

ABSTRAK

Aissy Rafi Atunnisa, 1202010010, 2024, Pengaruh Manajemen Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Bersekolah di Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya. (Penelitian di Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya)

Penelitian ini dilatarbelakangi dari ketertarikan penulis pada Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya, karena dari tahun ke tahun siswa baru Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya terus mengalami penurunan, dari studi pendahuluan. Dari studi pendahuluan yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor yang kemungkinan besar mempengaruhi penurunan jumlah siswa baru di Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya. Beberapa di antaranya adalah meningkatnya persaingan dengan sekolah lain, kurangnya promosi yang efektif, serta perubahan preferensi orang tua dan siswa dalam memilih lembaga pendidikan.

Selain itu, wawancara awal dengan pihak sekolah dan beberapa calon siswa menunjukkan bahwa masih terdapat persepsi yang kurang jelas mengenai keunggulan serta program keterampilan yang ditawarkan oleh madrasah ini. Hal ini mengindikasikan perlunya strategi pemasaran yang lebih terarah serta peningkatan dalam penyampaian informasi kepada calon siswa dan orang tua.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah siswa baru di Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik madrasah ini di kalangan calon siswa.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *ex post facto*. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah siswa Madrasah Aliyah Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya. Teknik pengumpulan data penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran angket kepada 122 responden. Analisis data yang dilakukan berupa uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis parsial per indikator, uji prasyarat (uji normalitas dan uji linearitas), uji hipotesis (uji regresi linear sederhana, uji signifikansi, dan uji koefisien determinasi)

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, manajemen pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan siswa untuk bersekolah di MA Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya. Strategi pemasaran yang diterapkan, seperti promosi melalui media sosial, brosur, serta rekomendasi dari alumni dan masyarakat, berperan penting dalam menarik minat calon siswa. Selain itu, citra sekolah sebagai lembaga pendidikan berbasis agama dengan tambahan program keterampilan menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Kualitas layanan pendidikan, termasuk fasilitas, tenaga pengajar, dan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan siswa, juga menjadi pertimbangan utama bagi calon siswa dan orang tua. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat keterbatasan dalam sosialisasi program keterampilan yang ditawarkan, sehingga sebagian calon siswa belum sepenuhnya memahami manfaatnya. Oleh karena itu,

diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif untuk meningkatkan daya tarik sekolah, memperkuat citra institusi, serta memastikan bahwa informasi mengenai keunggulan MA Assa'adah Plus Keterampilan Tasikmalaya dapat tersampaikan dengan baik kepada calon siswa dan orang tua.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Keutusan Siswa Memilih

