Kayo, 2014).

Pentingnya pemasaran jasa pendidikan dijelaskan oleh Indradjaja dan Karno yang dikutip dalam David Wijaya yaitu sebuah lembaga perlu meyakinkan masyarakat dan calon pelanggan jasa pendidikan bahwa kelayakan dan eksistensi sekolah yang dikelola sehingga calon pelanggan jasa pendidikan memilih dengan tepat sesuai dengan kebutuhan mereka, pengelola pendidikan perlu melakukan jenis jasa pendidikan dapat dikenal dan mudah dipahami masyarakat, pengelola lembaga pendidikan harus konsisten dalam melakukan pemasaran agar tetap terjaga eksistensi sekolah sehingga pelanggan sulit untuk meninggalkan sekolah.

Dalam marketing pendidikan, sangat dibutuhkan adanya bauran marketing dalam pendidikan. Bauran marketing dalam konteks pendidikan adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi marketing yang di butuhkan untuk memenangkan persaingan (Khasanah, 2015).

Marketing mix atau bauran pemasaran menurut Diniaty adalah faktor-faktor yang dapat digunakan oleh pengelola dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumennya. Faktor-faktor bauran pemasaran tersebut adalah product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process. Menerapkan strategi pemasaran dalam jasa pendidikan membutuhkan seluruh pola pikir yang berbeda, yang mampu melihat aktivitas sekolah berdasarkan kebutuhan pelanggan jasa Pendidikan.

Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat membentuk, membangun dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi dalam jangka panjang (Assauri, 2016).

## B. Meningkatkan Minat Pelanggan Pendidikan

Pengertian minat adalah ketertarikan, keterlibatan sepenuhnya seseorang pada bidang studi tertentu dan merasa suka, senang mempelajari materi itu untuk memperoleh pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang baru.

Adapun faktor-faktor yang mendukung pengembangan minat adalah sebagai berikut:

### 1. Faktor Intern

#### - Faktor Bawaan (Hereditas)

Faktor ini merupakan faktor yang mendukung perkembangan individu dalam minat sebagai totalitas karakteristik individu yang diwariskan orang tua kepada anak dalam segala potensi melalui fisik maupun psikis yang dimiliki individu sebagai pewarisan dari orangtuanya.

- Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian yaitu keadaan psikologis dimana perkembangan potensi anak tergantung pada diri dan emosi anak itu sendiri. Hal ini akan membantu anak dalam membentuk konsep serta optimis dan percaya diri dalam mengembangkan minat.

## 2. Faktor Ekstern

- Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan merupakan olahan dari berbagai hal untuk mendukung pengembangan minat. Faktor lingkungan terdiri atas beberapa bagian yaitu: (1) Lingkungan keluarga, merupakan tempat latihan atau belajar dan tempat anak memperoleh pengalaman, karena merupakan lingkungan pertama dan paling penting bagi anak; (2) Lingkungan sekolah, suatu lingkungan yang mempengaruhi proses belajar mengajar kondusif yang bersifat formal. Lingkungan ini sangat berpengaruh bagi perkembangan minat karena di lingkungan ini minat anak dikembangkan secara intensif; dan (3) Lingkungan sosial, suatu lingkungan yang berhubungan dengan kehidupan masyarakat. Di lingkungan ini anak akan mengaktualisasikan minatnya kepada masyarakat (matondang, 2018).

## C. Manajemen Pemasaran Pendidikan MA Nurul Huda Baros

Perencanaan pemasaran yang dilakukan yaitu dengan melaksanakan rapat tahunan oleh kepala madrasah dan staff yang dilaksanakan 3 kali dalam setahun yaitu awal tahun, pertengahan tahun dan akhir tahun, hal ini bertujuan untuk menentukan tujuan pemasaran, menentukan kapan pelaksanaan pemasaran dilakukan, menentukan strategi apa yang akan digunakan, menentukan penempatan staff atau panitia, terakhir merencanakan keuangan yang akan digunakan selama pemasaran pendidikan. Selain itu, Pengorganisasian manajemen pemasaran di MA Nurul Huda yaitu dilakukannya pembagian tugas sesuai dengan bidang keahliannya. Adapun pelaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh MA Nurul Huda sebagai berikut :

1. Pelaksanaan Program Unggulan, dalam pelaksanaan program unggulan MA Nurul Huda memiliki dua program unggulan yaitu program Tahfidz serta Beasiswa Berprestasi dan Kurang Mampu. Selain memiliki program unggulan MA Nurul Huda Baros juga melakukan pembiasaan doa dan tadarus AL-Qur'an bersama setiap hari senin yang dilakukan setelah upacara bendera selesai.
2. Melakukan Promosi, untuk mengenalkan lembaga pendidikannya MA Nurul Huda tentunya melakukan promosi agar dikenal oleh masyarakat, adapun promosi yang

dilakukan MA Nurul Huda di antaranya adalah: promosi dari mulut ke mulut, Promosi melalui media cetak, promosi melalui sosial media.

Pelaksanaan pemasaran di MA Nurul Huda Baros jika dilihat dari variable-variabel bauran pemasaran menurut kotler yang mencakup 7p ialah sebagai berikut:

1. Product (Produk)

MA Nurul Huda Baros adalah lembaga pendidikan dengan penguatan pada nilai-nilai agama islam. Penguatan itu dilakukan dengan porsi mata pelajaran rumpun pendidikan agama islam yang lebih banyak seperti fiqih, sejarah kebudayaan islam, bahasa arab, Qur'an hadits, akidah akhlak.

2. Price (Biaya Pendidikan)

MA Nurul Huda Baros memiliki daya tawar cukup menarik dalam aspek harga karena menawarkan bebas biaya pendaftaran dan biaya SPP yang terjangkau yaitu Rp. 50.000, bahkan ada beasiswa bagi siswa yang berprestasi dan siswa yang kurang mampu.

3. Place (Lokasi Sekolah)

Lokasi MA Nur El Falah Kubang Petir bisa dikatakan strategis. Madrasah tersebut terletak di jl. Raya Pandeglang desa Kampung Sawah, kecamatan Baros dan berada di jalan utama.

4. Promotion (Promosi Jasa)

Seperti yang dikatakan di atas, promosi yang dilakukan MA Nurul Huda Baros melalui mulut ke mulut, media sosial, dan menawarkan program unggulan.

5. People (Sumber Daya Manusia)

Sumber daya manusia di sini meliputi ketua yayasan, Pembina, kepala madrasah, penasehat, komite, bendahara, kepala tata usaha, waka ur. Kurikulum, waka ur. Kesiswaan, sarana, humas, Kepala Laboratorium Tekinfo, kepala ur. Perpustakaan, dewan guru dan karyawan. Untuk kinerja yang maksimal MA Nurul Huda Baros menempatkan pendidik dan tenaga kependidikan sesuai keahlian yang dimiliki, seperti guru matematika sudah pasti guru lulusan matematika karena sudah kompeten di bidangnya.

6. Process ( Pelayanan Pendidikan )

Pelayanan pendidikan di MA Nurul Huda Baros selalu berupaya untuk mengedepankan ilmu-ilmu agama. Para pengajar di MA Nurul Huda Baros selalu menyiapkan rencana pembelajaran dengan sebaik mungkin, RPP tersebut selanjutnya akan dikoreksi dan direvisi secara rutin agar sesuai dengan keadaan sekolah dan

peserta didik yang akan menerimanya. Tidak lupa evaluasi pembelajaran selalu dilakukan setiap akhir semester. Pembelajaran kaligrafi dan tajwid menjadi muatan lokal di madrasah ini, Selain itu program tahfidz yang dilakukan sebagai syarat kelulusan minimal memiliki hafalan juz 30. Sedangkan bagi peserta didik yang memang terlihat berbakat dalam bermuhadharah dapat mengikuti perlombaan bak lokal maupun nasional yang dilaksanakan oleh masyarakat maupun perguruan tinggi. Untuk dapat menunjang bakat dan minat peserta didik ada beberapa ekstrakurikuler yang dapat diikuti siswa, seperti pramuka dan ekstrakurikuler muhadharoh dengan tujuan peserta didik dapat menimbulkan keberanian mental siswa dalam berpidato, kemampuan siswa dalam menyusun naskah pidato, juga dapat mengembangkan minat bakat siswa.

#### 7. Physical Evidence (Bangunan Sekolah)

Sarana yang ada di MA Nurul Huda Baros sudah cukup untuk menunjang proses belajar mengajar siswa, seperti ruang kelas untuk sehari-hari, ruang guru yang cukup untuk guru-guru yang mengabdikan diri di madrasah tersebut, ruang administrasi yang nyaman, laboratorium computer dan bahasa yang nyaman serta ruang perpustakaan yang dapat dipakai siswa dalam proses belajar. Namun ada beberapa kekurangan dari sarana maupun prasarana yang dimiliki MA Nurul Huda yaitu, kamar mandi siswa yang menyatu baik laki-laki dan perempuan, belum adanya laboratorium MIPA, tidak adanya musolah dan buku perpustakaan yang kurang lengkap.

#### D. Faktor pendukung Manajemen Pemasaran Pendidikan

Faktor pendukung manajemen pemasaran pendidikan MA Nurul Huda Baros yaitu: dukungan moral dan moril dari kepala yayasan, letak madrasah yang strategis, pendidik dan tenaga kependidikan yang berkualitas, program unggulan madrasah, serta pelayanan yang baik dari pendidik dan tenaga kependidikan.

#### E. Faktor penghambat Manajemen Pemasaran Pendidikan

Adapun faktor penghambatnya manajemen pemasaran pendidikan MA Nurul Huda Baros yaitu: ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan, stigma masyarakat menganggap rendah lulusan Madrasah Aliah, keterbatasan biaya, kurang beragamnya kegiatan ekstrakurikuler serta kurang lengkapnya sarana dan prasarana.

## SIMPULAN

Manajemen pemasaran pendidikan di MA Nurul Huda dalam meningkatkan minat pelanggan pendidikan khususnya peserta didik yaitu dikatakan baik, karena manajemen pemasaran tersebut sudah memuat fungsi dari manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta controlling dan evaluasi yang di mana fungsi ini menjadi acuan MA Nurul Huda untuk melakukan kegiatan salah satunya pemasaran jasa pendidikan, tetapi manajemen pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan belum berhasil untuk meningkatkan minat pelanggan khususnya peserta didik dengan landasan sebagai berikut :

Pertama, jumlah siswa di MA Nurul Huda dikatakan jauh lebih sedikit daripada jumlah siswa lembaga pendidikan yang masih satu yayasan dengan Nurul Huda yaitu SMK, pada tahun ajaran 2022/2023 jumlah siswa MA nurul Huda sebanyak 139 siswa, jumlah ini lebih sedikit dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun ajaran 2020/2021 jumlah siswa sebanyak 214 siswa dan pada tahun ajaran 2021/2022 jumlah siswa turun sebanyak 172, hal ini menunjukkan penurunan yang terus menerus setiap tahunnya. Kedua, ketatnya persaingan yang ada membuat MA Nurul Huda kalah saing dan kalah menawarkan program unggulannya dengan lembaga pendidikan yang ada di satu wilayah yaitu SMK Nurul Huda lembaga pendidikan yang masih satu yayasan dengan MA Nurul Huda dan SMAN 1 Baros. Ketiga, faktor penghambat yang hamper sama jumlahnya dengan faktor pendukung menunjukkan masih banyaknya kendala yang MA Nurul Huda hadapi untuk meningkatkan jumlah peserta didik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmani, Jamal Ma'mur. Manajemen Efektif Marketing Sekolah. Yogyakarta: Diva Press, 2015.
- Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran. Cetakan Ke-14. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Amiruddin, dkk. Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam. Yogyakarta : K-Media, 2018.
- Bintoro. Konsumen dan Pelayanan Prima. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Chairunnisa, Connie. Manajemen Pendidikan dalam Multi Perspektif. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Diana, Nirva. "Manajemen Pendidikan Berbasis Budaya Lokal Lampung (Analisis Eksploratif Mencari Basis Filosofis)." Jurnal Studi Keislaman 12, no. 1 (2017): 183-208. <https://doi.org/10.24042/ajsk.v12i1.636>
- Hardani, dkk. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Hamdi. Penerapan Fungsi Manajemen pada Kantor Kelurahan Rantau Kiwa Kecamatan

- Tapin Utara Kabupaten Tapin. *Jurnal Ekonomi Bisnis* 6, no. 2 (Juli 2020). 155-163.  
<https://doi.org/10.35972/jieb.v6i2.332>
- Hamengkubuwono. *Ilmu Pendidikan dan Teori-Teori Pendidikan*. Curup: CV Kaeya Hasari Zitaq, 2016.
- Hafizin, dan Herman. "Merumuskan Visi dan Misi Lembaga Pendidikan." *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 01 (2022): 99-110.  
<http://dx.doi.org/10.30868/im.v5i01.2095>
- Hasibuan, Malayu. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.
- Khasanah, Afidatul. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di Sd Alam Baturraden." *Jurnal El-Tarbawi* 8, no. 2 (2015): 161-176.  
<https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.
- Kotler, Philip, dan Kevin. L. Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Kurniadin, didin. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: ar-Ruzz Media, 2012.
- Langgulong, Hasan. *Asas-Asas Pendidikan Islam*. Jakarta: Radar Jaya Offset, 2016.
- Matondang, Asnawati. Pengaruh Antara Minat dan Motivasi dengan Prestasi Belajar. *Jurnal Pendidikan dan Sastra Indonesia* 2, no. 2 (Maret 2018): 24-32.  
<https://doi.org/10.30743/bahastra.v2i2>.
- Meriza, lin. Pengawasan (Controlling) dalam Institusi Pendidikan. *At-Ta'dib : Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam* 10, no. 1 (Juni 2018): 37-46. DOI: 1047498.
- Moses, Melmambessy. "Analisis Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, dan Pengalaman Kerja terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Pertambangan dan Energi Provinsi Papua." *Media Riset Bisnis & Manajemen* 12, no. 1 (April 2012): 18-36.  
DOI:10.25105/mrbm.v12i1.1103
- Murtado, Dodo dkk. *Manajemen dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadis Bandung*, Yrama Widya, 2019.
- Ningsih, Desy Dwi Sulastria, dan M Ruslianor Malika. Strategi Bauran Pemasaran 4P dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedang Pasar di Siduarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3, (November 2020): 693:702. DOI:10.29040/jiei.v6i3.1464
- Pristiwanti, Desti. Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4, no. 6 (2022).  
<https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i6>.
- Rahman, Abdi dkk. "Pengertian Pendidikan, Ilmu Pendidikan dan Unsur-Unsur Pendidikan", *Jurnal Al Urwatul Wutsqa* 2, no. 1 (Juni, 2022) : 1-8.
- Roqib, Moh. *Filsafat Pendidikan Profetik Pendidikan Islam Integratif dalam Perspektif Kenabian Muhammad Saw*. Purwokerto: Pesma An Najah Press, 2016.
- Ratminto, dan Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.

- Rifai, Muhammad. *Manajemen Peserta Didik*. Medan: CV Widya Puspita, 2018.
- Rofiq, Hidayat. Implementasi Servqual dalam Meningkatkan Mutu Layanan pada Manajemen Pemasaran Pendidikan. *JEMAN: Journal of Islamic Educational Management* 1, no. 2 (Juni 2020): 163-184. DOI: 10.35719/jieman.v1i2.17
- Sarifuddin, dan Rahendra Maya. Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Madrasah Aliah Terpadu (MAT) Darrul Falah Bogor. *Jurnal manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (Juli 2019): 135-154. DOI: 10.30868/im.v2i02.513.
- Sedarmayanti. *Reformasi Administrasi Public, Reformasi Birokrasi, dan Kepemimpinan Masa Depan (Mewujudkan Pelayanan Prima dan Kepemerintahan)*. Bandung: Refika Aditama, 2013.
- Sikandar, Aliah. "Journal of Education and Educational Development," *Journal of Education and Educational Development* 2, no. 2 (Desember 2015): 191-201.
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Karanganyar: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudaryono. *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sunyoto, Danang. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Syah, Muhibbin. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007.
- Syamsuddin. Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Idaarah I*, No. 1 (Juni 2017): 60-73. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v1i1.4084>.
- Tjandra, Meittasari. *Psikologi Anak*. Surabaya: PT Gelora Aksara Pramat, 2019.
- Triyanto, Teguh. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014. Alfabeta, 2019.
- Valerie, A. Zeithaml dkk. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*, Seventh Edition, New York: McGraw-Hill Education, 2018.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara, 2016.
- Wahyudi, Kacung. "Manajemen Pemasaran Pendidikan." *Kariman* 5, no. 01 (Juni 2017): 65-81. <https://doi.org/10.52185/kariman.v4i2.43>.
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014..
- Ellis, Frank. 1998. Household Strategies and Rural Livelihood Diversification. *The Journal of Development Studies*, Vol. 35(1): 1-38.
- Fachlevi, D. S., Fauziyah, E., dan Sunyigono, A. K. 2022. Strategi Nafkah Berkelanjutan Rumah Tangga Peternak Sapi Sonok di Desa Batu Bintang Kecamatan Batu Mar-Mar Kabupaten Pamekasan. *Jurnal AGRISCIENCE*, 2(3): 805-818.
- Kusnadi. 2002. *Konflik Sosial Nelayan Kemiskinan dan Perebutan Sumberdaya Perikanan*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.

- Nugroho, I., Dahuri, I. 2012. *Pembangunan Wilayah: Perspektif ekonomi, sosial, dan lingkungan* (second ed). LP3ES.
- Okpratiwi, S., Haryono, D., dan Adawiyah, R. 2020. Analisis pendapatan dan tingkat kemiskinan rumah tangga petani kakao di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 6(1): 9-16.
- Pramudita N.O. (2014). *Strategi Nafkah dan Tingkat Kesejahteraan pada Keluarga Miskin*. Skripsi, Institut Pertanian Bogor.
- Putri, R.Y., Azhar, Z., dan Putri, D.Z. 2019. Analisis Kemiskinan Berdasarkan Gender Di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 1(2): 603-612.
- Salatalohy A., Muhammad D., Syamsuddin M. (2019). Strategi dan Struktur Nafkah Rumah Tangga Petani Agroforesti di Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*, 11(2), 127-138. <https://doi.org/10.24259/jhm.v11i2.8297>
- Saraswati Y.& Arya HD. (2014). Resiliensi Nafkah Rumah Tangga Petani Hutan Rakyat di Kecamatan Giriwoyo, Wonogiri. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(1), 63-75.
- Sugiharto, A., Hartoyo, H., Istiqlaliyah, M. 2016. Strategi Nafkah dan Kesejahteraan Keluarga pada Keluarga Petani Tadah Hujan. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(1): 33-42.
- Sumartono, E., & Astria, Y. (2018). Strategi Nafkah Petani Sawit Di Desa Penarik Kecamatan Penarik Kabupaten Mukomuko. *MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal)*, 1(2), 80-95.
- Supriono, Agus, Dance J. Flassy, Sasli Rais. *Modal Sosial: Definisi, Demensi, dan Tipologi*. <http://google.co.id/> diakses tanggal 16 Me 2023.
- Syaifuddin. 2016. Kajian Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Kemiskinan Petani. *Jurnal Agrica*, 4(1): 1-8.
- Tamaddun. 2008. *Tamaddun Edisi Desember-Januari 2008*. Wonosobo: Tamzis.
- Widiyanto, W. 2016. Pemberdayaan Sosial sebagai Proses "Memampukan" Rumahtangga Miskin di Pedesaan. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 40(2), 159-174.
- Widodo, S. 2009. Strategi nafkah rumah tangga nelayan dalam menghadapi kemiskinan. *Jurnal Kelautan: Indonesian Journal of Marine Science and Technology*, 2(2): 150-157.
- Yusmarni, Y. (2015). *Strategi Keluarga tukang Pemel Kelapa Sawit Dalam Memenuhi Kebutuhan Hidup di Pasaman Barat*. STKIP PGRI Sumbar.