

ABSTRAK

Ridho Galih Inayatulloh, 1222010150, “Pengaruh Manajemen Pemasaran Terhadap Penerimaan Murid Baru Madrasah (Penelitian di Madrasah Ibtidaiyah Persis 119 Cihamerang)”

Manajemen pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan Penerimaan Murid Baru Madrasah (PMBM) sebagai bagian dari upaya lembaga pendidikan dalam menarik minat masyarakat dan meningkatkan daya saing madrasah. Namun, pada praktiknya masih ditemukan berbagai kendala dalam pelaksanaan manajemen pemasaran di MI Persis 119 Cihamerang, seperti belum optimalnya strategi promosi yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan, belum optimalnya pengelolaan tim PMBM, serta belum adanya prosedur penerimaan murid baru yang baku dan terstruktur. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penerapan manajemen pemasaran yang efektif melalui pengelolaan bauran pemasaran jasa pendidikan secara terencana untuk mendukung keberhasilan penerimaan murid baru.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan manajemen pemasaran di MI Persis 119 Cihamerang; (2) mendeskripsikan Penerimaan Murid Baru Madrasah di MI Persis 119 Cihamerang; serta (3) menganalisis pengaruh manajemen pemasaran terhadap Penerimaan Murid Baru Madrasah di MI Persis 119 Cihamerang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian *ex post facto*. Data diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden penelitian. Teknik analisis data meliputi uji instrumen, analisis statistik, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji parsial (uji t), serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran memperoleh rata-rata 4,02 dengan kategori Tinggi, sedangkan PMBM memperoleh rata-rata 4,08 dengan kategori Tinggi. Manajemen pemasaran diukur melalui *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*, sedangkan PMBM melalui *Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, dan Budgeting*. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 20,289 > t_{tabel} 1,972$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai R sebesar 0,757 menunjukkan hubungan yang kuat dan positif, sedangkan R Square sebesar 0,574 menunjukkan kontribusi manajemen pemasaran sebesar 57,4% terhadap PMBM, sementara 42,6% dipengaruhi faktor lain.

Dengan demikian, semakin baik manajemen pemasaran, semakin baik pula pelaksanaan PMBM. Direkomendasikan agar MI Persis 119 Cihamerang meningkatkan strategi promosi, kualitas layanan dan sumber daya manusia, memperjelas prosedur penerimaan, serta mengelola anggaran secara efektif dan transparan agar pelaksanaan PMBM semakin optimal.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Penerimaan Murid Baru Madrasah, Bauran Pemasaran 7P, MI Persis 119 Cihamerang.