

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja, akan tetapi harus mampu menunjukkan taktik dan operasinya.¹ Strategi merupakan usaha sistematis dan terkoordinasi secara terus-menerus memperbaiki kualitas pelayanan.

Pada sebuah organisasi umumnya berupaya untuk selalu dapat mencapai tujuan dan sasarannya di dalam persaingan yang semakin ketat. Keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran organisasi hanya dimungkinkan bila organisasi itu mempunyai keunggulan dalam bersaing.²

Keberhasilan suatu organisasi, ditentukan oleh kemampuan pemimpin organisasi tersebut dalam menetapkan strategi yang tepat saat menjalankan organisasinya dan memanfaatkan lingkungan, dengan memilih pengorganisasian sumber daya internal yang tepat. Ketetapan strategi yang ditetapkan pemimpin suatu organisasi, didasarkan pada pemikiran strategi yang dimiliki serta pengalaman pembelajarannya dalam situasi lingkungan yang terus berubah. Proses yang dilakukan oleh ahli strategi tersebut, digunakan sebagai pemikiran strategi formal untuk panduan dalam menetapkan keputusan manajemen. Pola pemikiran seperti itulah yang dikembangkan dalam manajemen strategi.³

¹ Effendy Ucjhana Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Rosdakarya, 2011).

² Naim Moh dan Andi Nur Faizah, "Strategi Kepala Madrasah Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Mis Darul Iman Kota Palu" Vol. IV, No. 1 Juni 2024 (t.t.).

³ Assauri Sofjan, *Strategic Manajement, Sustainable Competitive Advantage*, Kedua, Cetakan Pertama (PT Raja Grafindo Persada, 2013).

Permendikbud No. 22 Tahun 2016 tentang Standar Proses Pendidikan Dasar dan Menengah menekankan pentingnya perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian proses pembelajaran yang bermutu sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas pendidikan secara menyeluruh. Dalam konteks Madrasah Tsanawiyah (MTs), kebijakan ini tidak hanya berdampak pada aspek pembelajaran di kelas, tetapi juga menuntut adanya strategi manajerial yang efektif dari semua pihak yang ada di madrasah untuk memastikan ketercapaian standar tersebut, termasuk dalam hal peningkatan jumlah peserta didik. Di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk, tantangan dalam menjaring peserta didik baru menjadi perhatian penting mengingat persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat. Oleh karena itu, strategi madrasah dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru menjadi hal yang sangat krusial dan relevan untuk diteliti, guna melihat bagaimana kebijakan nasional dapat diimplementasikan secara kontekstual di tingkat satuan pendidikan, serta bagaimana peran madrasah dalam mengelola sumber daya, membangun citra lembaga, dan menjalin kemitraan guna menarik minat masyarakat terhadap madrasah.⁴

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 64 Tahun 2025 tentang Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Madrasah yang menetapkan prinsip-prinsip objektivitas, transparansi, akuntabilitas, dan berkeadilan dalam proses penerimaan peserta didik baru di madrasah, berupaya untuk meningkatkan akses dan mutu pendidikan Islam di Indonesia, dengan memberikan pedoman bagi pelaksanaan PPDB di berbagai jenjang madrasah, termasuk Madrasah Tsanawiyah (MTs). Dalam konteks MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk, implementasi keputusan ini

⁴ *Dapodik Versi Terbaru, Jumlah Rombongan Belajar Berdasarkan Rasio Jumlah Peserta Didik Tahun Ajaran Baru* (<http://dapo.dikdasmen.kemdikbud.go.id>), t.t., diakses 4 Juni 2025, <https://www.dapodik.co.id/2018/08/dapodik-versi-2019-jumlah-rombongan.html>.

menuntut madrasah untuk merancang strategi yang efektif dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru. Strategi tersebut mencakup sosialisasi informasi PPDB melalui berbagai media, penyelenggaraan seleksi yang adil dan transparan, serta penguatan citra madrasah di masyarakat.⁵

Strategi di madrasah menjelaskan metode dan pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan strateginya. Oleh sebab itu madrasah harus mempunyai strategi yang dapat meningkatkan jumlah peserta didik baru. Apabila madrasah mempunyai mutu pendidikan yang baik dan sekolah mempunyai karakteristik pendidikan yang bagus, akan mempermudah untuk merekrut peserta didik baru. Karena madrasah yang banyak diminati mempunyai peluang yang lebih tinggi untuk dapat meningkatkan jumlah peserta didik baru.⁶

Dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 269, di Jelaskan Terkait Pentingnya Strategi dan Perencanaan Dalam Mencapai Suatu Tujuan:

يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya: Dia (Allah) menganugerahkan hikmah kepada siapa yang Dia kehendaki. Siapa yang dianugerahi hikmah, sungguh dia telah dianugerahi kebaikan yang banyak. Tidak ada yang dapat mengambil pelajaran (darinya), kecuali ululalbab (QS: Al-Baqarah 269).

Dalam ayat ini Allah Swt menjelaskan perumpamaan (diri-Nya dan nikmat-Nya) itu kepada manusia supaya mereka ingat dan memikirkannya.⁷ Dan dalam konteks

⁵ “Keputusan Dirjen Pendis No.64 Th 2025.pdf,” t.t., diakses 4 Juni 2025, <https://pendis.kemendiknas.go.id/storage/archives/01JJ7FA3BVDW3GJCT0DEPFCEK.pdf>.

⁶ andi Warni, Ubadah Ubadah, Dan Sitti Hasnah, “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Mts Alkhairaat Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong,” *Prosiding Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society (KIIIES)* 5.0 2, no. 1 (19 Juni 2023): 97–102, <https://jurnal.uindatokar-ama.ac.id/index.php/kiiies50/article/view/1932>.

⁷ Al-Qur'an Kemenag, “Al-Baqoroh (2 : 269),” t.t.

strategi ayat ini Allah Swt menjelaskan dan mengingatkan tentang pentingnya strategi dan perencanaan dalam mencapai tujuan. Termasuk dalam konteks MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam mengembangkan strategi pemasaran pendidikan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik baru di madrasahnyanya.

Sementara itu, dalam meningkatkan kemajuan madrasah, semua pihak yang terlibat di madrasah tersebut dituntut untuk selalu berinovasi dan menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Oleh karenanya, mereka harus memilih strategi yang tepat dalam mengelola lembaganya. Hal itu dimulai dari strategi awal mula Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), proses belajar mengajar, hingga menuju ke hasil output atau lulusan yang berprestasi.⁸

MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk merupakan salah satu madrasah setingkat SMP yang berbasis pondok pesantren, berkedudukan di jalan KH. Wahid Hasyim 126 Krempyang Tanjunganom Nganjuk Jawa Timur dan berada dibawah naungan Yayasan Islam Al-Ghazali. MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk memainkan peran penting dalam pendidikan di Indonesia, khususnya dalam pendidikan agama Islam. Meningkatkan jumlah siswa di Madrasah bukan hanya penting untuk kelangsungan institusi ini, tetapi juga untuk mempertahankan relevansi dan kualitas pendidikan agama Islam dalam pendidikan nasional.

MTs Darussalam memiliki visi “Terwujudnya Peserta Didik yang Unggul dalam Prestasi, Santun dalam Bertindak, dan Berakhlakul Karimah.” Untuk mencapainya, misi madrasah meliputi: (1) Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif;

⁸ Ardian Elwiyansyah, Adi Fadli, dan Moh Iwan Fitriawan, “Strategi Kepala Madrasah Man 3 Lombok Tengah Dalam Merekrut Peserta Didik BarU,” *Jurnal El-Hikam* 14, no. 1 (23 Juni 2021): 68, <https://ejournal.iainh.ac.id/index.php/elhikam/article/view/55>.

(2) Menumbuhkan semangat keunggulan kepada seluruh warga madrasah; (3) Menciptakan lingkungan madrasah yang sehat, bersih, dan indah; serta (4) Membentuk peserta didik yang berakhlakul karimah. Visi-misi ini menjadi landasan dalam mengembangkan program pendidikan yang holistik dan berorientasi pada pembentukan karakter.

Sebagai suatu lembaga pendidikan keagamaan Madrasah Tsanawiyah Darussalam Tanjunganom Nganjuk Tidak hanya berfungsi dalam menanamkan nilai-nilai agama Islam serta pengetahuan umum kepada para siswa, melainkan juga memberikan bimbingan, pendampingan, dan pengayaan kepada siswa dalam mencapai ketuntasan selama proses pembelajaran, dengan tujuan untuk memelihara kualitas dan mutu pendidikan yang terdapat di sekolah tersebut.⁹ Dalam era globalisasi, seluruh institusi pendidikan terutama swasta tentunya, akan menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan dengan sekolah swasta lainnya, lembaga pendidikan negeri, perkembangan teknologi informasi, perubahan paradigma pendidikan yang semakin ketat, serta tuntutan yang semakin meningkat akan kualitas pendidikan.

Berdasarkan data base MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk jumlah peserta didik baru pada tahun ajaran 2021/2022 adalah 1733 siswa, tahun ajaran 2022/2023 jumlah peserta didik baru mencapai 1910 siswa, tahun ajaran 2023/2024 jumlah peserta didik baru mencapai 1935 siswa, dan pada tahun ajaran 2024/2025 jumlah peserta didik baru sejumlah 2158 siswa. Dengan memperhatikan data base madrasah yang menunjukkan selalu adanya peningkatan peserta didik baru selama 4 tahun ajaran berturut turut walaupun tanpa adanya promosi secara masif mengindikasikan bahwa

⁹ Murni Yanto, *Manajemen Dan Mutu Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SMP Negeri 4 Rejang Lebong*, 2, no. 1 (2018): 71–88.

adanya strategi strategi khusus yang efektif di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam meningkatkan jumlah peserta didiknya.

Dalam era kompetisi lembaga pendidikan yang semakin ketat, madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam dituntut untuk mampu bersaing dalam menarik minat masyarakat. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh madrasah adalah bagaimana meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap tahunnya. Hal ini sangat berkaitan dengan strategi pemasaran pendidikan yang ada di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk.

Dalam menghadapi tantangan peningkatan jumlah peserta didik, madrasah perlu menerapkan strategi yang tidak hanya berfokus pada manajemen internal, tetapi juga mengadopsi pendekatan pemasaran yang selaras dengan karakteristik lembaga pendidikan Islam. Teori bauran pemasaran 7P yang dikembangkan oleh Philip Kotler menjadi kerangka yang relevan untuk menganalisis strategi pemasaran pendidikan yang efektif. Dalam konteks madrasah, Product merujuk pada program unggulan yang ditawarkan seperti kurikulum keislaman, tahfiz, dan program keterampilan. Price mencakup biaya pendidikan yang kompetitif dan transparan, disesuaikan dengan daya beli masyarakat sekitar. Place berfokus pada kemudahan akses lokasi madrasah serta kemudahan pendaftaran secara offline dan online. Promotion meliputi kegiatan promosi seperti open house, pemanfaatan media sosial, testimoni alumni, serta kerjasama dengan tokoh masyarakat. People menekankan kualitas dan dedikasi sumber daya manusia seperti guru, tenaga kependidikan, hingga alumni yang berperan sebagai agen promosi informal. Process mencakup tata kelola administrasi dan layanan pendidikan yang efisien, mulai dari pendaftaran hingga proses belajar mengajar. Sedangkan Physical Evidence mencakup fasilitas fisik seperti ruang kelas yang representatif, sarana

ibadah, serta branding visual madrasah yang mencerminkan identitas dan kualitas lembaga.

Berdasarkan beberapa fenomena yang ada di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk serta melihat kompleksitas dan pentingnya penerapan strategi pemasaran yang efektif, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Baru di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk”. Sekolah ini mewajibkan seluruh siswa dan siswinya untuk mondok di pesantren Miftahul Mubtadi'in Krempyang Tanjunganom Nganjuk yang masih dibawah naungan yayasan yang sama dengan MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk, Hal ini menjadi tantangan dalam menarik minat calon siswa dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan dunia pendidikan yang semakin ketat. Oleh karena itu penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan di madrasah pada era globalisasi yang sangat kompetitif ini marketing mix 7P diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif dalam merancang strategi pemasaran yang tepat dan holistik bagi lembaga pendidikan seperti MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber inspirasi dan panduan yang signifikan dalam usaha peningkatan kualitas pendidikan di Madrasah.¹⁰

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, proposal tesis dengan judul strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk" menitikberatkan penelitian pada aspek tertentu, yaitu:

¹⁰ Sri Nurhasana, “The Implementation of Marketing Mix as a Marketing Strategy for Pesantren-Based Educational Services,” *JOURNAL OF SHARIA ECONOMICS* 6, no. 2 (2024): 3–4, 2, <https://doi.org/10.35896/jse.v6i2.892>.

1. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam menampilkan keunggulan layanan pendidikan (*Product*) sebagai daya tarik utama dan upaya peningkatan peserta didik baru?
2. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam menetapkan kebijakan pembiayaan pendidikan (*Price*) sebagai daya tarik utama dan upaya peningkatan peserta didik baru?
3. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam mengoptimalkan aspek tempat (*Place*) sebagai daya tarik utama dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru ?
4. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam melakukan promosi (*Promotion*) sebagai daya tarik utama dan upaya peningkatan peserta didik baru?
5. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam membina dan memberdayakan sumber daya manusia (*People*) seperti guru, staf, dan alumni sebagai daya tarik utama dan upaya peningkatan peserta didik baru?
6. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam mengelola proses layanan penerimaan peserta didik baru (*Process*) secara efektif dan efisien sebagai daya tarik utama dan upaya peningkatan peserta didik baru?
7. Bagaimana strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam memanfaatkan fasilitas fisik (*Physical Evidence*) dan lingkungan madrasah untuk membentuk citra positif dan menarik minat calon peserta didik di madrasah nya?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi, menganalisis, dan memahami strategi yang diterapkan oleh MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam

usaha meningkatkan kuantitas peserta didik baru di madrasah tersebut. Secara khusus, tujuan penelitian ini mencakup:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam menampilkan keunggulan layanan pendidikan sebagai produk utama yang digunakan untuk menarik peserta didik baru di madrasahnyanya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam menetapkan kebijakan pembiayaan pendidikan di madrasahnyanya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam mengoptimalkan aspek tempat (*place*) sebagai daya tarik utama dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru..
4. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam melaksanakan kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah pendaftar di madrasahnyanya.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam membina serta memberdayakan guru, staf, dan alumni sebagai agen promosi dalam menjaring peserta didik baru di madrasahnyanya.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam mengelola proses penerimaan peserta didik baru secara efektif dan efisien di madrasahnyanya.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk dalam memanfaatkan fasilitas fisik dan lingkungan madrasah untuk membentuk citra positif dan menarik minat calon peserta didik di madrasahnyanya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperdalam pemahaman kita mengenai strategi yang diterapkan oleh madrasah utamanya madrasah swasta, dalam menghadapi tantangan ketatnya persaingan pada saat masa Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain adalah:

1. Teoretis:

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperluas pemahaman kita tentang strategi yang diterapkan oleh madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru, khususnya bagi madrasah swasta selama periode penerimaan peserta didik baru (PPDB) serta mendukung peningkatan kualitas dan relevansi madrasah dalam konteks pendidikan nasional

2. Praktis:

Penelitian ini dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk semua madrasah dan siapapun yang mengelola lembaga pendidikan dalam rangka pengembangan kebijakan yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan yang ketat selama periode penerimaan peserta didik baru (PPDB).

E. Definisi Konsep

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran pendidikan di madrasah yang merupakan rencana dan tindakan yang diambil untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan dan inovasi dalam manajemen pendidikan yang bertujuan untuk menarik minat calon siswa. Dalam konteks ini, kuantitas peserta didik merujuk pada jumlah siswa yang mendaftar di MTs Darussalam

Tanjunganom Nganjuk dalam periode tertentu, yang menjadi indikator keberhasilan strategi yang diterapkan.

Madrasah adalah lembaga pendidikan Islam yang menyelenggarakan pendidikan formal dengan kurikulum yang mengintegrasikan pendidikan agama dan umum. Dalam penelitian ini, MTs Darussalam berfungsi sebagai objek studi untuk menganalisis bagaimana madrasah menerapkan strategi dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Selain itu, inovasi pendidikan menjadi penting, di mana perubahan dalam metode dan pendekatan pengajaran diterapkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan menarik minat siswa.

Pemasaran pendidikan juga menjadi bagian dari strategi yang digunakan, di mana madrasah melakukan promosi dan komunikasi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik lembaga di mata masyarakat. Kualitas pendidikan yang baik diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka. Dalam menghadapi persaingan pendidikan madrasah harus bersaing dengan lembaga pendidikan lain, baik negeri maupun swasta, yang mempengaruhi strategi yang diterapkan oleh madrasah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa baru

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Moh Naim dan Andi Nur Faizah pada tahun 2024 menunjukkan bahwa 1) strategi kepala madrasah dalam menarik minat calon peserta didik di MIS Darul Iman Kota Palu yaitu dengan cara promosi sekolah di antaranya pemasangan spanduk, pembagian brosur ke wilayah yang bisa dijangkau, kegiatan sosialisasi ke TK/RA, membangun hubungan dengan masyarakat yang bisa membantu mencarikan peserta didik, melalui komunikasi lisan, dan beberapa program-program lainnya. 2) Keberhasilan dari strategi madrasah dalam menarik minat

- calon peserta didik di MIS Darul Iman Kota Palu ini bisa dikatakan sudah berhasil dan dapat dilihat dari jumlah peserta didik yang mendaftar tiap tahunnya yang sudah mencapai bahkan melebihi dari target yang diinginkan yaitu 20 pendaftaran.¹¹
2. Penelitian dari Afroh Nailil Hikmah dan Ita Diah Purnama Sari. Pada tahun 2023 yang berjudul Strategi Kepala MI (Madrasah Ibtidaiyah) Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Distrik Sorong Timur Kota Sorong Tahun Ajaran 2022-2023 menunjukkan bahwa: (1) Strategi yang digunakan oleh Kepala MI di Distrik Sorong Timur Kota Sorong untuk menarik minat calon Siswa merencanakan, mengorganisir, memobilisasi atau mengarahkan dan mengawasi atau mengendalikan kegiatan. Sehingga strategi ini dapat memiliki kelebihan dari setiap madrasah; dan (2) mendukung dan menghambat faktor-faktor untuk strategi kepala MI, yaitu meningkatkan kualitas madrasah dengan menawarkan beberapa keuntungan untuk setiap madrasah, yaitu mengembangkan fasilitas dan infrastruktur untuk memastikan bahwa madrasah menjadi lebih baik dan lebih baik dilihat oleh masyarakat sehingga semakin banyak prospektif siswa tertarik untuk mendaftarkan diri di lembaga pendidikan.
 3. Penelitian Ari Yanto pada th 2024 tentang “Strategi Kepala Sekolah Madrasah Aliyah (Negeri MAN) Rejang Lebong dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di Era Globalisasi menunjukkan bahwa strategi kepala MAN Rejang Lebong dalam meningkatkan jumlah siswa meliputi promosi sekolah melalui media sosial, pengembangan program unggulan dan ekstrakurikuler, peningkatan fasilitas, pelatihan guru, serta pemberian beasiswa dan penghapusan biaya sekolah. Upaya

¹¹ Moh Dan Faizah, “Strategi Kepala Madrasah Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Mis Darul Iman Kota Palu.”

ini didukung oleh kerja sama dengan masyarakat sehingga menciptakan lingkungan belajar yang menarik, inklusif, dan relevan dengan perkembangan zaman. Hasilnya, jumlah peserta didik meningkat dan kualitas pendidikan membaik. Penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi dan adaptasi sekolah di era globalisasi.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ardian Elwiyansyah, Adi Fadli, Moh dan Iwan Fitriawan.pada tahun 2021 dimulai dari formulasi strategi, implementasi strategi dan pengendalian/evaluasi strategi. Pada tahapan formulasi strategi dilakukan perencanaan, identifikasi dan analisis faktor pendukung, juga penghambat internal-eksternal dalam lingkungan, analisis alternatif strategi yang bisa dilakukan dan terakhir penetapan strategi yang akan diterapkan. Pada tahapan implementasi strategi, hal-hal yang sudah dihasilkan pada tahap sebelumnya diimplementasikan sedemikian rupa. Sedangkan pada tahap pengendalian /evaluasi strategi kegiatan yang dilakukan adalah mereview faktor internal dan eksternal yang merupakan dasar strategi yang telah ada, menilai preformance strategi, hingga akhirnya melakukan langkah koreksi.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Warni, Ubadah Ubadah dan Sitti Hasnah.pada tahun 2023 memiliki beberapa hasil penelitian yaitu (1) strategi kepala madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik dilakukan dengan menggunakan strategi internal dan eksternal. Strategi internalnya yaitu dengan cara meningkatkan kualitas peserta didik, sarana prasarana, kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik dan masyarakat, serta menampilkan pengelolaan madrasah yang menarik. Strategi eksternal yaitu dengan cara menggunakan media brosur, spanduk, mengadakan perlombaan antar peserta didik, mengadakan kegiatan yang

melibatkan masyarakat dan menggunakan media sosial. (2) Faktor pendukung strategi kepala madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru yaitu kualitas dan jumlah tenaga pendidik yang cukup memadai dan sarana prasarana yang cukup memadai. Faktor penghambat yaitu kecenderungan orang tua mendorong anaknya untuk memilih sekolah umum, kurangnya pengetahuan tentang ilmu agama, sehingga menganggap lulusan madrasah hanya akan menjadi seorang penceramah agama, dan adanya isu bahwa lulusan MTs tidak akan diterima di SMA.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Hayyik Dwi Aufiyauddin pada tahun 2023 menghasilkan beberapa hal, yaitu: Pertama, segmentasi pemasaran madrasah di MAN 2 Ponorogo bertujuan meningkatkan minat peserta didik baru dengan pendekatan strategis berbasis kebutuhan dan referensi calon siswa serta orang tua, menekankan pada program yang relevan. Kedua, strategi diferensiasi madrasah di MAN 2 Ponorogo menekankan pengembangan potensi siswa melalui praktik transfer kelas yang novatif dan program khusus, memastikan lingkungan pendidikan yang inklusif, dan fokus pada pengembangan potensi individu sebagai komitmen lembaga. Ketiga, pelayanan lembaga pendidikan madrasah di MAN 2 Ponorogo didukung oleh berbagai fasilitas seperti layanan bimbingan, program ekstrakurikuler, dan teknologi, memungkinkan pengembangan potensi siswa secara komprehensif dan meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pendidikan, menegaskan pentingnya investasi pada efektivitas proses pembelajaran dan lingkungan pendidikan yang optimal.
7. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Misnan, Muhammad Irfan, dan Dedi Antono Sihombing pada tahun 2023 menunjukkan sekolah berada pada posisi strategis

(*strength-opportunity*) dan disarankan menggunakan strategi agresif dengan mengoptimalkan jaringan internal dan eksternal. Strategi yang diusulkan meliputi: guru sebagian besar lulusan S1, semangat dan komitmen mengajar tinggi, fasilitas memadai termasuk laboratorium, serta kerja sama yang baik dengan masyarakat sekitar.

8. Penelitian Azizah Nurul Fadlilah dan Saidah Masfiah pada tahun 2021 menunjukkan bahwa TK Al Huda berhasil menggunakan strategi marketing mix dalam usaha meningkatkan jumlah peserta didiknya. Dalam upaya tersebut, strategi marketing mix yang digunakan berupa metode 7P, yang terdiri dari: *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (SDM), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Produk yang ditawarkan oleh TK Al Huda adalah sekolah berbasis keagamaan Islam dan peduli lingkungan dengan program unggulan sampah berkah. Biaya yang ditetapkan menyesuaikan taraf ekonomi warga sekitar. Lokasi sekolahnya strategis. Kegiatan promosi dilakukan dengan media cetak, online, hingga terjun ke lapangan. SDM yang dimiliki berkualitas dan terus berupaya melakukan pengembangan. Bukti fisik TK Al Huda memiliki sarana prasarana yang baik dan terus diperbarui. Sementara proses pembelajaran dilaksanakan dengan menggunakan model pembelajaran kelompok berdasarkan sudut-sudut kegiatan.

Berdasarkan delapan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa upaya untuk meningkatkan minat dan jumlah peserta didik baru dapat diwujudkan dengan beragam strategi. Beberapa diantaranya meliputi pendekatan kolaboratif dengan masyarakat, penguatan tata kelola lembaga, peningkatan kualitas layanan

pendidikan, konsistensi dalam membangun motivasi, serta inisiatif untuk mendorong pencapaian akademik peserta didik.

Tabel. 1.1 Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian terdahulu.

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Kepala Madrasah Dalam Menarik minat Calon Peserta Didik di MIS Darul Iman Kota Palu (Moh Naim, Andi Nur Faizah, 2024)	Keduanya merupakan penelitian kualitatif dan berfokus pada strategi dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru	Penelitian ini konteksnya lebih spesifik pada strategi kepala madrasah pada jenjang pendidikan dasar, sedangkan penelitian penulis merupakan strategi madrasah secara umum dan dilakukan di jenjang MTs yang merupakan lembaga pendidikan menengah.
2.	Strategi Kepala MI (Madrasah Ibtidaiyah) Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik di Distrik Sorong Timur Kota Sorong Tahun Ajaran 2022-2023 (Afroh Nailil Hikmah, Ita Diah Purnama Sari., 2023)	Keduanya merupakan penelitian kualitatif dan membahas strategi dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan (minat atau kuantitas peserta didik).	Penelitian ini konteksnya lebih spesifik pada strategi kepala madrasah pada jenjang MI, sedangkan penelitian penulis merupakan strategi madrasah secara umum dan dilakukan di jenjang MTs yang merupakan lembaga pendidikan menengah.
3.	Strategi Kepala Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Era Globalisasi Pendidikan (Ari Yanto, 2024)	Keduanya merupakan penelitian kualitatif dan membahas strategi dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan (minat atau kuantitas peserta didik).	Penelitian ini konteksnya lebih spesifik pada strategi kepala madrasah pada jenjang MAN, sedangkan penelitian penulis merupakan strategi madrasah secara umum dan dilakukan di jenjang MTs yang merupakan lembaga pendidikan menengah.
4.	Strategi Kepala Madrasah MAN 3 Lombok Tengah Dalam Merekrut Peserta Didik Baru (Ardian El-wiyansyah, Adi Fadli, Moh. Iwan Fitriawan., 2021)	Keduanya merupakan penelitian kualitatif dan menekankan pentingnya proses rekrutmen peserta didik baru sebagai langkah awal dalam mencapai tujuan pendidikan yang berkualitas	Penelitian ini konteksnya lebih spesifik pada strategi kepala madrasah pada jenjang MAN, sedangkan penelitian penulis merupakan strategi madrasah secara umum dan dilakukan di jenjang MTs yang merupakan lembaga pendidikan menengah
5.	Strategi Kepala Madrasah Dalam	Keduanya merupakan penelitaian	Penelitian ini konteksnya lebih spesifik pada strategi

	Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru di MTs Alkhairaat Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong (Andi Warni, Ubadah Ubadah & Sitti Hasnah., 2023)	kualitatif dan berfokus pada upaya untuk meningkatkan kuantitas peserta didik baru di jenjang MTs.	kepala madrasah , sedangkan penelitian penulis merupakan strategi madrasah secara umum.
6.	Strategi Pemasaran Diferensiasi Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru (Studi kasus di MAN 2 Ponorogo) (Hayyik Dwi Aufiyauddin, 2023)	Keduanya merupakan penelitian kualitatif dan penelitian sama-sama meneliti strategi peningkatan peserta didik baru.	Pada penelitian ini mengkaji strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan minat peserta didik baru melalui segmentasi pemasaran, diferensiasi, dan pelayanan lembaga pada jenjang MA sementara pada penelitian penulis menganalisis strategi pemasaran pendidikan untuk meningkatkan kuantitas peserta didik baru dengan pendekatan marketing mix 7P pada jenjang MTs.
7.	Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Swasta Ar Ridha Medan Marelan.(Misnan, Muhammad Irfan & Dedi Antono Sihombing,2023)	Keduanya merupakan penelitian kualitatif dan berfokus pada peningkatan jumlah peserta didik baru pada jenjang MTs	Penelitian ini menggunakan pendekatan research & development dibatasi pada tahap desain produk strategi serta analisis data menggunakan SWOT sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan studi kasus dan analisis data menggunakan model miles & Huberman serta fokus pada implementasi marketing mix 7P.
8.	Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di TK Al Huda Kota Malang (Azizah Nurul Fadlilah & Saidah Masfiah, 2021)	Sama-sama menggunakan strategi marketing mix (7P),berfokus pada peningkatan jumlah peserta didik, dan jenis penelitiannya adalah penelitian kualitatif	Penelitian ini mendeskripsikan implementasi strategi marketing mix (7P) di lembaga PAUD untuk menarik orangtua siswa baru sedangkan penelitian penulis mendeskripsikan dan menganalisis strategi pemasaran pendidikan berbasis marketing mix 7P

			secara komprehensif di madrasah formal yang berbasis pondok pesantren.
--	--	--	--

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan alur yang jelas dan terstruktur, sehingga memudahkan pembaca dalam memahami setiap aspek yang dibahas.

1. Bab I: Pendahuluan: menjadi bagian awal yang sangat penting, di mana peneliti memperkenalkan latar belakang masalah, tujuan penelitian, serta signifikansi dari penelitian yang dilakukan. Dalam bab ini, peneliti juga akan menjelaskan ruang lingkup penelitian dan pertanyaan penelitian yang akan dijawab, sehingga pembaca dapat memahami konteks dan relevansi dari topik yang diangkat.
2. Bab II: Kajian Teoretis: menyajikan landasan teori yang mendukung penelitian. Di sini, peneliti akan mengulas berbagai teori dan konsep yang relevan dengan topik penelitian, serta hasil-hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan. Kajian ini bertujuan untuk memberikan kerangka pemikiran yang kuat dan mendalam, serta menunjukkan posisi penelitian ini dalam konteks penelitian yang lebih luas
3. Bab III: Metode Penelitian: menjelaskan pendekatan dan teknik yang digunakan dalam penelitian. Peneliti akan menguraikan desain penelitian, populasi dan sampel, serta instrumen pengumpulan data yang digunakan. Penjelasan yang rinci mengenai metode ini penting untuk memastikan bahwa penelitian dapat direplikasi dan hasilnya dapat dipercaya
4. Bab IV: Paparan Data dan Temuan Penelitian: pada bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data dan analisis data serta membahas tentang temuan dari penelitian lapangan.

5. Bab V: Pembahasan: pada bab ini akan dijelaskan tentang hasil temuan penelitian dan keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan / teori terhadap teori-teori dan temuan-temuan sebelumnya serta penjelasan dari temuan / teori yang diungkap dari lapangan (*grounded theory*) yang terkait dengan fokus penelitian tentang strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di MTs Darussalam Tanjunganom Nganjuk.
6. Bab VI: Penutup: bab ini memuat temuan pokok atau kesimpulan, implikasi dan tindak lanjut penelitian, serta saran-saran atau rekomendasi yang diajukan. Dalam penelitian kualitatif, temuan pokok atau kesimpulan harus menunjukkan makna temuan-temuan tersebut.