

TESIS

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PERSPEKTIF PENGELOLA TAMAN KANAK- KANAK SWASTA DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA di TAMAN KANAK-KANAK AL HIDAYAH DAN TAMAN KANAK-KANAK AZ ZAHRAH KOTA PASURUAN



Disusun oleh :

Khusnul Mardiyah
NIM. 240100093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS GRESIK
2026**

TESIS

MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM PERSPEKTIF PENGELOLA TAMAN KANAK- KANAK SWASTA DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA DI TAMAN KANAK-KANAK AL HIDAYAH DAN TAMAN KANAK-KANAK AZ ZAHRAH KOTA PASURUAN



Disusun oleh :

Khusnul Mardiyah
NIM. 240100093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS GRESIK
2026**



MOTTO

- ✓ *“Belajar Bahagia, Berkarya Luar Biasa, Santun dalam Akhlak, Mencipta Masa Depan Gemilang, Sejuta Jalan Menuju Ridha Allah”*

**MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM PERSPEKTIF PENGELOLA TAMAN KANAK-
KANAK SWASTA DALAM MENARIK MINAT ORANG TUA
DI TAMAN KANAK-KANAK AL HIDAYAH DAN TAMAN
KANAK-KANAK AZ ZAHRAH KOTA PASURUAN**

TESIS

Diajukan kepada
Program Studi Manajemen Pendidikan
Program PASCASARJANA (S2)
Universitas Gresik
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan Program PASCASARJANA

Disusun oleh :
Khusnul Mardiyah
NIM. 240100093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS GRESIK
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis yang ditulis oleh Khusnul Mardiyah ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji pada tanggal (7 Juli 2026)

Pembimbing I



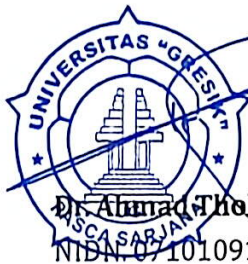
Dr. Taufiq Harris, M.Pd.
NIDN. 0727026502

Pembimbing II



Dr. M. Furqon Wahyudi, M.Pd
NIDN. 0718099701.

Gresik, 7 Juli 2026
Mengetahui
Direktur Pascasarjana,



Dr. Ahmad Thohirin, M.Pd.
NIDN. 0710109101

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Tesis oleh Khusnul Mardiyah ini telah dipertahankan di depan Dewan
Penguji Tesis pada tanggal 7 Juli 2026 pada saat ujian tesis dan dinyatakan
(*Lulus / Tidak Lulus*)

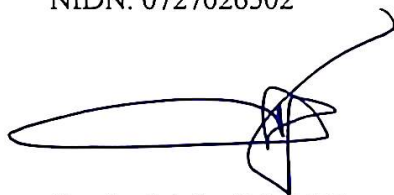
 **Dr. Suyanto, M.AP, M.Pd**
NIDN. 0717057702

Ketua



Dr. Taufiq Harris, M.Pd.
NIDN. 0727026502

Anggota



Dr. A. Faizin, S.S, M.Hum
NIDN. 0720108802

Anggota

Gresik, 7 Juli 2026
Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana,



Dr. Ahmad Thohirin, M.Pd.
NIDN. 0710109101

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khusnul Mardiyah
NIM : 240100093
Jurusan/ Progrm Studi : S2 – Manajemen Pendidikan
Fakultas/ Universitas : Program Pascasarjana / Universitas Gresik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gresik, 17 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Khusnul Mardiyah
NIM. 240100093

ABSTRAK

Mardiyah, Khusnul. 2026. Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Perspektif Pengelola Taman Kanak-Kanak Swasta Dalam Menarik Minat Orang Tua Di Taman Kanak-Kanak Al Hidayah Dan Taman Kanak-Kanak Az Zahrah Kota Pasuruan. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan. Program Pascasarjana (S2) Universitas Gresik, Pembimbing: (1) Dr. Taufiq Harris, M.Pd (2) Dr. M. Furqon Wahyudi, M.Pd.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Pemasaran Pendidikan, Bauran Pemasaran 7P, Minat Orang Tua, Taman Kanak-Kanak Swasta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan antar lembaga pendidikan anak usia dini swasta yang menuntut pengelola menerapkan strategi pemasaran pendidikan secara efektif untuk menarik minat orang tua dan menjaga keberlangsungan lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen strategi pemasaran pendidikan, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menjelaskan tahapan strategi pemasaran yang diterapkan di TK Al Hidayah dan TK Az Zahrah Kota Pasuruan.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan multisitus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap kepala sekolah, pengelola yayasan, guru, dan pihak terkait. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan membandingkan temuan pada kedua situs.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua lembaga menerapkan strategi pemasaran berdasarkan bauran pemasaran jasa (7P), meliputi *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. TK Al Hidayah menonjolkan program pembiasaan akhlak Islami, layanan holistik integratif, promosi digital, dan penguatan citra berbasis nilai keagamaan. TK Az Zahrah mengembangkan program unggulan, pembiasaan mengaji, integrasi nilai-nilai keislaman, kegiatan ekstrakurikuler, pemanfaatan media sosial, *Google Review*, dan promosi *word of mouth*. Faktor yang memengaruhi strategi pemasaran meliputi faktor internal berupa kualitas sumber daya manusia, sarana prasarana, program unggulan, dukungan yayasan, dan anggaran, serta faktor eksternal berupa persaingan antar lembaga, preferensi orang tua, perkembangan teknologi digital, kondisi sosial masyarakat, dan kebijakan pemerintah. Manajemen strategi pemasaran pada kedua lembaga dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi secara sistematis untuk meningkatkan minat orang tua, memperkuat daya saing, serta menjaga keberlanjutan lembaga pendidikan.

ABSTRACT

Mardiyah, Khusnul. 2026. *Educational Marketing Strategy Management from the Perspective of Private Kindergarten Managers in Attracting Parents' Interest in Al Hidayah Kindergarten and Az Zahrah Kindergarten, Pasuruan City*. Thesis of the Education Management Study Program, Postgraduate Program (S2) Gresik University. Advisor (1) Dr. Taufik Harris, M.Pd (2) Dr. M. Furqon Wahyudi, M.Pd

Keywords: Strategic Management, Educational Marketing, 7P Marketing Mix, Parental Interest, Private Kindergarten

This research is motivated by increasing competition among private early childhood education institutions, which requires managers to implement effective educational marketing strategies to attract parents and maintain the institution's sustainability. This study aims to describe educational marketing strategy management, identify influencing factors, and explain the stages of marketing strategies implemented at Al Hidayah Kindergarten and Az Zahrah Kindergarten in Pasuruan City.

The study used a qualitative approach with a multi-site design. Data were obtained through in-depth interviews, observations, and documentation studies with school principals, foundation administrators, teachers, and related parties. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and drawing conclusions by comparing findings from both sites.

The results indicate that both institutions implement marketing strategies based on the service marketing mix (7Ps), encompassing product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Al Hidayah Kindergarten emphasizes Islamic morality development programs, holistic, integrative services, digital promotion, and image strengthening based on religious values. Az Zahrah Kindergarten develops flagship programs, habituation of Quran reciting, integration of Islamic values, extracurricular activities, utilization of social media, Google Reviews, and word of mouth promotion. Factors that influence marketing strategies include internal factors such as the quality of human resources, infrastructure, flagship programs, foundation support, and budget, as well as external factors such as competition between institutions, parental preferences, developments in digital technology, social conditions of the community, and government policies. Marketing strategy management at both institutions is carried out through systematic planning, implementation, and evaluation stages to increase parental interest, strengthen competitiveness, and maintain the sustainability of educational institutions.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang dengan limpahan karunia, petunjuk, dan kekuatan-Nya penulis berhasil menyelesaikan proposal tesis yang berjudul “Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Dari Perspektif Pengelola Taman Kanak-Kanak Swasta Dalam Menarik Minat Orang Tua Di Taman Kanak-Kanak Al Hidayah dan Taman Kanak-Kanak Az Zahrah Kota Pasuruan.”

Keberhasilan penyusunan proposal tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari banyak pihak. Dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada::

1. Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP., CHRMP., selaku Rektor Universitas Gresik
2. Dr. Ahmad Thohirin, S.Pd., M.Pd., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Gresik
3. Dr. M. Furqon Wahyudi, M.Pd., selaku Ka. Program Studi Manajemen Pendidikan Program PASCASARJANA Universitas Gresik sekaligus pembimbing II, yang senantiasa memberikan motivasi, masukan, dan pendampingan sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dr. Taufiq Harris, M.Pd, selaku Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, kritik, dan saran yang sangat berarti dalam penyusunan Tesis ini.
5. Suami tercinta, ibunda tersayang serta anak-anak terkasih beserta seluruh keluarga besar yang selalu mencurahkan doa, cinta kasih, pengorbanan, dan dukungan tanpa syarat sepanjang perjalanan pendidikan penulis. Kalian adalah sumber kekuatan terbesar saya.
6. Geng Xenia, klub *runtang runtung bareng. Saduluran selawase. Love you all guys.*
7. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada sahabat, rekan-rekan mahasiswa pascasarjana, serta semua pihak yang telah membantu dengan

berbagai cara baik berupa diskusi, bantuan teknis, maupun semangat yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan kontribusi, sekecil apa pun, bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi banyak pihak.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan	
Halaman Sampul Dalam	i
Halaman Logo.....	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Prasyarat Gelar	iv
Halaman Persetujuan Pembimbing	v
Halaman Pengesahan Penguji	vi
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan	vii
Abstrak.....	viii
Abstract	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Definisi Istilah.....	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teori	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	92
 BAB III METODE PENELITIAN	 95
3.1 Pendekatan dan jenis penelitian	95
3.2 Kehadiran Peneliti.....	95
3.3 Lokasi Penelitian.....	97
3.4 Sumber Data.....	103
3.5 Prosedur Pengumpulan data.....	104
3.6 Teknik Analisa Data	106
3.7 Keabsahan Data	108
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 110
4.1 Paparan Data	110
4.1.1 Profil TK Al Hidayah Kota Pasuruan	110
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan TK Al Hidayah Kota Pasuruan	110

4.1.3 Struktur Organisasi TK Al Hidayah Kota Pasuruan	111
4.1.4 Identitas Sekolah TK Al Hidayah Kota Pasuruan.....	112
4.1.5 Profil TK Al Az Zahrah Kota Pasuruan.....	112
4.1.6 Visi, Misi dan Tujuan TK Az Zahrah Kota Pasuruan.....	113
4.1.7 Struktur Organisasi TK Az Zahrah Kota Pasuruan.....	114
4.1.8 Identitas TK Al Az Zahrah Kota Pasuruan	115
4.2 Temuan Penelitian	115
4.2.1 Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Perspektif Pengelola Taman Kanak-Kanak Al Hidayah	115
4.2.2 Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Perspektif Pengelola Taman Kanak-Kanak di TK Az Zahrah.....	123
4.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan TK Al Hidayah	133
4.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan TK Az Zahrah	138
4.2.5 Konsep atau Langkah Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Orang Tua di TK Al Hidayah	149
4.2.6 Konsep atau Langkah Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Orang Tua di TK Az Zahrah.....	152
4.3 Pembahasan.....	157
4.3.1 Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Perspektif Pengelola Taman Kanak-Kanak Swasta.....	157
4.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Pendidikan ..	170
4.3.3 Konsep atau Langkah Strategi Pemasaran Pendidikan	177

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	183
5.2 Saran	184

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Ijin Penelitian TK Al Hidayah
2. Surat Permohonan Ijin Penelitian TK Az Zahrah
3. Surat Persetujuan Ijin Penelitian TK Al Hidayah
4. Surat Persetujuan Ijin Penelitian TK Az Zahrah
5. Letak Geografis TK Al Hidayah
6. Letak Geografis TK Az Zahrah
7. Pedoman Observasi
8. Dokumentasi Wawancara
9. Struktur Organisasi TK Al Hidayah dan TK Az Zahrah
10. SK SPMB TK Al Hidayah dan TK Az Zahrah
11. Formulir Pendaftaran
12. Dokumentasi tulisan Pemilik Yayasan di grup sekolah
13. Plagiasi Turnitin

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian	94
3.1 Diagram alur Miles & Huberman	106