

**RENCANA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
BERBASIS ANALISIS SWOT DI LINGKUP YAYASAN AL FALAHUL
UMMAH BLABAK KANDAT KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

DYAH AYU EKA PUTRI

NPM: 2012010239

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2024**

Skripsi oleh:

DYAH AYU EKA PUTRI

NPM: 2012010239

Judul:

**RENCANA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
BERBASIS ANALISIS SWOT DI LINGKUP YAYASAN AL FALAHUL
UMMAH BLABAK KANDAT KABUPATEN KEDIRI**

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada Panitia Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 05 Juli 2024

Dosen Pembimbing I



Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M
NIDN. 0711098703

Dosen Pembimbing II



Hery Purnomo, M.M.
NIDN. 0713076803

Skripsi oleh:

DYAH AYU EKA PUTRI

NPM: 2012010239

Judul:

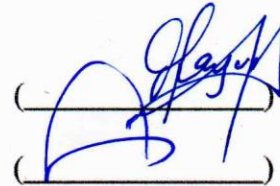
**RENCANA PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN
BERBASIS ANALISIS SWOT DI LINGKUP YAYASAN AL FALAHUL
UMMAH BLABAK KANDAT KABUPATEN KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal: 11 Juli 2024

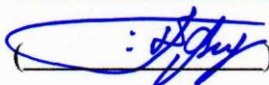
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M.

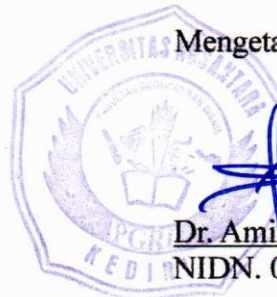
()


2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M

()

3. Penguji II : Hery Purnomo, M.M

Mengetahui, Dekan FEB




Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

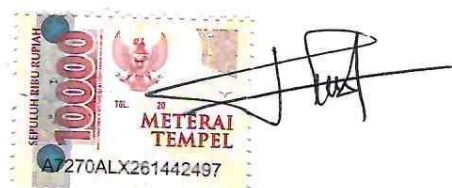
Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Dyah Ayu Eka Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 19 Juni 2001
NPM : 2012010239
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 05 Juli 2024

Yang Menyatakan



Dyah Ayu Eka Putri
NPM: 2012010239

Motto :

“ Setiap hari adalah kesempatan untuk menjadi lebih baik dari kemarin”.

(Unknown)

Persembahan Karya:

Saya persembahkan karya ini untuk orang tua saya, mama yang selalu mendoakan dan memberikan semangat disetiap perjalanan hidup saya dan juga adik saya yang selalu support dan bangga dengan proses saya.

Dan juga untuk almarhum ayah saya yang belum sempat melihat putri pertamanya menjadi mahasiswa dan menjadi sarjana pertama di keluarga.

Semoga ayah selalu berada di tempat terbaik disisi-Nya.

ABSTRAK

Manajemen pemasaran memegang peranan penting dalam dunia pendidikan. Untuk membuat strategi pemasaran yang efektif, perlu riset pasar. Salah satu cara yang paling cocok untuk melakukan riset pasar untuk institusi pendidikan adalah dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun rencana pengembangan strategi pemasaran di lingkungan Yayasan Al Falahul Ummah dengan menggunakan analisis SWOT.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT, matriks SWOT, rumusan kombinasi strategi matriks SWOT, dan matriks (IE).

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Kekuatan yang ditawarkan terdiri dari kualitas produk/program, harga/biaya yang ditetapkan, kerja sama sekolah dengan pihak lain, lokasi sekolah, dan fasilitas sekolah. Kelemahan yang muncul adalah kurangnya anggaran khusus dan kurangnya fasilitas teknologi untuk sarana pemasaran, risiko penurunan calon murid karena banyaknya sekolah lain yang berdekatan satu sama lain dan juga karena kurangnya kesadaran orang tua atau wali murid tentang pendidikan anak usia dini, serta terbatasnya sarana dan prasarana, 2) Peluang yang ditawarkan terdiri dari produk/program yang ditawarkan yang unik dibandingkan dengan yang lain citra sekolah dimata konsumen, dan kerja sama sekolah dengan institusi lain. Ancaman yang muncul adalah tingkat persaingan di sekolah, kemajuan teknologi dalam pemasaran, dan kreativitas sekolah lain, dan 3) Berdasarkan hasil diagram SWOT, strategi yang digunakan adalah strategi agresif yang menggunakan semua kekuatan untuk menangkap peluang, mengatasi kelemahan, menghindari ancaman, dan strategi yang digunakan untuk memasarkan adalah meningkatkan kualitas produknya, membuat inovasi produk/program yang menonjol dari sekolah pesaing lainnya. Namun, karena kurangnya staf, terutama di bidang pemasaran sekolah, itu adalah salah satu faktor penghambat kegiatan pemasaran sekolah. Oleh karena itu, yayasan perlu merekrut staf untuk bidang IT agar kegiatan pemasaran dapat berjalan optimal dan mendapatkan jumlah calon siswa yang stabil setiap tahunnya.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks SWOT*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke Hadirat Allah SWT atas rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul *Rencana Pengembangan Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Analisis SWOT di Lingkup Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri*, yang disusun guna sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan tugas akhir/skripsi ini, yakni sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan dan memotivasi kepada seluruh mahasiswa.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, S.E. M.M, selaku Kaprodi Manajemen.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Septi Fauji, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu berkenan memberikan waktunya dan dengan sabar membimbing hingga terselesainya skripsi ini.

5. Bapak Hery Purnomo, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu berkenan memberikan waktunya dan dengan sabar membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
6. Kepala Yayasan Al Falahul Ummah Blabak, Kandat, Kabupaten Kediri yang telah membantu memberikan data-data untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Kepala MI Al Ikhlas Blabak, Kandat, Kabupaten Kediri yang telah membantu memberikan data-data untuk penyelesaian skripsi ini.
8. Kepala RA Kusuma Mulia Rohmah Blabak, Kandat, Kabupaten Kediri yang telah membantu memberikan data-data untuk penyelesaian skripsi ini.
9. Kepala PAUD Khodijah Blabak, Kandat, Kabupaten Kediri yang telah membantu memberikan data-data untuk penyelesaian skripsi ini.
10. Orang tua yang selalu memberikan dukungan moral maupun material serta doa yang selalu mengiringi keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Orang tua atau wali murid siswa Yayasan Al Falahul Ummah yang bersedia untuk diwawancara dan membantu memberikan data untuk penyelesaian skripsi ini.
12. Serta para sahabatku, teman-temanku jurusan manajemen khususnya kelas 4G dan semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi terselesainya penyusunan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 5 Juli 2024

Dyah Ayu Eka Putri
NPM : 2012010239

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
Motto	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktik	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Strategi Pemasaran	7
2. Pemasaran Pendidikan	12
3. Analisis SWOT	22
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis penelitian	35
1. Pendekatan penelitian	35
2. Jenis Penelitian	35
B. Kehadiran Peneliti	36
C. Situs Penelitian	37

D. Tahapan Penelitian	37
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	39
1. Sumber Data	39
2. Teknik Pengambilan Data	40
F. Prosedur Pengumpulan Data	41
1. Obsrvasi	41
2. Wawancara	42
3. Dokumentasi	45
G. Teknik Analisis Data	45
1. Analisis SWOT	45
2. Diagram SWOT	46
3. Matriks SWOT	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian	49
1. Gambaran Umum Informan	49
2. Deskripsi Situs Penelitian	52
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	55
1. Deskripsi Faktor Internal	56
2. Deskripsi Faktor Eksternal	75
3. Deskripsi Strategi SWOT	91
C. Interpretasi dan Pembahasan	100
1. Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dalam Pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah.....	100
2. Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) dalam Pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah.....	104
3. Analisis SWOT Yayasan Al Falahul Ummah Strategi Pemasaran Pendidikan	107
BAB V PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	111
1. Untuk Yayasan Al Falahul Ummah	111
2. Untuk Peneliti Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Statistik Siswa Yayasan Al Falahul Ummah 3 Tahun Terakhir	2
2.1 Matriks SWOT	24
2.2 Penelitian Terdahulu	29
3.1 Informan Penelitian	40
3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara	43
4.1 Gambaran Informan	49
4.2 Faktor Internal MI Al Ikhlas	73
4.3 Faktor Internal RA Kusuma Mulia Rohmah	74
4.4 Faktor Internal PAUD Khodijah	74
4.5 Faktor Eksternal MI Al Ikhlas	87
4.6 Faktor Eksternal RA Kusuma Mulia Rohmah	88
4.7 Faktor ksternal PAUD Khodijah	88
Tabel 4. 8 Matriks SWOT MI Al Ikhlas	91
4.9 Matriks SWOT RA Kusuma Mulia Rohmah	92
4.10 Matriks SWOT PAUD Khodijah	92
4.11 Perumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT MI Al Ikhlas	93
4.12 Perumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT RA KM Rohmah	94
4.13 Perumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT PAUD Khodijah	94
4.14 Matriks IE MI Al Ikhlas	96
4.15 Matriks IE RA Kusuma Mulia Rohmah	97
4.16 Matriks IE PAUD KHODIJAH	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Diagram Analisis SWOT	23
2.2 Kerangka Berpikir	34
4.1 Diagram Kartesius MI Al Ikhlas	89
4.2 Diagram Kartesius RA Kusuma Mulia Rohmah.....	90
4.3 Diagram Kartesius PAUD Khodijah	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Informan.....	114
2. Instrumen Penelitian.....	115
3. Transkrip Wawancara.....	118
4. Dokumentasi	122
5. Surat Izin Penelitian	123
6. Surat Balasan Telah Melakukan Penelitian.....	124
7. Berita Acara Kemajuan Bimbingan	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen pemasaran memegang peranan penting dalam dunia pendidikan (MY et al., 2022). Pemasaran bertujuan untuk mempromosikan lembaga pendidikan sehubungan dengan keberadaan mereka, kualitas, keunggulan, dan gambaran lembaga pendidikan (Amirotun, 2019). Oleh karena itu, untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif, riset pasar diperlukan. Dengan melakukan riset pemasaran yang lebih baik, lembaga pendidikan dapat mengetahui dengan tepat semua keinginan konsumen sehingga mereka dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik daripada pesaing mereka.

Salah satu cara yang paling tepat untuk mengatur riset pasar untuk lembaga pendidikan adalah dengan menggunakan analisis *strengths, weakness, opportunities, threats* (SWOT), yang akan berfungsi sebagai dasar untuk perencanaan dan pengembangan strategi yang digunakan (Maximillian et al., 2022). Analisis SWOT berguna bagi sebuah institusi atau perusahaan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahannya, serta banyaknya peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang dihadapinya guna menentukan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang menguji kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*), tetapi pada saat yang sama dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threats*). Pengambilan keputusan strategis selalu terkait dengan pengembangan misi,

tujuan, dan kebijakan perusahaan (Purnomo et al., 2024). Perencanaan Strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam situasi saat ini (Rangkuti, 2006).

Pentingnya mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk lembaga pendidikan ini juga diperlukan untuk Yayasan Al Falahul Ummah. Berdasarkan hasil wawancara pertama yang dilakukan peneliti dengan Ketua Yayasan menjelaskan secara singkat gambaran umum kondisi pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah Blabak, Kandat, Kabupaten Kediri. Ada tiga lembaga pendidikan yang dibina oleh Yayasan Al Falahul Ummah, yaitu PAUD Khadijah, RA Kusuma Mulia Rohmah, dan MI Al Ikhlas. Dari wawancara tersebut, diketahui bahwa pemasaran dilakukan melalui pembagian brosur, spanduk, media sosial dan dari mulut ke mulut.

Tabel 1.1
Statistik Siswa Yayasan Al Falahul Ummah 3 Tahun Terakhir

No.	Nama Sekolah	Tahun akademik		
		2021-2022	2022-2023	2023-2024
1.	PAUD KHODIJAH	25	22 (-12%)	23 (+4,5%)
2.	RA KUSUMA MULIA ROHMAH	-	44	36 (-18%)
3.	MI AL IKHLAS	95	83 (-13%)	64 (-23%)

Sumber: Yayasan Al Falahul Ummah (2023)

Berdasarkan data perkembangan siswa 3 tahun terakhir, dapat disimpulkan bahwa segmentasi minat calon mengalami penurunan. Pada tahun akademik 2022-2023, PAUD Khodijah mengalami penurunan jumlah calon siswa sebesar 12% dan meningkat sebesar 4,5% pada tahun akademik 2023-2024. Pada tahun ajaran 2023-2024, RA Kusuma Mulia Rohmah mengalami penurunan jumlah calon siswa sebesar 18%. Pada tahun akademik

2022-2023, MI Al Ikhlas mengalami penurunan jumlah calon siswa sebesar 13%, dan pada tahun akademik 2023-2024 mengalami penurunan 23% lagi.

Hal ini mengingat adanya dua lembaga pendidikan lain di sekitar Yayasan Al Falahul Ummah yang sangat berdekatan satu sama lain. Lembaga-lembaga tersebut adalah TK Dharma Wanita, PAUD KB PKK Desa Blabak, dan ada juga Yayasan Fastabiqul Khairat yang berjarak kurang dari 1 km dari Yayasan Al Falahul Ummah sehingga memiliki pengaruh besar dalam kompetisi untuk menarik calon siswa. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat dengan lembaga pendidikan lainnya.

Produk/program yang bernilai jual rendah juga menjadi penghambat keberhasilan proses pemasaran pendidikan Yayasan Al Falahul Ummah. Konsep layanan pendidikan mencakup produk layanan yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan pilihan yang bervariasi (Khasanah, 2015). Sebuah lembaga pendidikan yang dapat memenangkan persaingan jasa pendidikan mampu memberikan reputasi, prospek, kualitas pendidikan yang baik, prospek yang cerah, dan kesempatan bagi peserta didik untuk menentukan pilihannya (Khasanah, 2015).

Minimnya gedung sekolah juga menjadi kendala komersialisasi pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah. Bangunan sekolah yang tidak memiliki pagar di sekitar area MI Al Ikhlas memungkinkan siswa untuk masuk dan keluar sekolah dengan leluasa. Selain itu, gedung PAUD Khadijah yang masih menjadi satu dengan rumah pemilik Yayasan Al Falahul Ummah, membuat proses pembelajaran menjadi kurang fleksibel.

Pergantian guru juga menjadi salah satu kendala pendidikan pemasaran di Yayasan Al Falahul Ummah. Banyak orang tua atau wali siswa yang merasa nyaman dengan bagaimana sistem pembelajaran disampaikan oleh salah satu guru. Namun, ketika berganti guru, orang tua atau wali siswa berpikir dua kali tentang keberadaan guru baru yang mereka rasa lebih muda dan kurang berpengalaman.

Hal ini menunjukkan bahwa Yayasan Al Falahul Ummah belum melakukan analisis holistik terhadap strategi pemasarannya. Oleh karena itu, dengan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk mengadopsi judul penelitian, yaitu rencana pengembangan strategi pemasaran pendidikan berdasarkan analisis SWOT di lingkup Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri.

B. Fokus Penelitian

Subjek penelitian penting untuk diselidiki karena tujuan penelitian menunjukkan topik yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada rencana pengembangan strategi pemasaran pendidikan di lingkup Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri. Tujuan penelitian ini adalah menerapkan penerapan analisis SWOT sebagai dasar rencana pengembangan strategi pemasaran pendidikan di lingkup Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan di atas, terdapat rumusan masalah yang akan diteliti oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimanakah faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri?
2. Bagaimanakah faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah, Blabak Kandat, Kabupaten Kediri?
3. Bagaimanakah strategi pemasaran pendidikan berbasis analisis SWOT oleh Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri?

D. Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal (peluang dan ancaman) dalam pendidikan di Yayasan Al Falahul Ummah, Blabak Kandat, Kabupaten Kediri.
3. Untuk menentukan pengembangan strategi pemasaran pendidikan berdasarkan analisis SWOT di Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini semoga bermanfaat bagi peneliti, pembaca, termasuk pengetahuan tentang rencana pengembangan strategi pemasaran pendidikan berbasis analisis SWOT dalam lingkup Yayasan Al Falahul Ummah Blabak Kandat Kabupaten Kediri.

2. Manfaat Praktik

a. Untuk Peneliti

Memperkaya pengetahuan tentang perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT di Yayasan Al Falahul Ummah Blabak, Kandat, Kabupaten Kediri.

b. Untuk Pembaca

Untuk memberikan informasi kepada semua pemikir pendidikan sehingga mereka selalu memperhatikan pentingnya pemasaran di setiap lembaga pendidikan.

c. Untuk Yayasan Al Falahul Ummah

Memberikan masukan reflektif kepada lembaga yang dituju dan memberikan evaluasi dan motivasi untuk meningkatkan mutu, dan juga eksistensi lembaga tersebut baik di lingkungan maupun di luar lingkungan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirotun, A. (2019). *PERENCANAAN PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS ANALISIS SWOT DI MI NEGERI BRAKAS, DEMAK*.
- Dayat, M. (2019). *STRATEGI PEMASARAN DAN OPTIMALISASI BAURAN PEMASARAN DALLAM MEREKUT CALON KONSUMEN JASA PENDIDIKAN. 1*, 299–318.
- Hasan, S., Rahmat, L., ST, R., & Purnomo, H. (2023). *Kewirausahaan* (Issue 1). Pena Persada Kerta Utama.
- Hermawan, S., & Sriyono. (2020). *MANAJEMEN STRAEGI & RESIKO* (Sriyono (ed.); Cetakan Pe). UMSIDA Press.
- Hidayat, R., & Wijaya, C. (2017). Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Pendidikan Islam. In A. Zein (Ed.), *Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI)* (Cetakan pe). Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). *Pengaruh Digital Marketing , Electronic Word of Mouth , dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. 1*(3), 202–209.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 161–176. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing 4.0*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. 13* (2).
- Kotler, P., Keller, K. L., Hoon, A. S., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian persperctive*. Pearson.
- Maximillian, S., Fauji, D. A. S., & Sardanto, R. (2022). *Analisis swot untuk menentukan strategi pemasaran dan menciptakan competitive advantages pada produk sambel pecel. 23–30*.
- MY, M., Savitri, R., & Oktorita, L. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Animo Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19. *JMiE (Journal of Management in Education)*, 6(1), 33–44. <https://doi.org/10.30631/jmie.2021.61.33-44>
- Purnomo, H., Arifiansyah, R., Sudirman, N. A., & Hasdiansa, Wulansari Ilma;

- Hasbiah, S. (2024). Coffee Shop Marketing Strategy Using SWOT Analysis to Increase Business Competitiveness. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship Research*, 2(1), 49–62.
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (1st ed.). CV Saba Jaya Publisher.
- Rangkuti, F. (2006). *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (14th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). *Tenik Membedakan Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia.
- Rukajat, A. (2018). *PENDEKATAN PENELITIAN KUALITATIF (QUALITATIVE RESEARCH APPROACH)* (Edisi 1). DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Sobirin (ed.); Pertama). CV SAH MEDIA.
- Sinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Pertama). Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Subagyo, & Purnomo, H. (2022). *Manajemen UMKM*. Media Sains Indonesia.
- Suradi, S., Syarifuddin, R., & Irianto, I. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran Kopi Bisang Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorecard. *Journal Industrial Engineering and Management (JUST-ME)*, 2(01), 1–7. <https://doi.org/10.47398/justme.v2i01.11>
- Wiswasta, I. G. N. ., Agung, I. G. A. ., & Tamba, I. M. (2018). Analisis SWOT. *Denpasar: Universitas Mahasaraswati Press*.
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajmen Pemasaran Teori dan Strategi. *Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja*.
- Zulkipli. (2022). *PERENCANAAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA*. 10 (1), 57–66.