

STRATEGI PEMASARAN SD SWASTA JUARA WIRAUTAMA PATROL INDRAMAYU DALAM SISTEM PENERIMAAN MURID BARU (SPMB)

Izin Faizin¹, Dewi Cahyani², Moh. Ali²

¹Pasca Manajemen Pendidikan Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

²Pasca Manajemen Pendidikan Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

³Pasca Manajemen Pendidikan Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Alamat e-mail : (¹izinfaizinpasca@gmail.com), Alamat e-mail :

²cahyaniidewi6789@gmail.com, Alamat e-mail : ³moh.ali@syekhnurjati.ac.id

ABSTRACT

Abstract This research begins with a phenomenon that occurred at Juara Wirautama Private Elementary School (SD) in Patrol Village, Patrol District, Indramayu Regency. Juara Wirautama Private Elementary School, a relatively new school and only four years old, has been operating since the new student admission system. However, during the new student admission system, the number of applicants exceeded the capacity and was filled in just three months. Therefore, this study aims to determine the marketing strategy of Juara Wirautama Patrol Private Elementary School in the new student admission system (SPMB). This study uses qualitative research with a descriptive approach. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques refer to the opinions of Miles and Humberman, with the stages of data collection, data reduction, data presentation, and data verification. The results of this study indicate that the marketing strategy implemented by Juara Wirautama Patrol Private Elementary School in the SPMB is effective and efficient, utilizing the promotion of the school's flagship program, namely Al-Qur'an memorization, establishing good interpersonal relationships between the school and parents, and the effectiveness of the SPMB committee's organizational management.

Keywords: Marketing Strategy, SD Swasta Juara Wirautama Patrol, SPMB

ABSTRAK

Abstrak Penelitian ini berawal dari suatu fenomena yang terjadi di Sekolah Dasar (SD) Swasta Juara Wirautama Desa Patrol, Kecamatan Patrol Kabupaten Indramayu. SD Swasta Juara Wirautama yang merupakan sekolah tergolong pemula dan baru berjalan 4 tahun namun saat sistem penerimaan murid baru, jumlah pendaftar melebihi kapasitas yang dimiliki dan terpenuhi hanya dalam waktu 3 bulan saja. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran SD Swasta Juara Wirautama Patrol dalam Sistem penerimaan murid baru (SPMB). Dalam penelitian ini, jenis penelitian digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data merujuk kepada pendapat Miles dan Humberman dengan tahapan analisis pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian

ini menunjukkan strategi pemasaran yang telah dilakukan SD Swasta Juara Wirautama Patrol dalam SPMB ternyata efektif dan efisien dengan memanfaatkan promosi program unggulan sekolah, yaitu tahfidz Al-Qur'an, menjalin hubungan interpersonal secara baik antara sekolah dengan wali murid serta efektivitas pengelolaan organisasi panitia SPMB.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SD Swasta Juara Wirautama, SPMB

A. Pendahuluan

Sekolah didalam memajukan kualitas instansinya tentu memiliki strategi yang relevan didalam persaingan antar lembaga pendidikan. Dalam hal ini lembaga memiliki strategi pemasaran dalam peningkatan kuantitas peserta didik barunya, olah karenanya strategi pemasaran kini telah menjadi intrumen yang kruasial dalam kesuksesan suatu lembaga pendidikan, terlebih saat sistem penerimaa murid baru (SPMB). Dalam hal ini strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam menarik perhatian orang tua calon siswa didik baru agar menyekolahkan anaknya dilembaga pendidikan tersebut.

Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan seseorang untuk memasarkan suatu produk baik itu barang maupun jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Pengertian strategi pemasaran juga dapat

diartikan sebagai rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. (Sundari, n.d.)

Persaingan antar lembaga pendidikan sendiri tidak hanya memberikan manfaat dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru, melainkan juga bermanfaat dalam menciptakan elektabilitas positif pada lembaga pendidikan di tengah-tengah kompetisi antar lembaga yang kian hari semakin ketat. Dengan lembaga menerapkan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan suatu lembaga pendidikan mampu menarik calon peserta didik meskipun sekolah tersebut baru bergabung ditengah-tengah masyarakat.

Dalam pengaplikasiannya dalam dunia pendidikan, strategi pemasaran telah menunjukkan kerbermanfaatan lewat berbagai pendekatan. Xeon Rhao dalam

penelitiannya strategi pemasaran berbasis komunitas dan program unggulan yang berfokus pada nilai moral, agama, dan keterampilan sosial membuat kedua sekolah ini lebih diminati oleh masyarakat, meningkatkan citra positif, dan memperluas relasi yang positif. (Rhao et al., 2022)

Sama halnya dengan penelitian Aditia Fradito, dkk menyatakan bahwa keberhasilan pemasaran pendidikan sangat bergantung pada kemampuan sekolah dalam membangun kerjasama yang efektif dan berkelanjutan antara pihak sekolah dan orang tua. Dalam hal ini, strategi pemasaran bukan hanya tentang promosi program unggulan sekolah, tetapi juga tentang membangun hubungan timbal balik yang bersifat berkelanjutan. Hal yg sama dilakukan SD Swasta Juara Wirautama Patrol dalam pemasarannya. (Fradito et al., 2020)

Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap SD Swasta Juara Wirautama dilakukan promosi dan pemasaran yang masif. Salah satunya adalah melalui penggunaan media sosial, facebook, brosur, dan spanduk. Melibatkan para guru, wali murid, dan pihak-pihak yg terkait lainnya juga tak kalah penting. Kerjasama dengan pemerintah dan dinas terkait, agenda perlombaan dapat menjadi strategi cukup efektif.

Menjaga kualitas program unggulan juga perlu diperhatikan. Memberikan hasil yang memuaskan wali muid akan keberhasilan program dan meningkatkan fasilitas dan layanan sekolah yang dapat

menciptakan stigma positif dan meningkatkan hubungan baik dengan wali murid.

Sekolah ini juga memiliki program unggulan, yaitu tahfidz Al-Qur'an, yang menjadi salah satu daya tarik utama bagi masyarakat. Selain itu, hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dan wali murid serta pengelolaan panitia SPMB yang terstruktur dan terorganisir juga memberikan kontribusi besar pada keberhasilan strategi pemasaran sekolah. Dalam hal ini, peneliti melihat kesenjangan yang menarik untuk dikaji lebih lanjut, terutama pada sekolah-sekolah yang baru berdiri. Fenomena ini menunjukkan adanya keberhasilan strategi pemasaran yang efektif serta efisien, namun disatu sisi kajian mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan masih sedikit.

Tabel. Riwayat Pendaftar SD Juara Wirautama

No	Tahun Ajaran	Pendaftar	Jumlah Kelas
1	2022/2023	48 Orang	2
2	2023/2024	72 Orang	3
3	2024/2025	66 Orang	3
4	2025/2026	88 Orang	4

Sumber : Kepala Sekolah SD Juara Wirautama

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan peningkatan jumlah siswa-siswi SD Swasta Juara Wirautama Patrol dalam empat tahun terakhir, dimana di tahun pertamanya hanya menerima 48 siswa baru, dibagi menjadi 2 kelas SD Swasta Juara

Wirautama Patrol, sekolah yang baru berdiri 3 tahun lebih, namun telah berhasil menarik jumlah pendaftar yang melebihi kapasitasnya dalam satu kelas. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Indramayu pada tahun 2024 jumlah sekolah dasar di kecamatan Patrol mencapai 29 sekolah. SD Swasta Juara Wirautama harus bersaing dengan 21 sekolah negeri, 5 sekolah swasta dan 3 madrasah ibtidaiyah negeri dan swasta dan ini belum termasuk sekolah non-formal setingkat sekolah dasar atau madrasah. (Dan, 2024)

Agar penelitian ini tidak jauh dari pembahasan, pemeliti hanya fokus tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini tidak menganalisis mendalam sampai kurikulum sekolah, manajemen organisasi sekolah, atau aspek finansial lainnya. Pendekatan ini bertujuan agar memberikan fokus lebih pada strategi komunikasi pemasaran

dan seberapa besar pengaruhnya terhadap keberhasilan SPMB. Fokus permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran SD Swasta Juara Wirautama Patrol dalam SPMB. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui promosi program unggulan sekolah, yaitu tahfidz Al-Qur'an, bagaimana hubungan interpersonal antara sekolah dengan wali murid serta seberapa efektivitas pengelolaan organisasi panitia SPMB.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus yang mana penelitian lebih fokus mendeskripsikan ketimbang berbicara tentang angka. Studi kasus adalah metode yang lazim digunakan untuk menganalisis data yang berkenaan dengan suatu kasus tertentu. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam kepada informan kunci yang terdiri dari Kepala Sekolah SD Swasta Juara Wirautama Patrol, Ketua panitia SPMB dan Orang tua. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui data pendukung yang diperoleh dari informasi dan publikasi yang bersifat umum dan telah dikeluarkan oleh lembaga dan telah mendapatkan izin untuk diakses seperti brosur,

spanduk, periklanan disosial media dan lain sebagainya.

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat melakukan penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data. (Nurfajriani et al., 2024)

Setelah data yang diperoleh peneliti merasa cukup selajutnya data akan direduksi. Reduksi adalah kegiatan berfikir kritis yang membutuhkan perhatian lebih dan ketekunan yang mendalam, Dengan data direduksi peneliti akan memilih data yang dirasa penting, kemudian peneliti berfokus kepada data yang berkaitan dengan penelitian, lalu merangkum dan memberi rincian pada sub tema pembahannya.

Setelah data dan informasi direduksi, kemudian selanjutnya data akan di sajikan (*display data*), dengan demikian akan memudahkan peneliti untuk kembali terfokus mencari jawaban dari rumusan masalah yang sudah disepakati diawal penelitan. Dengan demikian maka peneliti dengan mudah menarik kesimpulan sementara dan memverifikasi data dari hasil penelitian. Hasil penelitan masih dapat berubah bila terdapat temuan

yang autentik yang mampu membantah temuan peneliti. Kesimpulannya adalah semua tahapan yang diatas diatas merupakan instrumen yang membantu peneliti di dalam sebuah penelitian kualitatif deskriptif yang memudahkan peneliti dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada SD Swasta Juara Wirautama Patrol merupakan Sekolah Dasar berbasis Islam yang berada di bawah naungan Yayasan Generasi Harapan Umat (Genharum), yang berdiri sejak tahun 2022 dengan Kepala Sekolah saat ini Izin Faizin, S.Pd yang juga menjadi informan kunci dalam penelitian. SD Swasta Juara Wirautama Patrol berada di jalan Wirautama Patrol Kecamatan Patrol Kabupaten Indramayu. Penelitian berfokus pada Strategi Pemasaran SD Swasta Juara Wirautama Patrol dalam SPMB. SPMB merupakan agenda tahunan penerimaan murid di setiap jenjang sekolah baik negeri maupun swasta yang telah ditentukan berdasarkan Permendikbud nomor 1 tahun 2021.

Kegiatan ini diselenggarakan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) dengan tujuan pemerataan akses dan kualitas pendidikan seluruh Indonesia.

SD Swasta Juara Wirautama Patrol sebagai lembaga pendidikan formal dibawah pemerintah dinas pendidikan mengemban amanat untuk menciptakan dan ikut andil dalam mendukung visi dan misi pendidikan di Indonesia. Maka dari pada itu, SD Swasta Juara Wirautama Patrol memiliki visi dan misi yang menjadi batu pijakan untuk meniti jalan dalam mencapai tujuan pendidikan yang sama-sama dicita-citakan. Visi SD Swasta Juara Wirautama Patrol adalah “Menjadi lembaga pendidikan terdepan dalam mencetak peserta didik yang sholeh, cerdas dan mandiri” Untuk mewujudkan visi tersebut, sekolah menyusun misinya sebagai berikut:

- 1) Membentuk Siswa yang lurus dalam beriman dan istiqomah dalam keimanan
- 2) Membentuk siswa mampu membaca, menghafal dan berakhlak Qurani melalui hafal 2 Juz Al-Qur'an

- 3) Membentuk siswa didik yang berwawasan global memiliki kecerdasan yang seimbang antara intelektual, emosional & spiritual
- 4) Mampu mengintegrasikan kemampuan literasi, kecakapan pengetahuan, keterampilan dan sikap, serta penguasaan terhadap teknologi
- 5) Membentuk siswa didik yang kreatif, inovatif dan berdaya saing
- 6) Membentuk siswa didik yang berjiwa besar, mandiri dan percaya diri
- 7) Membentuk siswa didik yang mampu memberdayakan potensi sumber daya alam dengan bijaksana, melalui hafal 99 Asmaul Husna beserta artinya.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa:

1. Promosi Program Unggulan (Tahfidz Al-Qur'an)

Sebagaimana yang telah dipaparkan diatas tentang kegiatan dan program unggulan yang dimiliki SD Swasta Juara Wirautama Patrol diantaranya *Tahfidz Al-Qur'an* 2 Juz, tahsin tilawah *Al-Qur'an*, penerapan kurikulum nasional, pengayaan materi ilmu agama Islam, pembelajaran bahasa Arab dan bahasa Inggris, praktek &

bimbingan ibadah. Namun yang paling menarik perhatian yaitu program tahfidz *Al-Qur'an* 6 tahun 2 juz, karena dengan program inilah yang membuat calon orang tua siswa tertarik menyekolahkan anak mereka di SD Swasta Juara Wirautama Patrol, karena bagi kebanyakan wali murid, suatu kebanggaan besar bagi mereka bila mana anak-anak mereka dapat membaca terlebih lebih menghal *Al-Qur'an*. Sebagai mana hadis yang disampaikan Utsman bin Affan yang diriwayatkan Al-Bukhari, Abu Dawud dan At- Tirmidzi, bahwa "Rasulullah bersabda,

خَيْرُكُمْ مَن تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

Artinya: "*Sebaik-baik kalian ialah orang yang mempelajari *Al-Qur'an* dan mengajarkannya*".

Di dalam hadis ini diterangkan bahwa sebaik-baik keutamaan akan diberikan bagi siapa saja yang menghafal *Al-Qur'an* dan mengamalkannya, lalu mengajarkannya kepada manusia. Sebagaimana dalam firman-Nya di surah Al- Ankabut ayat 49 :

بَلْ هُوَ آيَتٌ ۚ بَيِّنَةٌ ۚ فِي صُورِ الدِّينِ ۚ أَوْتُوا الْعِلْمَ ۚ وَمَا يَجْحَدُ بِآيَاتِنَا إِلَّا الظَّالِمُونَ

Artinya: "*Sebenarnya, *Al-Qur'an* itu adalah ayat-ayat yang nyata di dalam dada orang-orang yang diberi ilmu. Hanya orang-orang yang zalim yang mengingkari ayat-ayat kami*".

Jika seseorang yang telah mendapatkan sebaik-baik petunjuk, dan dengannya menyebabkan orang lain bisa seperti, maka ia digabungkan dengan sebagian derajat kenabian, dan ia termasuk dalam barisan para shiddiqin yang melaksanakan hak-hak Allah *ta'ala* dan hak-hak hamba-Nya.

Dari hasil pemantauan yang peneliti ketahui kebanyakan dari wali murid adalah orang awam yang memahami Islam hanya sekedarnya saja, akan tetapi pada akhirnya mereka termotivasi mengamalkan nilai-nilai Islam walaupun itu terlihat sepele bagi sebagian orang seperti mengenakan hijab / menutup aurat setiap saat mengantar anak ke sekolah, hal dikarenakan anak mereka membawa nilai-nilai tersebut kedalam rumah dan nilai-nilai tersebut diperoleh anak dari SD Swasta Juara Wirautama.

2. Pengelolaan Hubungan dengan Wali Murid

SD Swasta Juara Wirautama membangun hubungan baik dengan orang tua adalah bentuk usaha yang direncanakan dengan sengaja secara terus-menerus, guna untuk membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara sekolah dan para wali murid, dengan demikian akan membentuk kepercayaan dan ketergantungan antar keduanya.

Dalam melancarkan pemasaran sekolah, SD Swasta Juara Wirautama membangun hubungan baik dengan wali murid, dengan mulai dengan memahami karakteristik sikap dan perilaku mereka. Sikap wali murid mungkin diketahui dari perilakunya akan tetapi, sikap tidak sama dengan perilaku karena sikap dapat mendorong konsumen kearah perilaku tertentu atau menarik konsumen dari perilaku tertentu.(Baba Mukmin : 2020)

Oleh karenanya dengan mengetahui karakteristik sikap setiap wali murid dapat dengan mudah bagi SD Swasta Juara Wirautama di dalam membangun

hubungan yang harmonis serta dapat membentuk ketergantungan dan sikap saling percaya satu sama lain dengan wali murid.

3. Peran Organisasi Panitia SPMB

Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya bahwa panitia SPMB dibuat untuk memperlancar pelaksanaan seleksi penerimaan peserta didik baru. Panitia dibagi berdasarkan kelompok dan tugasnya masing-masing, semua panitia bekerja dibawah tanggung jawab kepala sekolah disamping mereka juga tetap melakukan kegiatan belajar mengajar dikelas.

Dalam kepanitaan SPMB terdapat seksi yang bertanggung jawab sebagai *public relation* atau humas dan publikasi yang bertugas menyampaikan informasi dan membangun citra sekolah. Humas dalam SPMB adalah seluruh dewan guru tanpa terkecuali, jadi seluruh guru berperan menyebar luaskan promosi *outdoor* lewat brosur / banner dan penyebaran informasi lewat mulut kemulut sekaligus mempersuasi lewat komunikasi dengan harapan para orang tua menyebarkan informasi yang mereka dapat di sekitar lingkungan

mereka.

Suksesnya SPMB ini tidak terlepas dari baiknya sistem organisasi kepanitiaan SPMB yang dibuat oleh SD Swasta Juara Wirautama. Kepanitan ini dibuat terukur dan terstruktur dan di rancang jauh-jauh hari dengan penetapan anggaran dan penentuan panitia yang kompetitif dan kredibel. Pengelompokan kegiatan yang di perlukan untuk penetapan susunan panitia, serta membagi tugas dan fungsi-fungsi dari setiap seksi yang ada dalam suatu organisasi serta menetapkan kedudukan dan hubungan satu sama lain antara masing-masing seksi.

Pengorganisasian dapat diartikan dan dirumuskan sebagai keseluruhan aktivitas manajemen dalam mengelompokkan orang-orang serta penetapan tugas, wewenang, fungsi dan tanggung jawab masing-masing dengan tujuan agar terciptanya aktivitas-aktivitas yang efektif dan efisien dalam mencapai maksud dan tujuan yang ditentukan sebelumnya. (Ramadhan et al., 2024) Namun disayangkan panitia SPMB yang dibentuk bukanlah

organisasi yang secara khusus di bentuk SD Swasta Juara Wirautama yang menangani PPDB yang di mana tugas intinya adalah merekrut calon peserta didik baru, sehingga dalam pelaksanaannya akan terjadi *double jobdes*, karena hampir seluruh panitia SD Swasta Juara Wirautama adalah guru yang juga mengajar di kelas.

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti dapat menarik kesimpulan hasil bahwa komunikasi pemasaran yang dilakukan SD Swasta Juara Wirautama dalam sistem penerimaan murid baru (SPMB) yang telah berjalan sebelumnya dengan baik dan sesuai berdasarkan langkah-langkah dalam baruan pemasaran, sebelumnya terdapat catatan dan kekurangan mungkin menjadi bahan evaluasi. Dalam komunikasi pemasaran, sekolah / instansi telah membuat promosi dan periklanan yang dilakukan sepanjang masa sistem penerimaan murid baru (SPMB), panitia SPMB berperan dalam mengukuhkan agenda tahunan ini dengan manajemen organisasi yang baik berdasarkan

tugas dan tanggung jawabnya masing-masing yang di awasi koordinator dan di tanggung jawabi kepala sekolah.

Dalam strategi pemasaran SD Swasta Juara Wirautama dalam (SPMB) mengacu kepada perilaku konsumen sesuai dengan teori atribusi (*attribution teory*), teori atribusi mengarah ke arah psikologis merujuk kepada suatu tindakan konsumen yang berhubungan dengan emosional yang berkaitan dengan perilaku konsumen itu sendiri, mengingat konsumen cenderung memiliki keterlibatan secara langsung di dalam pemilihan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.

Hal ini terlihat dari sejak awal berdirinya SD Swasta Juara Wirautama hingga saat SPMB saat ini, dimana sekolah berusaha memahami emosional wali murid tentang kebutuhan akan pendidikan anak- anak mereka dan SD Swasta Juara Wirautama selalu berusaha mewujudkannya dengan membangun hubungan yang harmois dengan wali murid, maka tidak hanya faktor- faktor dan stategi komunikasi pemasaran saja yang dibutuhkan, melainkan

pemahaman tentang faktor eksternal dan internal terhadap pengaruh perilaku emosional wali murid perlu dilakukan di dalam merancang komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien.(Amirulloh & R, 2024)

Berkat organisasi panita SPMB yang teratur, penerimaan siswa mampu berlangsung dengan lancar karena kekuatan kolektif. Media yang terstruktur dan jejaring komunikasi yang berbasis masyarakat (*reading platform*) adalah salah satu faktor kunci dari sukses SPMB. Oleh karena penggunaan sosial media dan *platform* seperti *facebook* dan lainnya yang sesuai mampu mengkomunikasikan informasi dengan baik, dan membuat SD Swasta Juara Wirautama semakin kenal oleh masyarakat. Komunikasi yang baik antara orang tua siswa dengan pemasaran langsung atau sebaliknya lewat sosial media juga akan membawa imbas positif bagi orang tua memilih sekolah.

E. Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang telah dilakukan SD

Swasta Islam Juara Wirautama dalam SPMB ternyata efektif dan efisien dengan memanfaatkan promosi program unggulan sekolah, yaitu *tahfidz* Al-Qur'an, menjalin hubungan interpersonal secara baik antara sekolah dengan wali murid serta efektivitas pengelolaan organisasi panitia SPMB yang baik juga mendukung keberhasilan ini. Selain itu, penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang dilakukan wali murid juga berpengaruh dalam peningkatan jumlah pendaftar di SPMB

DAFTAR PUSTAKA

- Amirulloh, I., & R, R. I. (2024). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. 4(2), 22–42.
- Dan, G. (2024). *Katalog/catalogue : 1102001.3212 ISSN : 2809.5294*.
- Fradito, A., Indonesia, L., & Indonesia, J. T. (2020). *Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah 1*. 10(2008).
- Guru, P., Dasar, S., & Surakarta, U. M. (2022). *Jurnal basicedu*. 6(3), 4582–4590.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (n.d.). *Konsep , Teori dan Implementasi*.
- Journal, D., Education, O., & Al-adawiyah, R. (2024). *PERAN KEPALA SEKOLAH DALAM MELAKSANAKAN PROGRAM UNGGULAN DI SMA SAINS TAHFIZ QUR ' AN AL-AMMAR TANJUNG MORAWA*. 10(1), 185–197.
- Kurniati, T. (2021). *Jurnal kependidikan*. 9(1), 150–161.
- Mukmin, B. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. Jurnal Isema : Islamic Educational Management*. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Nurfajriani, W. V., Wahyu, M., Arivan, I., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). *No Title*. 10(September), 826–833.
- Ramadhan, A. F., Dahlan, U. A., Maryani, I., & Dahlan, U. A. (2024). *Strategi Sekolah Dalam Menyukkseskan Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di SD Muhammadiyah 1 Ngaglik)*.
- Rhao, X., Widadi, L., Al-idrus, R. B. K., Amna, S., Shafitri, T., Widas, W., & Syahdini, Y. A. (2022). *Pemanfaatan Program Unggulan Sekolah sebagai Strategi Efektif dalam Meningkatkan Pemasaran Jasa Pendidikan*.
- Sundari, E. (n.d.). *Strategi Pemasaran*.
- Syafrizal, A. (2024). *STRATEGI PEMASARAN SD SWASTA ISLAM AL-FATIH TANJUNG MORAWA DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) promosi dan pemasaran yang masif . Salah satunya adalah melalui penggunaan media sosial ,. V(2), 3–12*.