

Analisis Strategi Kepala Sekolah Madrasah Tsanawiyah Swasta di Bekasi dalam Menarik Minat Calon Siswa Baru

Irniece Victorynie¹, Ahmad Khumaidi¹, Umat Lili Hamdani¹

¹ Universitas Islam 45 Bekasi, Indonesia

 victorynie@gmail.com

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Article history:

Received

January 07, 2024

Revised

July 02, 2024

Accepted

July 08, 2024

This research aims to analyze the strategies of private school principals in Bekasi in attracting prospective new students amidst intense competition between schools using SWOT analysis. The research method uses a qualitative descriptive approach. Data collection through interviews, observation and documentation. The research results show that based on the SWOT analysis, school principals use two strategies in recruiting prospective new students. Namely an internal strategy by improving infrastructure and quality of learning as well as implementing programs that are attractive to students. Meanwhile, external strategies are carried out by collaborating with students, parents and the surrounding community to jointly promote the school.

Keywords: *Strategies of Private School Principals, Quality of Learning*

Journal Homepage

<https://www.attractivejournal.com/index.php/aj/>

This is an open access article under the CC BY SA license

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Published by

CV. Creative Tugu Pena

PENDAHULUAN

Sekolah merupakan lembaga non profit yang berperan sebagai tempat untuk mencetak dan mencerdaskan anak didik. Sekolah perlu memperhatikan apa yang telah dilakukan, apa yang sedang dilakukan dan apa yang belum dilakukan untuk meningkatkan layanan bagi pelanggan jasa pendidikan. Melalui strategi yang tepat, sekolah dapat meningkatkan minat pelanggan termasuk minat peserta didik. Sekolah yang diminati pelanggan dan memiliki SDM yang bermutu akan tetap eksis dan mampu meningkatkan kualitas Pendidikan (Margareta, 2018).

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) menjadi ujian tersendiri bagi para kepala sekolah. Khususnya swasta yang kondisinya bukan kategori bonafit. Persaingan antar sekolah dalam menjaring calon siswa baru semakin ketat. Jika tidak diantisipasi dengan matang bisa jadi sekolah tidak mendapatkan murid. Apalagi lokasi sekolah yang saling berdekatan satu sama lainnya. Strategi dan nilai lebih sudah menjadi kewajiban yang mesti dimiliki lembaga tersebut untuk terus eksis menjalankan proses kegiatan belajar mengajar.

Setiap lembaga pendidikan memiliki program unggulan masing-masing untuk menarik minat masyarakat. Persaingan yang cukup ketat demi mendapatkan calon siswa baru dapat dirasakan sekali bagi sekolah swasta. Karena dengan adanya nominal yang ditawarkan tidak sedikit para orang tua akan berlaku selektif memilih sekolah untuk anaknya. Apalagi jika persaingan itu dihadapkan dengan sekolah-sekolah negeri yang nota bene bebas biaya. Sekolah swasta akan merasa sangat berat mendapatkan siswa baru.

Sekolah swasta setiap memasuki tahun ajaran baru berusaha untuk menarik minat siswa supaya berbondong-bondong masuk ke sekolah tersebut. Salah satu caranya adalah dengan menawarkan program-program unggulan yang menarik. Sementara sekolah negeri lebih cenderung menunggu dan mempersiapkan kelas dengan daya tampung maksimal. Tak jarang setiap tahun mereka akan menolak calon peserta didik dengan alasan jumlah siswa sudah mencukupi kuota tiap kelas atau rombongan (Irmayani & Wardiah, 2017).

Bagi sekolah swasta bonafit yang didukung sarana dan prasarana memadai tidak terlalu kesulitan mencari calon siswa baru. Kebanyakan dari sekolah-sekolah ini sudah menutup penerimaan siswa baru lebih awal sebelum PPDB dimulai. Munculnya sekolah-sekolah unggulan berciri khusus serta lahirnya sekolah swasta yang menawarkan variasi fasilitas dengan biaya bersaing menambah maraknya kompetisi pendidikan (Wicaksono, 2021). Penyelenggara pendidikan dituntut lebih kreatif menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati pelanggan jasa pendidikan.

Strategi pimpinan lembaga pendidikan diperlukan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap sekolah. Di sinilah pentingnya strategi atau marketing di bidang jasa pendidikan. Marketing jasa pendidikan merupakan cara untuk menggaet calon pengguna jasa pendidikan yang ditawarkan sekolah. Lembaga pendidikan akan mendapat kepercayaan dari masyarakat apabila lembaga tersebut berhasil meningkatkan kualitasnya. Dibuktikan dengan banyaknya prestasi yang diraih dalam kurun waktu tertentu. Masyarakat atau orang tua dapat memperoleh apa yang diinginkan dari pendidikan untuk anaknya. Orang tua merasa kebutuhan pendidikan anaknya terpenuhi (Sutama & Hasthanti, 2018).

Bagi sekolah swasta yang bukan masuk kategori bonafit dan tidak didukung fasilitas memadai tentu harus memiliki strategi tersendiri. Analisis SWOT merupakan strategi pilihan yang dinilai jitu untuk memetakan kekuatan dan kelemahan posisi sekolah tersebut. Dengan mengetahui itu semua, maka pihak sekolah akan menemukan cara tersendiri untuk menggaet calon siswa baru. Sebab dia sudah bisa membuat peta persaingan dengan lembaga yang ada di sekitarnya.

Analisis SWOT merupakan instrumen pengidentifikasi variabel yang tercipta secara terstruktur yang berfungsi untuk merinci cara, mengukur dan mengetahui peta kekuatan (strengths), dan peluang (opportunities) menyurutkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) (Heriawan, 2018). Analisis SWOT dapat dijalankan dengan cara mengkategorikan kemudian memilih faktor yang mempengaruhi. Kemudian faktor-faktor tersebut dianalisa kemudian diambil Kesimpulan dan membuat rencana strategis berupa kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Fajar, 2019). Analisis SWOT bermaksud menganalisis untuk membenarkan faktor dari dalam (kekuatan dan kelemahan) dan dari luar (peluang dan ancaman). Diharapkan dapat mengelola serta menjaga peluang apabila terjadi kesalahan dalam memahami kelemahan yang muncul, dan menjadi kekuatan guna mengatasi ancaman dijadikan peluang.

Analisis SWOT yang digunakan untuk menganalisa kemajuan lembaga pendidikan berupa *strength* (kekuatan) ialah keadaan yang ada di sekolah dan bisa dijadikan kekuatan sebagai kompetensi keunggulan lembaga pendidikan. Kekuatan yang ada berupa nilai tambah atau keunggulan komperatif. Hal itu muncul ketika organisasi mempunyai hal yang lebih baik dari pesaing-pesaingnya dan memuaskan seseorang. Sedangkan *Weaknesses* (kelemahan) yaitu kelemahan atau kekurangan di dalam lembaga Pendidikan untuk dihindari. Bagaimana membuat aturan yang dapat

meminimalisir atau bahkan menghilangkan kelemahan. Sementara *Opportunities* (peluang) yaitu keadaan lingkungan yang bersifat menguntungkan untuk mensuport kemajuan lembaga. Dan *Threats* (ancaman) yaitu keadaan dari luar yang dapat merusak berjalannya lembaga pendidikan. Ancaman berasal dari lingkungan yang toxic. Apabila hal itu tidak segera dicari solusi maka bisa berakibat buruk (Prasetyaningrum & Marmoah, 2022).

Dengan mengetahui berbagai indikator yang dijabarkan menggunakan analisis SWOT tersebut, tentu membuat kepala sekolah swasta akan lebih percaya diri dalam menarik minat calon siswa baru. Karena ia sudah mengetahui di bagian mana letak kekuatannya. Sehingga dalam melakukan penjangkaran siswa baru kekuatan atau keunggulan tersebut bisa digunakan sebagai daya tarik. Selain mengetahui kekuatan juga mengetahui kelemahannya. Sehingga bisa dicarikan cara untuk meminimalisir kelemahan dengan cara menutupi kekurangan dengan berbagai kelebihan yang dimilikinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada. Teknik analisis data menggunakan Miles and Huberman yang berisi: a) reduksi data, b) penyajian data, c) perbandingan akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015).

Komponen reduksi data dan sajian data dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Setelah data terkumpul, maka keempat komponen analisis yaitu (pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan) saling berinteraksi. Tahapan yang ditempuh yaitu: pertama pengumpulan data (data collection), pengumpulan data dilaksanakan dengan cara menggali informasi yang berhubungan dengan penelitian. Untuk mendapatkan data yang diperlukan terhadap berbagai jenis data dan bentuk data yang ada di lapangan, kemudian melaksanakan pencatatan data atau informasi yang telah diperoleh selama peneliti dilapangan.

Tahapan yang kedua adalah reduksi data (data reduction) atau merangkum data. Langkah ini dilakukan apabila data sudah terkumpul. Ketika data sudah terkumpul maka dipilih yang dianggap penting dan berkesuaian dengan tema yang diteliti. Data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Tahap ketiga adalah penyajian data (data display). Setelah mengolah data, langkah selanjutnya menyajikan data (display data).

Selanjutnya merencanakan kerja analisa data berdasarkan apa yang telah dipahami. Terakhir penarikan kesimpulan (verification), pemaparan kesimpulan atau verification ini didasarkan pada reduksi data yang merupakan jawaban atas masalah yang diangkat dalam penelitian. Kesimpulan awal yang dikemukakan pada tahap pengumpulan data di lapangan, masih bersifat sementara dan akan berubah apabila ditemukan bukti-bukti baru yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang dikemukakan dapat dipandang kredibel atau sah (Waliktol dkk, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persaingan di dunia pendidikan semakin ketat. Bahkan banyak sekolah dengan label unggulan di mana-mana. Sehingga diperlukan strategi tersendiri bagi para

kepala sekolah untuk bisa menggaet calon siswa baru. Untuk menerapkan strategi itu adanya pisau Analisa. Dan yang cukup menarik di sini adalah menggunakan pisau bedah analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah cara untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pelaku bisnis. Cara ini banyak digunakan oleh para pelaku organisasi baik dari bisnis kecil dan nirlaba hingga perusahaan besar. Analisis SWOT juga bisa dimanfaatkan untuk tujuan pribadi atau profesional. Analisis SWOT terbukti menjadi alat yang ampuh untuk membantu mengidentifikasi peluang kompetitif untuk peningkatan daya saing. Dengan cara ini bisa meningkatkan tim dan bisnis tetap berada di depan tren pasar.

Di lingkungan pendidikan, analisis SWOT sangat berguna untuk meninjau faktor lingkungan internal berupa *strengths* dan *weakness*, serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats*. Analisis faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan sehingga dari analisis ini dapat diambil suatu keputusan strategi organisasi (Suryadi dkk, 2023).

Hasil penelitian tentang analisis strategi kepala sekolah swasta dalam menarik minat siswa baru dengan menggunakan metode SWOT terdapat beberapa analisa yang bisa dipetakan.

1. *Strength* (kekuatan) merupakan kondisi internal positif yang memberikan keuntungan kompetitif dalam menghadapi persaingan untuk lembaga pendidikan. *Strengths* juga merupakan keunggulan lembaga, baik dari segi sumber daya yang dimiliki maupun upaya yang telah dilakukan yang lebih baik dari pesaing. Kekuatan ini kemudian menjadi kunci perbedaan lembaga pendidikan satu dengan lembaga pendidikan yang lainnya (*competitor*) yang dimiliki sekolah swasta untuk menarik minat calon siswa baru.

Kekuatan atau nilai positif yang dimiliki lembaga pendidikan adalah kompetensi khusus yang mampu memberikan nilai lebih di kalangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat jika lembaga pendidikan mempunyai keunggulan yang membuat masyarakat lebih memilihnya untuk anak-anaknya, seperti keterampilan (*skill*) yang dimiliki peserta didik. Selain itu, lulusan lembaga pendidikan tersebut juga bisa menjadi andalan dan dapat melanjutkan kejenjang pendidikan yang lebih baik. Selain itu berbagai kelebihan sehingga membuatnya lebih unggul dari lembaga pendidikan lainnya (Suriono, 2021). Lembaga pendidikan harus mengetahui kekuatan atau keunggulan apa saja yang dimiliki. Selain kekuatan dari internal juga kekuatan dari faktor eksternal. Sehingga lembaga tersebut bisa bersaing secara sehat dengan lembaga lain yang sama-sama bergerak di bidang pendidikan. Kekuatan ini bisa berupa di antaranya;

A. Lokasi sekolah

Lokasi sekolah yang berada di tengah-tengah masyarakat bisa menjadi kekuatan tersendiri. Sebab keberadaannya selain dekat juga mudah dijangkau dengan jalan kaki oleh peserta didik. Ataupun kalau menggunakan sepeda motor tidak terlalu jauh dan tidak melewati jalan raya. Sehingga bisa jadi pertimbangan orang tua siswa untuk menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut. Apalagi jika sekolah tersebut berada di Lokasi yang padat penduduk dan berbatasan dengan daerah lain. Sehingga menjadi keuntungan tersendiri bagi sekolah. Tinggal bagaimana sekolah bisa memanfaatkan kekuatan atau peluang yang dimilikinya. Sebab tidak semua sekolah memiliki peluang atau kekuatan yang sama.

- B. Mempunyai unit pendidikan di bawahnya
Memiliki unit Pendidikan dari Tingkat TK sampai SMA sederajat memiliki kelebihan dan keuntungan tersendiri bagi lembaga swasta. Untuk merekrut siswa baru, unit pendidikan di bawahnya bisa diarahkan atau direkomendasikan untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan berikutnya di bawah naungan yayasan yang sama. Setidaknya unit-unit pendidikan yang di bawah bisa mengarahkan muridnya untuk melanjutkan di sekolah yang sama. Sehingga penerimaan siswa baru bisa terbantu dari internal. Namun, yang perlu diketahui tidak semua siswa yang berada di unit pendidikan di bawahnya otomatis mendaftar di sekolah yang sama. Karenanya perlu adanya komunikasi dan strategi tersendiri antara unit pendidikan yang di level bawahnya seperti SD dan SMP nyambung dalam segala hal. Sehingga keberadaannya bisa menjadi kekuatan atau keuntungan tersendiri bagi lembaga tersebut.
 - C. Program ekstrakurikuler favorit
Untuk menarik minat siswa baru sekolah bisa membuat program ekstrakurikuler yang populer di kalangan peserta didik. Sepak bola menjadi permainan yang sangat digemari oleh anak-anak sekolah khususnya laki-laki. Bagi sekolah yang memiliki program ekstrakurikuler sepak bola diprediksi bisa menggaet calon siswa baru. Sebab program ini sangat populer di kalangan anak laki-laki. Apalagi programnya dipadukan dengan sekolah sepak bola, sehingga keberadaannya bisa saling berkelanjutan. Karena didukung sumber pendanaan tersendiri, sekolah swasta mampu menawarkan berbagai pilihan kegiatan ekstrakurikuler. Untuk menemukan minat dan kemampuan siswa dapat difasilitasi oleh berbagai program, fasilitas modern, pengajar yang berpengetahuan luas, dan akses yang lebih luas (Wahyuni, dkk 2024).
 - D. Beasiswa full bagi anak yatim
Bagi sekolah swasta memberikan beasiswa full kepada anak didik dari keluarga yatim merupakan kelebihan tersendiri. Model seperti ini menjadi kelebihan yang harus dipertahankan untuk meningkatkan citra positif kepada Masyarakat. Sehingga masyarakat percaya dan bisa menjadi lahan promosi kepada warga lainnya. Sebab nama baik sekolah swasta harus menjadi prioritas utama untuk dijaga.
 - E. Memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar
Membangui hubungan yang harmonis dengan masyarakat merupakan strategi tersendiri untuk meningkatkan kepercayaan kepada lembaga pendidikan tersebut. Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat di sekitar sekolah tentu menjadi prioritas utama. Sekolah bisa mendapatkan kepercayaan dan nama baik jika memang memiliki kedekatan atau hubungan yang baik dengan warga sekitarnya. Secara tidak langsung mereka bisa menjadi corong promosi kepada warga yang lainnya. Dampak positifnya kita memiliki semacam tim promosi sukarela yang menyebarkan kebaikan sekolah tersebut. Namun sebaliknya, jika tidak ada hubungan baik bahkan dengan warga sekitar tidak harmonis maka yang bakal didengar masyarakat lainnya adalah kejelekan tentang lembaga sekolah.
2. Weakness (Kelemahan)
Setiap lembaga atau institusi pasti memilikin kelemahan. Namun kadang tidak semua menyadari akan kelemahan itu. Kepala sekolah setidaknya mengetahui

kelemahan apa saja yang ada di lembaganya. Sehingga kelemahan-kelemahan tersebut bisa ditutupi dengan kelebihan yang ada. Adapun kelemahannya di antaranya;

A. Adanya iuran bulanan siswa atau SPP

Sekolah swasta tentu berbeda dengan sekolah negeri yang tidak diizinkan memungut biaya bulanan. Adanya iuran bulanan ini menjadi kelemahan tersendiri bagi sekolah swasta. Apalagi kalau sekolah yang ada bukanlah kategori sekolah unggulan atau bonafit. Namun kelemahan tersebut bisa diatasi atau disiasati dengan memasang tarif biaya yang cukup terjangkau.

B. Minimnya fasilitas kelas

Bagi sekolah swasta yang memberikan kebijakan biaya SPP yang cukup rendah akan berdampak pada fasilitas yang akan diterima anak didik. Seperti ruangan kelas hanya terdapat kipas angin bukan pendingin ruangan atau AC. Kondisi bangku sekolah yang kurang bagus. Karena ini semua berkaitan dengan biaya operasional sekolah.

3. Opportunities (peluang)

Opportunity (peluang) adalah kondisi yang dapat memberikan atau menguntungkan bagi sekolah/madrasah. Peluang merupakan kondisi yang tercipta dari eksternal dan dapat memberikan berbagai kemungkinan untuk kemajuan lembaga, seperti adanya perubahan hukum, menurunnya kondisi pesaing, dan meningkatnya jumlah siswa baru. Jika suatu lembaga mampu mengidentifikasi berbagai peluang secara tepat dan tepat, maka dapat mendatangkan keuntungan bagi lembaga pendidikan berupa kelangsungan hidup dan masa depan lembaga yang lebih baik.

Lembaga apapun termasuk pendidikan ketika mampu membaca peluang yang ada di sekitarnya maka dapat berkembang dan bersaing dengan yang lainnya. Ketika sekolah berada di lingkungan heterogen secara taraf ekonomi maka ia memiliki peluang untuk menentukan segmen sesuai dengan kondisi masyarakat sekitar. Di antaranya;

A. Adanya sistem kebiasaan atau tradisi turun menurun dari keluarganya yang lebih dahulu sekolah di tempat tersebut. Sehingga anak-anak atau saudaranya menjadi tertarik untuk ikut sekolah di tempat yang sama. Apalagi sekolah yang ada sudah berdiri cukup lama dan sudah menjadi ikon tersendiri.

B. Kemampuan ekonomi masyarakat menengah ke bawah

Setiap orang tua pasti bercita-cita memberikan pendidikan terbaik buat anaknya. Namun tidak semua orang tua mampu memasukkan anaknya ke sekolah favorit yang membutuhkan dana cukup besar. Kondisi seperti ini menjadi peluang tersendiri bagi sekolah untuk memberikan program terbaik tetapi dengan harga yang terjangkau. Keberadaan sekolah negeri dengan keterbatasan kuota untuk menerima siswa baru bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh sekolah swasta. Sebab sekolah negeri sudah dibatasi jumlah rombel setiap awal tahun ajaran baru.

C. Membaca layanan pendidikan yang belum mendapatkan perhatian

Saat ini cukup merebak lembaga pendidikan yang menawarkan berbagai program yang diklaim sebagai unggulan. Namun bagi lembaga yang mampu mengidentifikasi program apa saja yang belum digarap lembaga lainnya bisa menjadikan peluang tersendiri. Karenanya dibutuhkan kecermatan dan kecerdikan bagi pengelola lembaga untuk terus berinovasi.

D. Merumuskan visi dan misi sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat

Masyarakat yang hendak menyekolahkan anaknya tentu tidak asal pilih sekolah. Kadang bagi sebagian mereka menimbang-nimbang terlebih dahulu untuk menentukan pilihan. Seperti visi misi sekolah yang ada apakah sesuai apa tidak dengannya. Karenanya visi dan misi bagi lembaga pendidikan sangat penting. Apalagi kalau keberadaan visi misi tersebut bisa diterjemahkan dalam skup yang luas sehingga mampu menggaet semua kalangan.

4. Threats (ancaman)

Dari eksternal, keberadaan sekolah tetangga baik negeri atau swasta menjadi ancaman tersendiri. Karenanya harus ada program unggulan yang tidak dimiliki oleh sekolah lain. Sehingga ketika melakukan promosi punya andalan atau keunggulan. Jika programnya sama antara satu sekolah dengan yang lainnya, maka akan sulit untuk bersaing. Bahkan bisa jadi keduanya tidak akan mendapatkan murid yang maksimal. Apalagi jika harus berhadapan atau bersaing dengan sekolah negeri. Sudah bisa ditebak mereka akan memilih sekolah negeri dibandingkan dengan swasta yang sekolahnya ada iuran bulanan tetapi tidak punya program andalan.

Sementara ancaman dari internal sendiri juga patut diwaspadai. Caranya membuat tim yang solid di kalangan guru. Keberadaan guru menjadi kunci bagi sekolah untuk bisa eksis sepanjang waktu. Terjadinya lingkungan yang saling mendukung bisa membuat kinerja guru semakin termotivasi dan membuat suasana kerja lebih baik lagi. Dari segi orang tua siswa juga mesti terjalin komunikasi yang lancar dari kedua belah pihak. Orang tua yang merasa puas dengan pelayanan pendidikan yang diberikan, akan melakukan promosi tersendiri di kalangan masyarakat. Sebaliknya, jika ada yang tidak benar dalam proses belajar mengajar maka mereka bisa menjadi boomerang bagi sekolah.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis menggunakan SWOT dapat diketahui bahwa kepala sekolah memiliki beberapa strategi untuk menarik minat siswa baru. Kekuatan yang dimiliki lembaganya bisa dimanfaatkan untuk menggaet calon siswa baru. Seperti lembaga yang memiliki unit-unit pendidikan dari level bawah bisa direkomendasikan untuk melanjutkan pendidikannya di sekolah tersebut. Selain itu, kepala sekolah juga menggandeng pihak luar sekolah dan para siswa untuk melakukan promosi. Bagi para siswa, alumni dan warga di sekitar sekolah untuk ikut mempromosikan sekolah tersebut. Pemberian beasiswa kepada anak yatim bisa terus dilakukan untuk menjaga nama baik dan berkesinambungan dengan Masyarakat. Sehingga terjadi komunikasi yang baik antara pihak sekolah dengan warga sekitar yang bisa berdampak untuk kebaikan sekolah. Kelemahan yang ada ketika bisa diidentifikasi dari awal, maka bisa segera diatasi dengan berbagai kelebihan yang dimiliki. Sehingga keberadaan sekolah bisa stabil di mata masyarakat. Karena kelemahan yang tidak segera diatasi atau ditutupi akan membuat suatu lembaga bisa turun performancenya. Peluang dan tantangan bisa dimanage dengan maksimal untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

REFERENSI

Amar Kukuh Wicaksono. A. K. (2021), Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta: Studi Kasus di

- Madrasah Tsanawiyah Misriu Al Hasan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. *Attractive: Innovative Education Journal*. Vol. 3 No. 2.
- Heriawan, I. (2018). Kebijakan Pendidikan Provinsi (SLTA dan SMK) dan Analisis SWOT di Kalimantan
- Herni Irmayani & Dessy Wardiah (2017). Manajemen Strategis Kepala Sekolah Dalam Upaya Menarik Minat Calon Peserta Didik Di Smpit Ar-Ridho Palembang. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*, Volume 2, No. 1, 33.
- Iin Ratnatna Sumirat & Iwan Ridwan (2021). Kebijakan Desentralisasi Pendidikan Di Era Otonomi Daerah. *JURNAL PENDIDIKAN KARAKTER JAWARA*, 88.
- Lembaga Pendidikan Islam Swasta: Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Misriu Al Hasan Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. *Attractive : Innovative Education Journal*, Vol. 3 No. 2, 153.
- Prasetyaningrum, A. Marmoah, S. (2022). Analisis SWOT Manajemen Peserta Didik dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di Sekolah Negeri. *Jurnal Basicedu*. Volume 6 Nomor 4. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.2771>
- Ririn Tius Eka Margareta, Bambang Ismanto, Bambang Suteng Sulasmono (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *KELOLA JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN*, Volume: 5, No. 1. 1-14.
- Suriono. Z. (2021). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. *ALACRITY: Journal Of Education*. Volume 1, Nomor 3, 96.
- Sutama, & Hasthanti, S. W. (2019). Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, Vol 13. No. 2, 190-203.
- Wahyuni. D. Hanipah. R. Azzahra. Z.P.A. Mulyana. A. (2024). Perbandingan Ekstrakurikuler di Sekolah Swasta dan Negeri Berdasarkan Hasil Observasi. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa dan Pendidikan*. Vol.4, No.1.75. <https://doi.org/10.55606/cendekia.v4i1.2277>.
- Woliktol. N. Arfin. Kabiba. (2021). Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di Smp Negeri 7 Kendari. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran (JPP)* Vol. 2 No. 3,146.

Copyright Holder :

© Irnie Victorynie, et al.m (2024).

First Publication Right :

© Attractive : Innovative Education Journal

This article is under:

