

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Manajemen strategi merupakan salah satu pendekatan yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif melalui penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi yang terarah ¹. Menurut Fred R. David, manajemen strategi adalah seni dan ilmu dalam merumuskan (*formulating*), mengimplementasikan (*implementing*), serta mengevaluasi (*evaluating*) berbagai keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan yang telah ditetapkan ². Melalui penerapan manajemen strategi, organisasi dapat mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal, menentukan arah kebijakan, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya, serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dinamis.

Dalam konteks lembaga pendidikan, manajemen strategi memiliki peran yang penting dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan berbagai program, termasuk Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM). Kegiatan PMBM berorientasi pada proses administrasi penerimaan murid baru, dan juga merupakan bagian dari upaya strategis madrasah dalam mempertahankan keberlangsungan lembaga, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta

¹ Marina Letara Nababan, Nasib Tua Lumban Gaol, and Winarti Agustina, "Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Pengelolaan Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Pada Era 4.0," *Jurnal Ilmiah Cahaya Paud* 5, no. 2 (2023): 84–95.

² Fred R David, *Strategic Management Concepts and Cases* (Prentice hall, 2011).

mencapai target jumlah murid baru yang telah ditetapkan³. Oleh karena itu, penyelenggaraan PMBM memerlukan strategi yang dirumuskan secara matang, diimplementasikan secara efektif, dan dievaluasi secara berkelanjutan agar tujuan madrasah dapat tercapai.

Pelaksanaan PMBM juga harus memperhatikan regulasi yang berlaku. Kementerian Agama telah menetapkan kebijakan mengenai Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) sebagai pedoman bagi seluruh madrasah dalam menyelenggarakan proses penerimaan murid baru secara objektif, transparan, akuntabel, berkeadilan, dan tanpa diskriminasi⁴. Kebijakan tersebut menjadi landasan bagi setiap madrasah dalam menyusun dan melaksanakan strategi penerimaan murid baru sesuai dengan karakteristik, kebutuhan, dan kondisi masing-masing lembaga.

Perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompetitif menuntut setiap madrasah untuk memiliki strategi yang mampu meningkatkan daya saing lembaga. Kemajuan teknologi informasi, meningkatnya akses masyarakat terhadap berbagai informasi, serta semakin tingginya harapan orang tua terhadap kualitas pendidikan menyebabkan proses pemilihan lembaga pendidikan menjadi semakin selektif⁵. Kondisi tersebut mendorong setiap madrasah untuk tidak hanya memiliki program unggulan, tetapi juga

³ Mella Mardayanti and Amirul Muttaqin, "Strategi Pemasaran Madrasah Diniyah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Murid (Studi Kasus Madrasah Diniyah Darul Ulum Mangunsuman)," *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama* 7, no. 2 (2019): 209–18.

⁴ Kementerian Agama RI, "Petunjuk Teknis Penerimaan Murid Baru (PMB) Madrasah Tahun Pelajaran 2026-2027," no. 40 (2018): 406.

⁵ Bagas Herawan and Mhd Aslam Fikri Lubis, "Pengaruh Globalisasi Terhadap Cara Pandang Orang Tua Terhadap Pendidikan Anak Di Kampung Bantara Tanah Merah," *Mesada: Journal of Innovative Research* 2, no. 2 (2025): 777–83.

menerapkan manajemen strategi yang tepat dalam penyelenggaraan Penerimaan Murid Baru Madrasah agar mampu menarik minat masyarakat dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi madrasah, khususnya yang berada di wilayah pinggiran, untuk terus meningkatkan kualitas pengelolaan lembaga agar mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Keberhasilan suatu madrasah ditentukan oleh kualitas program pendidikan yang dimiliki, dan juga oleh kemampuan dalam menyusun dan mengelola strategi penerimaan murid baru secara tepat⁶. Manajemen strategi yang baik akan membantu madrasah mengoptimalkan potensi yang dimiliki, memanfaatkan peluang yang ada, serta menghadapi berbagai tantangan dalam memperoleh kepercayaan masyarakat.

Dalam menentukan lembaga pendidikan bagi putra-putrinya, masyarakat umumnya mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kualitas pembelajaran, program unggulan, lingkungan belajar, prestasi madrasah, fasilitas, serta pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, madrasah perlu memiliki strategi yang mampu memperkenalkan keunggulan-keunggulan tersebut kepada masyarakat melalui kegiatan Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) yang dirancang dan dikelola secara efektif⁷.

⁶ Dinda Ramadhany, Nurika Khalila Daulay, and Hendri Fauza, "Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Calon Siswa Baru Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan Madrasah Aliyah Negeri 1 Medan TP 2020/2021," *Hijri* 10, no. 2 (2021): 23–32.

⁷ Yun Yun Yunadi, *Madrasah Minimalis Strategi Baru Mengembangkan Sekolah Unggul Berbasis Islam* (Deepublish, 2025).

Persaingan antarlembaga pendidikan, khususnya pada jenjang Madrasah Ibtidaiyah, semakin meningkat dari tahun ke tahun. Kondisi ini menuntut setiap madrasah untuk memiliki manajemen strategi yang mampu mendukung keberhasilan penyelenggaraan PMBM. Strategi yang dirumuskan secara matang, diimplementasikan secara optimal, serta dievaluasi secara berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan jumlah murid baru sekaligus memperkuat eksistensi madrasah di tengah persaingan yang semakin kompetitif⁸.

MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang merupakan salah satu lembaga pendidikan dasar Islam swasta yang berada di bawah naungan Yayasan Masjid Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang. Madrasah ini berdiri pada tahun 2017 dan menyelenggarakan pendidikan jenjang Madrasah Ibtidaiyah dengan mengintegrasikan kurikulum nasional, pendidikan keagamaan, serta berbagai program unggulan sebagai ciri khas lembaga.

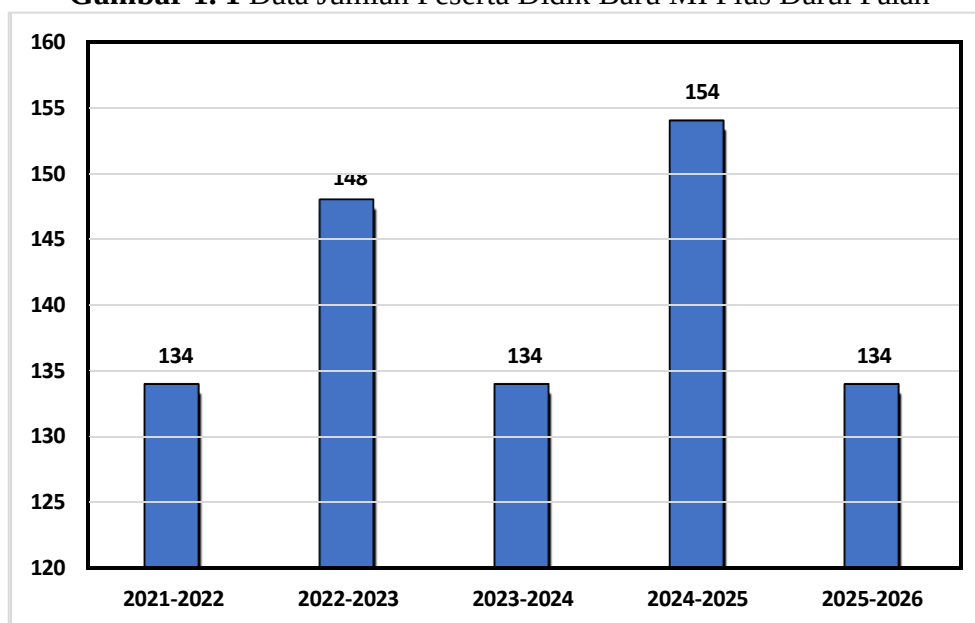
Sebagai madrasah berkonsep "plus", MI Plus Darul Falah memiliki sejumlah program unggulan, seperti penguatan pendidikan agama Islam, pembiasaan ibadah, serta program tahfidz Al-Qur'an. Berbagai program tersebut menjadi kekuatan yang dimiliki madrasah dalam menarik kepercayaan masyarakat.

Sejak berdiri, MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang menunjukkan perkembangan yang cukup baik, yang ditandai dengan

⁸ Ari Yanto, Murni Yanto, and Emmi Kholilah Harahap, "Strategi Kepala Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Era Globalisasi Pendidikan" (Institut Agama Islam Negeri Curup, 2024).

meningkatnya jumlah murid baru pada setiap tahun ajaran serta semakin tingginya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa madrasah telah menerapkan berbagai strategi dalam penyelenggaraan PMBM yang menarik untuk dikaji lebih mendalam dari perspektif manajemen strategi.

Gambar 1. 1 Data Jumlah Peserta Didik Baru MI Plus Darul Falah



Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa jumlah murid baru di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang mengalami peningkatan pada setiap tahun ajaran dalam lima tahun terakhir. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa madrasah memiliki kemampuan yang baik dalam menarik kepercayaan masyarakat. Keberhasilan tersebut tentu tidak terlepas dari kualitas layanan pendidikan, program unggulan yang dimiliki, serta pengelolaan strategi Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) yang dilaksanakan secara terencana. Dalam menghadapi dinamika sosial, meningkatnya persaingan antarlembaga pendidikan, serta tingginya ekspektasi masyarakat terhadap mutu pendidikan, keberhasilan memperoleh murid baru

ditentukan oleh kualitas internal madrasah, dan juga oleh kemampuan lembaga dalam merumuskan strategi yang tepat, mengimplementasikannya secara efektif, dan melakukan evaluasi secara berkelanjutan agar strategi tersebut tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat⁹.

MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang hadir sebagai salah satu madrasah yang mengintegrasikan kurikulum nasional dengan penguatan pendidikan agama Islam melalui berbagai program unggulan, seperti pembiasaan ibadah, tahfidz Al-Qur'an, serta pembinaan karakter Islami. Keunggulan tersebut menjadi potensi strategis yang dimiliki madrasah dalam penyelenggaraan Penerimaan Murid Baru Madrasah. Namun demikian, potensi tersebut tidak akan memberikan hasil yang optimal apabila tidak didukung oleh manajemen strategi yang dirumuskan secara matang, diimplementasikan secara efektif, dan dievaluasi secara berkesinambungan.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti di MI Plus Darul Falah Mojoagung Jombang, diketahui bahwa madrasah ini memperoleh kepercayaan yang tinggi dari masyarakat, yang ditunjukkan dengan terpenuhinya kuota Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) meskipun masa pendaftaran masih berlangsung. Keberhasilan tersebut didukung oleh kualitas layanan pendidikan, program unggulan seperti integrasi kurikulum umum dan keagamaan, program tahfidz Al-Qur'an, pembiasaan ibadah, serta penanaman akhlakul karimah. Selain itu, madrasah memanfaatkan berbagai

⁹ Adinda Rusdiana, Nur Fitria, and Mardiyah Mardiyah, "Strategi Efektif Dalam Merumuskan Rekomendasi Hasil Evaluasi Diri Untuk Peningkatan Satuan Pendidikan Islam," *Al-Irsyad: Journal of Education Science* 4, no. 2 (2025): 140–55.

strategi dalam pelaksanaan PMBM, antara lain promosi melalui media sosial, penyebaran brosur, komunikasi langsung dengan masyarakat, serta dukungan rekomendasi dari wali murid. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan PMBM merupakan hasil dari penerapan manajemen strategi yang dirumuskan, diimplementasikan, dan dievaluasi secara berkelanjutan oleh pihak madrasah.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai "Manajemen Strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang" menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan mengkaji secara mendalam bagaimana madrasah merumuskan strategi, mengimplementasikan strategi, serta mengevaluasi strategi dalam penyelenggaraan PMBM berdasarkan konsep manajemen strategi menurut Fred R. David. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai praktik manajemen strategi yang diterapkan madrasah sekaligus menjadi referensi bagi lembaga pendidikan lain dalam mengelola Penerimaan Murid Baru Madrasah secara efektif dan berkelanjutan.

Fenomena tersebut menjadi menarik untuk diteliti karena keberhasilan PMBM tidak hanya diukur dari tercapainya target jumlah murid baru, tetapi juga dari bagaimana madrasah mengelola strategi dalam menghadapi persaingan antarlembaga pendidikan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji "manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang" berdasarkan tahapan "formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi" menurut Fred R. David. Hasil penelitian

diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai praktik manajemen strategi PMBM yang diterapkan madrasah serta menjadi referensi bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengembangkan strategi penerimaan murid baru yang efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka fokus utama permasalahan dalam penelitian ini adalah menelaah bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MI Plus Darul Falah.

1. Bagaimana formulasi strategi dalam penerimaan murid baru madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang?
2. Bagaimana implementasi strategi dalam penerimaan murid baru madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang?
3. Bagaimana evaluasi strategi dalam penerimaan murid baru madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan formulasi strategi dalam penerimaan murid baru madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang.
2. Mendeskripsikan implementasi strategi dalam penerimaan murid baru madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang.

3. Mendeskripsikan evaluasi strategi dalam penerimaan murid baru madrasah di MI Plus Darul Falah Gambiran Mojoagung Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmiah dalam bidang Manajemen Pendidikan Islam, khususnya yang berkaitan dengan manajemen strategi dalam penyelenggaraan Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM). Manfaat penelitian ini meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan di bidang Manajemen Pendidikan Islam, khususnya mengenai penerapan manajemen strategi dalam penyelenggaraan Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) berdasarkan konsep formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi menurut Fred R. David.

2. Secara Praktis

a. Bagi Madrasah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan, evaluasi, dan pertimbangan bagi pihak madrasah dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi strategi Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) sehingga pelaksanaannya dapat berlangsung lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

b. Bagi Kepala Madrasah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai pentingnya penerapan manajemen strategi dalam penyelenggaraan PMBM, mulai dari tahap formulasi strategi, implementasi strategi, hingga evaluasi strategi sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan madrasah.

c. Bagi Guru dan Tenaga Kependidikan

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman guru dan tenaga kependidikan mengenai peran mereka dalam mendukung pelaksanaan strategi PMBM sehingga seluruh unsur madrasah dapat berpartisipasi secara aktif dalam mencapai target penerimaan murid baru.

d. Bagi Lembaga Pendidikan Islam

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengembangkan manajemen strategi Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) yang efektif, adaptif, dan berkelanjutan sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan masing-masing lembaga.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian mengenai manajemen strategi, Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM), maupun Manajemen Pendidikan Islam dengan menggunakan perspektif atau pendekatan yang berbeda.

E. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu diperlukan untuk melengkapi data dan pengetahuan tentang strategi pemasaran jasa Pendidikan. Adapun beberapa referensi yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

1. Tesis oleh Ika Putri Rahayu menunjukkan bahwa identifikasi kebutuhan program pendidikan yang dilakukan MIN 3 Magetan didasarkan pada kebutuhan siswa, perkembangan zaman, hasil studi banding, serta masukan dari wali murid. Analisis program pendidikan dilakukan melalui Evaluasi Diri Madrasah (EDM) yang meliputi analisis internal dan eksternal. Perencanaan program pendidikan dilaksanakan melalui empat tahap, yaitu penetapan visi, misi, dan tujuan madrasah, perumusan kondisi madrasah, identifikasi kekuatan dan kelemahan, serta pengembangan rencana kegiatan. Strategi yang diterapkan untuk meningkatkan citra madrasah adalah strategi diferensiasi melalui pengembangan program-program unggulan yang membedakan madrasah dengan lembaga pendidikan lainnya. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi yang diterapkan oleh madrasah dalam mencapai tujuan organisasi melalui pengelolaan yang terencana. Selain itu, kedua penelitian juga menggunakan pendekatan kualitatif pada lembaga pendidikan Islam. Perbedaannya, penelitian Ika Putri Rahayu berfokus pada strategi pengembangan program pendidikan dan strategi diferensiasi untuk membangun citra madrasah, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM)

yang dianalisis menggunakan teori Fred R. David, meliputi formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.¹⁰

2. Tesis oleh Nunung Hermawati menunjukkan bahwa strategi pemasaran virtual jasa pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Ma'arif NU 01 Gandrungmangu dilakukan melalui segmentasi pasar, penentuan target pasar (*targeting*), dan penentuan posisi lembaga (*positioning*). Ketiga strategi tersebut diterapkan untuk memperkuat identitas madrasah sebagai lembaga yang unggul dan agamis sehingga mampu menarik minat masyarakat. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas upaya madrasah dalam meningkatkan jumlah peserta didik melalui strategi yang diterapkan dalam proses penerimaan murid baru. Perbedaannya, penelitian Nunung Hermawati menitikberatkan pada strategi pemasaran jasa pendidikan melalui konsep segmentasi, targeting, dan positioning (STP), sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) berdasarkan teori Fred R. David, yang berfokus pada formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.¹¹
3. Tesis oleh Eni Murwati menunjukkan bahwa: (1) proses manajemen pemasaran di MTs N Maguwoharjo dilakukan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian; (2) sasaran

¹⁰ Ika Rahayu, "Strategi Pemasaran Program Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Madrasah," *Tesis*, 2020.

¹¹ Nunung Hermawati, "Strategi Pemasaran Virtual Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Animo Peserta Didik Di Mts Ma'arif Nu 01 Gandrungmangu Kec. Gandrungmangu Kab. Cilacap" *Tesis*, 2021.

pemasaran yang telah dicapai meliputi terpenuhinya target jumlah siswa, meningkatnya publikasi sekolah, serta semakin dikenalnya sekolah oleh masyarakat. Adapun sasaran jangka panjang yang ingin dicapai adalah menjadi sekolah pilihan dengan peserta didik yang berprestasi di bidang akademik maupun nonakademik; dan (3) faktor pendukung manajemen pemasaran meliputi sumber daya manusia yang memiliki motivasi tinggi, keunggulan sekolah sebagai sekolah Islam hijau dan berprestasi, serta biaya pendidikan yang terjangkau. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengelolaan strategi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendukung keberhasilan penerimaan murid baru. Perbedaannya, penelitian Eni Murwati berfokus pada manajemen pemasaran pendidikan dengan menggunakan fungsi-fungsi manajemen, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) yang dianalisis menggunakan teori Fred R. David melalui tahapan formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.¹²

4. Jurnal oleh Sahra Rohmatus Saidah dkk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran yang diterapkan oleh MI Muhammadiyah 02 Cakru menggunakan strategi diferensiasi dengan tujuan memenuhi misi sekolah, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan ketertarikan masyarakat, dan meningkatkan efisiensi; (2) implementasi strategi

¹² Eni Murwati, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Tentang Manajemen Pemasaran Di MTs Negeri Maguwoharjo)," *Tesis*, 2011.

pemasaran dilakukan melalui unsur produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, pelayanan, dan proses; serta (3) faktor pendukung dan penghambat strategi dipengaruhi oleh tingkat pemahaman masyarakat terhadap sistem pendidikan madrasah dan ketersediaan sarana prasarana. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi yang diterapkan oleh madrasah untuk meningkatkan daya tarik lembaga dan memperoleh kepercayaan masyarakat dalam proses penerimaan murid baru. Perbedaannya, penelitian Sahra Rohmatus Saidah dkk. mengkaji strategi pemasaran jasa pendidikan dengan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix), sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) berdasarkan teori Fred R. David, yang berfokus pada formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.¹³

5. Tesis oleh Nuril Finawati menunjukkan bahwa: (1) perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan di MTs Al-Islam Joresan melibatkan seluruh pihak sehingga keputusan yang diambil merupakan hasil musyawarah bersama. Perencanaan yang diterapkan terdiri atas perencanaan jangka pendek dan jangka menengah; (2) implementasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dilaksanakan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing berdasarkan keputusan bersama; serta (3) pengendalian manajemen pemasaran dilakukan secara berkelanjutan

¹³ Sahra Rohmatus Saidah et al., “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember,” *Leaderia: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 1 (2022): 22–36.

melalui pengawasan melekat untuk meminimalkan penyimpangan dan melakukan perbaikan terhadap pelaksanaan program. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengelolaan strategi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan melalui tahapan perencanaan dan pelaksanaan program sebagai upaya mencapai tujuan lembaga. Perbedaannya, penelitian Nuril Finawati berfokus pada manajemen pemasaran jasa pendidikan dengan menitikberatkan pada aspek perencanaan, implementasi, dan pengendalian pemasaran. Adapun penelitian ini berfokus pada manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) dengan menggunakan teori Fred R. David, yang mengkaji formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi dalam penyelenggaraan PMBM.¹⁴

6. Tesis oleh M. Risky Ranosa menunjukkan bahwa Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Bandar Lampung menerapkan pemasaran digital pendidikan melalui berbagai media informasi. Komunikasi dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat melalui publikasi prestasi peserta didik, sedangkan distribusi informasi dilakukan dengan memanfaatkan media digital untuk memperkenalkan keunggulan madrasah. Selain itu, layanan pemasaran digital didukung oleh pemanfaatan berbagai platform, seperti Facebook Ads, website, dan YouTube. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji strategi yang diterapkan madrasah untuk membangun kepercayaan masyarakat dan

¹⁴ Nuril Finawati, Nilai Panca Jiwa Di Madrasah Tsanawiyah Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo,” Tesis 2020.

mendukung keberhasilan penerimaan murid baru. Perbedaannya, penelitian M. Risky Ranosa berfokus pada strategi pemasaran digital pendidikan melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi lembaga, sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) berdasarkan teori Fred R. David yang meliputi formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi, sehingga ruang lingkup penelitian tidak hanya terbatas pada media promosi, tetapi mencakup keseluruhan proses pengelolaan strategi PMBM.¹⁵

Tabel 1. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No.	Judul, Nama Penulis, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Ika Putri Rahayu (2020), <i>Strategi Pemasaran Program Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Madrasah</i> (Tesis)	Sama-sama membahas strategi yang diterapkan oleh lembaga pendidikan untuk mencapai tujuan dan meningkatkan daya saing madrasah.	Penelitian Ika Putri Rahayu berfokus pada strategi pemasaran program pendidikan dalam meningkatkan citra madrasah, sedangkan penelitian ini berfokus pada manajemen strategi dalam Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) menggunakan teori Fred R. David yang meliputi formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.
2	Nunung Hermawati (2021), <i>Strategi Pemasaran Virtual Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Peserta Didik di MTs Ma'arif NU 01 Gandrungmangu Kec. Gandrungmangu Kab. Cilacap</i> (Tesis)	Sama-sama membahas strategi yang dilakukan madrasah untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.	Penelitian Nunung Hermawati mengkaji strategi pemasaran virtual menggunakan konsep segmentasi, targeting, dan positioning (STP), sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi PMBM berdasarkan teori Fred R. David.
3	Eni Murwati (2011), <i>Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi tentang Manajemen</i>	Sama-sama membahas pengelolaan strategi dalam lembaga pendidikan untuk	Penelitian Eni Murwati berfokus pada manajemen pemasaran pendidikan menggunakan fungsi manajemen, sedangkan penelitian

¹⁵ M Riski Ranosa, "Pemasaran Digital Pendidikan Dalam Mencapai Customer Satisfaction Di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 2 Bandar Lampung," Tesis 2023.

No.	Judul, Nama Penulis, dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	<i>Pemasaran di MTs Negeri Maguwoharjo</i> (Tesis)	memperoleh kepercayaan masyarakat.	ini berfokus pada manajemen strategi PMBM dengan tahapan formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.
4	Sahra Rohmatus Saidah dkk., <i>Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah 02 Cakru Kencong Jember</i> (Jurnal)	Sama-sama membahas strategi yang dilakukan madrasah untuk meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan.	Penelitian Sahra Rohmatus Saidah dkk. mengkaji strategi pemasaran jasa pendidikan melalui bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>), sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi PMBM menggunakan teori Fred R. David.
5	Nuril Finawati (2020), <i>Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Al-Islam Joresan Mlarak Ponorogo</i> (Tesis)	Sama-sama membahas pengelolaan strategi dalam lembaga pendidikan melalui tahapan perencanaan dan pelaksanaan program.	Penelitian Nuril Finawati berfokus pada manajemen pemasaran jasa pendidikan, sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi dalam PMBM berdasarkan teori Fred R. David yang meliputi formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.
6	M. Riski Ranosa (2023), <i>Pemasaran Digital Pendidikan dalam Mencapai Customer Satisfaction di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 2 Bandar Lampung</i> (Tesis)	Sama-sama membahas strategi yang dilakukan madrasah untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.	Penelitian M. Riski Ranosa berfokus pada pemasaran digital pendidikan melalui media digital, sedangkan penelitian ini mengkaji manajemen strategi PMBM secara menyeluruh berdasarkan teori Fred R. David, mulai dari formulasi, implementasi, hingga evaluasi strategi.