

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rizky Ananda Putri
NIM : 232625240
Jenjang : Magister
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis yang berjudul ***“Strategi Pemasaran Diferensiasi Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MTsN 1 Kota Serang dan MTsN 1 Kabupaten Serang”*** Secara keseluruhan, tulisan ini merupakan hasil orisinal penulis, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang mengacu pada sumber lain sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jika di kemudian hari terbukti dengan pasti bahwa sebagian atau seluruh isi tesis ini merupakan hasil plagiarisme, saya siap menerima sanksi serta konsekuensi yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Serang, 14 November 2025

Saya yang menyatakan,



Rizky Ananda Putri
NIM: 232625240

ABSTRAK

RIZKY ANANDA PUTRI, NIM: 232625240, Judul Tesis: Strategi Pemasaran Diferensiasi Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MTsN 1 Kota Serang dan MTsN 1 Kabupaten Serang. Program Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Tahun 2025.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis strategi diferensiasi pemasaran madrasah di MTs Negeri 1 Kota Serang dan MTs Negeri 1 Kabupaten Serang; (2) Menganalisis pelayanan lembaga pendidikan madrasah di MTs Negeri 1 Kota Serang dan MTs Negeri 1 Kabupaten Serang; (3) Menganalisis efektivitas strategi diferensiasi yang diterapkan oleh kedua madrasah dalam meningkatkan minat peserta didik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan kepala tata usaha, guru, staf tata usaha, dan siswa, serta melalui observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, dengan pengecekan keabsahan data melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua madrasah telah menerapkan strategi diferensiasi yang terintegrasi dengan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) serta dimensi SERVQUAL (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles*). MTsN 1 Kota Serang menonjol melalui inovasi program unggulan seperti Pesantren Sabtu-Ahad (PETUAH), kelas tahfiz, dan promosi berbasis digital yang memperkuat citra madrasah sebagai lembaga modern. Sementara itu, MTsN 1 Kabupaten Serang menekankan pada penguatan nilai religius, layanan pendidikan yang mudah diakses, biaya terjangkau, dan fasilitas representatif. Implementasi strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan jumlah pendaftar setiap tahun.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa keberhasilan strategi diferensiasi dipengaruhi oleh sinergi antara inovasi program, kualitas layanan, dan komunikasi publik yang transparan. Efektivitas strategi ini tercermin dari meningkatnya citra positif madrasah, loyalitas orang tua, dan minat pendaftar baru. Dengan demikian, strategi pemasaran diferensiasi dapat dijadikan model pengembangan manajemen pemasaran pendidikan berbasis nilai religius dan kualitas layanan bagi lembaga pendidikan Islam lainnya.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Diferensiasi, Jasa Pendidikan, Minat Peserta Didik Baru*

ABSTRACT

RIZKY ANANDA PUTRI, NIM: 232625240, Thesis Title: *Differentiated Marketing Strategies for Educational Services in Increasing the Interest of New Students at MTsN 1 Kota Serang and MTsN 1 Kabupaten Serang. Islamic Education Management Graduate Program, Sultan Maulana Hasanuddin State Islamic University of Banten, 2025.*

The objectives of this study are: (1) To analyze the marketing differentiation strategies of madrasahs at MTs Negeri 1 Kota Serang and MTs Negeri 1 Kabupaten Serang; (2) To analyze the educational services provided by madrasah institutions at MTs Negeri 1 Kota Serang and MTs Negeri 1 Kabupaten Serang; (3) To analyze the effectiveness of the differentiation strategies implemented by the two madrasahs in increasing student interest.

This study uses a qualitative approach with a descriptive analytical method. Data were obtained through in-depth interviews with the head of administration, teachers, administrative staff, and students, as well as through observation and documentation. Data analysis was carried out through a process of reduction, presentation, and conclusion drawing, with data validity checks through source triangulation.

The results show that both madrasahs have implemented differentiation strategies integrated with the 7P marketing mix concept (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence) and the SERVQUAL dimensions (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles). MTsN 1 Kota Serang stands out through its innovative flagship programs such as the Saturday-Sunday Islamic Boarding School (PETUAH), tahfiz classes, and digital-based promotion that strengthen the madrasah's image as a modern institution. Meanwhile, MTsN 1 Serang Regency emphasizes the strengthening of religious values, accessible educational services, affordable costs, and representative facilities. The implementation of this strategy has proven effective in increasing public trust and the number of applicants each year.

The research findings show that the success of the differentiation strategy is influenced by the synergy between program innovation, service quality, and transparent public communication. The effectiveness of this strategy is reflected in the improved positive image of madrasahs, parent loyalty, and interest from new applicants. Thus, the differentiation marketing strategy can be used as a model for developing religious value-based and service quality-based educational marketing management for other Islamic educational institutions.

Keywords: *Marketing Strategy, Differentiation, Educational Services, Interest of New Students*

ملخص

RIZKY ANANDA PUTRI، رقم الطالب: ٢٣٢٦٢٥٢٤٠، عنوان الأطروحة: استراتيجيات التسويق المتميزة للخدمات التعليمية في زيادة اهتمام الطلاب الجدد في MTsN 1 Kabupaten و MTsN 1 Kota Serang و MTsN 1 Kota Serang. برنامج الدراسات العليا في إدارة التعليم الإسلامي، جامعة سلطان مولانا حسن الدين الإسلامية الحكومية في بانتين، ٢٠٢٥.

أهداف هذه الدراسة هي: (١) تحليل استراتيجيات التسويق المتميزة للمدارس الدينية في MTs Negeri 1 Kota Serang و MTs Negeri 1 Kabupaten Serang؛ (٢) تحليل الخدمات التعليمية التي تقدمها المؤسسات التعليمية الدينية في MTs Negeri 1 Kota Serang و MTs Negeri 1 Kabupaten Serang؛ (٣) تحليل فعالية استراتيجيات التمايز التي تنفذها المدرستان الدينيان في زيادة اهتمام الطلاب. تستخدم هذه الدراسة نهجًا نوعيًا مع طريقة تحليلية وصفية. تم الحصول على البيانات من خلال مقابلات معمقة مع رئيس الإدارة والمعلمين والموظفين الإداريين والطلاب، وكذلك من خلال الملاحظة والتوثيق. تم تحليل البيانات من خلال عملية الاختزال والعرض واستخلاص النتائج، مع التحقق من صحة البيانات من خلال التثليث المصادر.

تظهر النتائج أن كلا المدرستين قد نفذتا استراتيجيات التمايز المدججة مع مفهوم مزيج التسويق P ٧ (المنتج، السعر، المكان، الترويج، الأشخاص، العملية، والأدلة المادية) وأبعاد *SERVQUAL* (الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، والملموسات). تتميز MTsN 1 Kota Serang ببرامجها الرائدة المبتكرة مثل المدرسة الإسلامية الداخلية يومي السبت والأحد (PETUAH) ودروس حفظ القرآن والترويج الرقمي الذي يعزز صورة المدرسة الدينية كمؤسسة حديثة. في حين تركز MTsN 1 Kabupaten Serang على تعزيز القيم الدينية، وتوفير خدمات تعليمية ميسورة، وتكاليف معقولة، ومرافق تمثيلية. وقد أثبت تنفيذ هذه الاستراتيجية فعاليته في زيادة ثقة الجمهور وعدد المتقدمين كل عام. تظهر نتائج البحث أن نجاح استراتيجية التمايز يتأثر بالتآزر بين ابتكار البرامج وجودة الخدمة والاتصال العام الشفاف. وتنعكس فعالية هذه الاستراتيجية في تحسين الصورة الإيجابية للمدارس الدينية، وولاء أولياء الأمور، واهتمام المتقدمين الجدد. وبالتالي، يمكن استخدام استراتيجية التسويق المتميزة كنموذج لتطوير إدارة التسويق التعليمي القائم على القيم الدينية وجودة الخدمة للمؤسسات التعليمية الإسلامية الأخرى.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، التمايز، الخدمات التعليمية، اهتمام الطلاب الجدد

PENGESAHAN

Tesis berjudul : **STRATEGI PEMASARAN
DIFERENSIASI JASA PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT
PESERTA DIDIK BARU DI MTSN 1
KOTA SERANG DAN MTSN 1
KABUPATEN SERANG**

Nama : Rizky Ananda Putri
NIM : 232625240
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Tanggal Ujian : 14 November 2025

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar
Magister Pendidikan.

Serang, 14 November 2025

Direktur,



Prof. Dr. Wasehudin, M.SI.
NIP. 197012172008011008

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis berjudul : **STRATEGI PEMASARAN
DIFERENSIASI JASA PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN MINAT
PESERTA DIDIK BARU DI MTSN 1
KOTA SERANG DAN MTSN 1
KABUPATEN SERANG**

Nama : Rizky Ananda Putri

NIM : 232625240

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

diuji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 14 November 2025

TIM PENGUJI

No	Jabatan	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1	Ketua Penguji	Dr. Fitri Hilmiyati, M.Ed.	06/10/25	
2	Sekretaris/Anggota	Dr. Uyu Muawanah, M.Pd.	06/10/25	
3	Penguji I	Prof. Dr. Encep Syarifuddin, M.Pd.	25/12/25	
4	Penguji II	Dr. Anis Zohriah, M.M.	30/12/25	
5	Pembimbing I	Dr. Supardi, P.hD.	31/12/25	
6	Pembimbing II	Dr. Abdul Muin, M.M.	06/10/25	

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Direktur Program Pascasarjana

UIN Sultan Maulana Hasanuddin

Banten di Serang

Assalamu 'alaikum.wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis magister yang berjudul: **Strategi Pemasaran Diferensiasi Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MTsN 1 Kota Serang dan MTsN 1 Kabupaten Serang** yang ditulis oleh:

Nama	: Rizky Ananda Putri
Nim	: 232625240
Program	: Magister (S2)
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam

Kami telah bersepakat bahwa tesis magister tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk diajukan guna mengikuti UJIAN TESIS MAGISTER dalam rangka memperoleh gelar M.Pd (Magister Pendidikan)

Wassalamu 'alaikum.wr.wb.

Serang, 30 Oktober 2025

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Supardi, P.hD



Dr. Abdul Muin, M.M.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan. Hanya dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang memberi petunjuk keilmuan bagi seluruh umat manusia.

Alhamdulillah atas pertolongan Allah SWT dan dengan didorong usaha yang sungguh-sungguh serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul ***“Strategi Pemasaran Diferensiasi Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di MTsN 1 Kota Serang dan MTsN 1 Kabupaten Serang”***. Penulis menyadari bahwa tesis ini kemungkinan besar tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Ishom, S.Ag., M.A., Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Bapak Prof. Dr. H. Wasehudin, M.Si., selaku Direktur Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Dr. Apud, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendidik, memotivasi dan memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Ibu Dr. Uyu Mu'awwanah, M.Pd. sebagai Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendidik, memotivasi dan memberi dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Dr. Supardi, Ph.D., sebagai Dosen Pembimbing I, dan Bapak Dr. Abdul Mu'in, M.M., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan memberi banyak masukan serta motivasi kepada penulis.
6. Bapak dan Ibu dosen UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama kuliah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dalam memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian tesis ini
7. Kedua orang tuaku, kakak-kakak, keponakan tercinta, serta kekasih hati saya Herdi Pradana yang senantiasa memberikan

kasih sayang, mendoakan, menyemangati, menasehati, dan memberikan materi yang tidak mungkin dapat tergantikan.

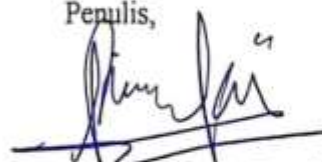
Allahumma thawwil umurona, yassir lana wala tuassir alaina.

8. Sahabat seperjuangan yang telah memperkaya perjalanan S2 ini dengan pengalaman berharga, tawa, serta tangis yang mempererat persaudaraan khususnya St. Hayatunnisa, Fitri Khoriroh, M. Faruq Al-Amini, Ganang Ramadhan, dan Ahmad Farhan Maulana. Kalian menjadikan masa studi magister ini lebih seru dan bermakna.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis berharap dan menyerahkan segala urusan. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun metodologi penulisannya. Untuk itu, penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan tesis ini. Semoga tesis ini membawa manfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Serang, 15 Oktober 2025

Penulis,



Rizky Ananda Putri
NIM. 232625240

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME	i
ABSTRAK.....	ii
NOTA DINAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Fokus Penelitian.....	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
G. Penelitian Terdahulu	13
H. Definisi Operasional	21
I. Sistematika Penulisan	23
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	25
A. Strategi Pemasaran.....	25
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	25
2. Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	42
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	49
B. Diferensiasi Pemasaran Jasa Pendidikan	52
1. Pengertian Diferensiasi dan Pentingnya dalam Pemasaran Jasa Pendidikan	52
2. Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Jasa Pendidikan	55

C. Jasa Pendidikan.....	71
1. Pengertian Jasa Pendidikan.....	71
2. Karakteristik Jasa Pendidikan.....	73
D. Minat Peserta Didik Baru.....	76
1. Pengertian Minat Peserta Didik Baru	76
2. Unsur-unsur Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	77
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	78
E. Kerangka Berfikir	83
BAB III METODE PENELITIAN	87
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	87
B. Data dan Sumber Data	89
C. Teknik Pengumpulan Data.....	90
D. Teknik Analisis Data	95
E. Pengecekan Keabsahan Data	99
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	103
1. Strategi Diferensiasi Pemasaran Madrasah di MTs Negeri 1 Kota Serang dan MTs Negeri 1 Kabupaten Serang.....	104
2. Pelayanan Lembaga Pendidikan di MTs Negeri 1 Kota Serang dan MTs Negeri 1 Kabupaten Serang.....	154
3. Efektivitas Strategi Diferensiasi yang Diterapkan di MTs Negeri 1 Kota Serang dan MTs Negeri 1 Kabupaten Serang dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik	226

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	243
B. Implikasi	245
C. Saran	246

DAFTAR PUSTAKA	248
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	256
--------------------------------	------------

BIOGRAFI PENULIS.....	334
------------------------------	------------