

STRATEGI PRODUK DAN DISTRIBUSI JASA PENDIDIKAN DALAM KONTEKS PENDIDIKAN MODERN

Adnan^{*1}, Abdul Mu'in Bahaf², Anis Zohriah³

¹Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

* Corresponding Author: 222625246.Adnan@uinbanten.ac.i

Abstrak

Pendidikan telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa dekade terakhir, terutama dengan munculnya teknologi informasi dan perubahan sosial yang pesat. Oleh karena itu, strategi produk dan distribusi jasa pendidikan menjadi penting dalam memberikan pengalaman pendidikan yang efektif dan relevan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi produk dan distribusi jasa pendidikan dalam konteks pendidikan modern. Fokus utama adalah pada peran teknologi, inklusivitas, evaluasi, dan peran staf pendidikan dalam merancang dan mengelola strategi ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Data dianalisis melalui analisis konten dan sintesis literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi berperan penting dalam distribusi jasa pendidikan modern, memungkinkan akses yang lebih luas dan fleksibel. Inklusivitas dan evaluasi yang berkelanjutan menjadi fokus utama untuk memastikan pendidikan yang berkualitas. Selain itu, peran staf pendidikan dalam pengembangan dan penyampaian layanan pendidikan juga krusial.

Kata Kunci: Strategi Produk, Distribusi Jasa Pendidikan, Teknologi Pendidikan.

Abstract

Education has undergone significant changes in recent decades, especially with the emergence of information technology and rapid social change. Therefore, educational product and service distribution strategies are important in providing effective and relevant educational experiences. This research aims to investigate product and distribution strategies for educational services in the context of modern education. The primary focus is on the role of technology, inclusivity, evaluation, and the role of educational staff in designing and managing these strategies. This research uses a descriptive qualitative approach with a literature study approach. Data were analyzed through content analysis and synthesis of relevant literature. The research results show that technology plays an important role in the distribution of modern educational services, enabling wider and more flexible access. Inclusivity and continuous evaluation are the main focus to ensure quality education. Apart from that, the role of educational staff in the development and delivery of educational services is also crucial.

Keywords : Product Strategy, Distribution of Educational Services, Educational Technology

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah salah satu sektor yang paling penting dalam masyarakat. Perkembangan teknologi dan perubahan sosial telah memengaruhi strategi produk dan distribusi dalam pendidikan secara signifikan. Dalam latar belakang ini, kita akan mengeksplorasi bagaimana pendidikan telah berkembang menjadi lebih dari sekadar kelas fisik di bangunan sekolah dan bagaimana pendidikan berusaha untuk menciptakan pengalaman pendidikan yang lebih terjangkau, inklusif, dan efektif melalui strategi produk dan distribusi yang inovatif. Pendidikan telah mengalami perubahan mendasar dalam beberapa dekade terakhir. Sebelumnya, pendidikan sebagian besar terbatas pada

pendekatan berbasis kelas fisik di sekolah-sekolah tradisional. Namun, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara pendidikan diakses, disampaikan, dan dikelola. Seiring perkembangan ini, strategi produk dan distribusi dalam pendidikan telah berubah secara substansial.

Perkembangan teknologi terutama internet, telah mengubah cara kita mengakses dan mengelola pendidikan. Internet memungkinkan penyedia pendidikan untuk menawarkan berbagai program dan kursus secara online, yang dapat diakses oleh siapa saja di seluruh dunia. Ini membuka pintu bagi pendidikan jarak jauh, pembelajaran online, dan MOOCs (Massive Open Online Courses), yang memberikan akses pendidikan yang lebih terjangkau dan fleksibel. Inovasi dalam produk pendidikan juga telah menjadi bagian integral dari perubahan ini. Platform pembelajaran online seperti Coursera, edX, dan Khan Academy telah menciptakan lingkungan pembelajaran yang interaktif dan memungkinkan siswa untuk mengakses berbagai mata pelajaran dan kursus. Sejumlah besar aplikasi pendidikan juga telah dikembangkan, mulai dari aplikasi pembelajaran bahasa hingga aplikasi matematika, yang dapat membantu siswa memperoleh pengetahuan dan keterampilan dengan cara yang menyenangkan dan interaktif.

Pendidikan telah memanfaatkan kecerdasan buatan dan analitik data untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih terpersonalisasi. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data tentang kemajuan dan preferensi siswa, penyedia pendidikan dapat merancang rencana pembelajaran yang disesuaikan dengan setiap individu. Ini membantu meningkatkan efektivitas pembelajaran dan memastikan bahwa siswa mendapatkan bantuan yang mereka butuhkan. Perubahan dalam strategi distribusi juga telah menghasilkan inklusivitas yang lebih besar dalam Pendidikan. Pembelajaran online telah memungkinkan akses pendidikan bagi individu dengan berbagai latar belakang, terlepas dari lokasi fisik atau batasan geografis. Ini juga membuka peluang bagi mereka yang mungkin memiliki keterbatasan fisik atau mobilitas untuk tetap mendapatkan pendidikan.

Pendidikan adalah aset berharga dalam masyarakat, dan perubahan dalam strategi produk dan distribusi pendidikan telah menghadirkan peluang baru dan tantangan yang kompleks. Melalui inovasi teknologi, personalisasi, dan inklusivitas, pendidikan berusaha untuk menciptakan pengalaman pendidikan yang lebih terjangkau, efektif, dan relevan dengan tuntutan zaman. Dalam era digital ini, penting bagi penyedia pendidikan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan untuk memastikan bahwa pendidikan tetap menjadi alat yang kuat dalam menciptakan masa depan yang cerah bagi individu dan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur adalah pendekatan yang sangat berguna dalam penelitian mengenai strategi produk dan distribusi jasa Pendidikan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk merinci dan menggambarkan berbagai aspek dari strategi tersebut dengan menggunakan data yang sudah ada dalam literatur yang relevan. Pendekatan studi literatur memungkinkan peneliti untuk menggali informasi dari berbagai sumber seperti artikel ilmiah, buku, laporan penelitian, dan publikasi lainnya yang telah ada. Ini dapat membantu dalam membangun dasar pengetahuan yang kuat dan menyeluruh tentang topik penelitian. Pendekatan studi literatur juga memungkinkan peneliti untuk melihat tren, pola, dan perkembangan strategi produk dan distribusi jasa pendidikan dari sudut pandang historis hingga saat ini. Dengan menganalisis literatur yang relevan, peneliti dapat mengidentifikasi perubahan, tantangan, dan peluang dalam domain ini. Selanjutnya, pendekatan ini memungkinkan penyusunan kerangka konseptual yang kokoh untuk memahami berbagai variabel yang memengaruhi strategi produk dan distribusi jasa pendidikan. Dengan menggabungkan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literatur, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang mendalam dan komprehensif tentang strategi produk dan distribusi jasa pendidikan

dalam konteks pendidikan modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Produk Jasa Pendidikan

Pendidikan adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perkembangan masyarakat dan individu. Produk jasa pendidikan, yang mencakup berbagai layanan pendidikan seperti pelatihan, pembelajaran, dan pengembangan keterampilan, telah mengalami evolusi yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir

Model produk jasa pendidikan adalah gambaran konseptual tentang bagaimana layanan pendidikan dirancang, dikembangkan, dan disampaikan kepada peserta pendidikan. Menurut Chan dan Swatman ada empat model produk jasa yang bisa diterapkan di dunia Pendidikan diantaranya:

a. Model Penawaran Jasa Tambahan (Augmented service offering-ASO)

Model penawaran jasa tambahan adalah suatu konsep atau strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan atau penyedia jasa untuk menawarkan layanan ekstra kepada pelanggan mereka. Model ini menguraikan unsur-unsur jasa dilihat dari sudut pandang karakteristiknya.

1. Mengembangkan konsep jasa (service concept) yaitu proses merancang, merencanakan, dan mengimplementasikan berbagai aspek yang terkait dengan penyediaan layanan Pendidikan. Konsep jasa juga menentukan tujuan sekolah berdasarkan dimana jasa Pendidikan dapat dikembangkan.
2. Mengembangkan paket jasa dasar (basic service package) yaitu paket jasa Pendidikan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan jasa Pendidikan, yang meliputi hal-hal berikut: jasa inti (core service) meliputi kurikulum pendidikan, jasa dan produk fasilitas (facilitating service and goods) meliputi aktifitas pendaftaran dan pencatatan siswa, jasa dan produk pendukung (supporting service and goods) meliputi fasilitas perpustakaan serta teknologi informasi dan komunikasi (TIK).
3. Mengembangkan penawaran jasa tambahan (Augmented service offering (ASO), meliputi Aksesibilitas jasa (accessibility of service), interaksi dan organisasi jasa (interaction)
4. Mengelola citra dan komunikasi (image and communication)

b. Model penawaran jasa Pendidikan

Model penawaran jasa Pendidikan menurut Kotler dan Fox terdapat dalam tiga tingkat diantaranya Penawaran jasa inti (core offer service), Penawaran jasa nyata (tangible offer service), Penawaran jasa tambahan (augmented offer service).

c. Model molekul

Dalam konteks pendidikan, model molekul produk jasa pendidikan merujuk pada cara merancang dan memahami layanan pendidikan dengan memperlakukannya seperti "produk" yang memiliki berbagai elemen komponen yang harus dipertimbangkan. Ada dua macam bukti jasa (service evidence) yaitu sebagai berikut: Bukti pendukung (peripheral evidence) adalah suatu yang disediakan jasa Pendidikan untuk memperkuat keberadaan jasa Pendidikan seperti kartu pelajar. dan bukti penting (essential evidence) yaitu yang tidak dapat dimiliki pelanggan jasa Pendidikan.

d. Model penawaran produk jasa Pendidikan

Model penawaran produk jasa pendidikan adalah kerangka kerja yang digunakan untuk merinci dan menjelaskan komponen yang terlibat dalam menawarkan layanan pendidikan kepada siswa atau peserta aspek-aspek produk jasa meliputi: jasa inti (core service), tingkat kebaruan (newness), kualitas produk (product quality), adaptabilitas produk (product adaptability) kekhasan produk, (product distinctiveness) jasa fasilitas (facilitating service), dan bukti jasa (service evidence).

Dalam konteks pendidikan modern yang ditandai oleh teknologi informasi dan perubahan sosial, model produk jasa pendidikan menghadapi sejumlah tantangan dan peluang:

a. Teknologi Pendidikan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara layanan pendidikan disampaikan. Model produk jasa pendidikan modern sering mencakup penggunaan platform online, pembelajaran jarak jauh, dan aplikasi edukasi. Ini memungkinkan akses pendidikan yang lebih luas dan fleksibel.

b. Personalisasi Pendidikan

Model produk jasa pendidikan yang efektif saat ini harus mampu mengakomodasi kebutuhan individu. Pendidikan personalisasi, di mana pengalaman pendidikan disesuaikan dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan siswa, semakin menjadi fokus.

c. Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi dan umpan balik dari peserta pendidikan menjadi penting dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan. Model produk jasa pendidikan harus mencakup mekanisme yang memungkinkan peningkatan berkelanjutan.

d. Inklusivitas

Pendidikan harus inklusif dan dapat diakses oleh semua individu, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik atau mobilitas. Model produk jasa pendidikan harus dirancang dengan mempertimbangkan aksesibilitas.

e. Peningkatan Keterampilan Tenaga Pengajar

Model produk jasa pendidikan yang efektif juga harus memperhatikan pengembangan keterampilan dan kompetensi tenaga pengajar. Pendidik yang berkualitas tinggi adalah faktor kunci dalam pengalaman pendidikan yang berhasil.

Model produk jasa pendidikan adalah kerangka kerja konseptual yang penting dalam pengembangan, pengelolaan, dan penyampaian layanan pendidikan yang efektif. Konsep dasar, karakteristik, dan implikasi dalam konteks pendidikan modern menjadikan model ini relevan dan penting dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan. Dengan memahami aspek-aspek yang terlibat dalam model produk jasa pendidikan, kita dapat terus mengembangkan pendidikan yang lebih baik dan lebih efektif, yang pada gilirannya akan memberikan dampak positif pada individu dan masyarakat secara keseluruhan. Model ini terus beradaptasi dengan perubahan zaman dan teknologi, tetapi tetap memiliki peran yang krusial dalam mencapai tujuan pendidikan yang berkualitas.

2. Bauran Produk Jasa Pendidikan

Bauran produk jasa pendidikan, atau sering disebut sebagai "Marketing Mix" dalam konteks pendidikan, mengacu pada kombinasi elemen-elemen yang digunakan oleh lembaga-lembaga pendidikan untuk menyajikan dan memasarkan layanan pendidikan mereka kepada pelanggan (biasanya siswa dan orang tua). Dr. Lockhart seorang ilmuwan pendidikan yang dikenal dengan pandangan kritisnya terhadap sistem Pendidikan telah mengelompokkan bauran produk jasa Pendidikan menjadi empat kelompok yaitu:

a. Siswa

Dalam konteks pendidikan, istilah "produk" dapat digunakan dalam arti lebih luas untuk menggambarkan dampak, hasil, atau pencapaian yang tercapai oleh siswa sebagai akibat dari layanan pendidikan yang diberikan oleh lembaga pendidikan. Ini mencakup kemampuan akademik, keterampilan, pengetahuan, dan perkembangan pribadi yang diperoleh oleh siswa selama masa pendidikan mereka.

Jadi, jika kita memahami konsep "siswa adalah salah satu produk jasa pendidikan" maka kita dapat melihat bahwa layanan pendidikan bertujuan untuk menghasilkan individu yang kompeten, terdidik, dan siap untuk berkontribusi pada masyarakat. Namun, penting untuk mencatat bahwa pandangan ini harus diimbangi dengan pemahaman bahwa setiap siswa adalah unik dan memiliki potensi yang berbeda.

Pendidikan seharusnya tidak hanya berfokus pada hasil akademik, tetapi juga pada perkembangan karakter, keterampilan sosial, dan kesiapan untuk berpartisipasi dalam masyarakat.

b. Kurikulum

kurikulum adalah salah satu komponen utama dalam bauran produk jasa pendidikan. Kurikulum adalah rencana pembelajaran yang merinci mata pelajaran, bahan ajar, metode pengajaran, dan evaluasi yang akan diterapkan dalam proses pendidikan. Dalam konteks pendidikan, kurikulum berperan penting dalam menggambarkan apa yang akan diajarkan kepada siswa dan bagaimana itu akan diajarkan.

c. Aktivitas ekstrakurikuler

Aktivitas ekstrakurikuler mencakup kegiatan di luar mata pelajaran akademik reguler yang diselenggarakan di lembaga pendidikan. Aktivitas ini mencakup beragam kegiatan, seperti klub, olahraga, seni, proyek sukarela, debat, musik, tari, dan banyak lagi. Aktivitas ekstrakurikuler memberikan siswa kesempatan untuk mengembangkan berbagai keterampilan, minat, dan pengalaman yang tidak selalu dapat dipelajari dalam lingkungan kelas tradisional.

Aktivitas ekstrakurikuler bisa dianggap sebagai salah satu produk jasa pendidikan karena mereka adalah bagian integral dari pengalaman belajar yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan. Mereka membantu melengkapi pendidikan akademik dengan memberikan peluang bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan, ekspresi kreatifitas, pengembangan akademik dan lain sebagainya.

d. Sekolah sebagai pusat kegiatan Masyarakat

sekolah sebagai pusat kegiatan masyarakat menekankan peran penting sekolah dalam membangun dan memelihara komunitas yang sehat dan makmur. Ini juga mengakui bahwa pendidikan tidak hanya masalah siswa dan guru, tetapi juga keterlibatan dan dukungan masyarakat yang luas. Melalui peran ini, sekolah dapat lebih mendekatkan diri pada masyarakat yang mereka layani, menciptakan hubungan yang lebih erat antara sekolah dan komunitas setempat.

Dalam konteks pendidikan modern yang didorong oleh teknologi dan perubahan sosial, bauran produk jasa pendidikan memainkan peran yang semakin penting dalam menghasilkan pengalaman pendidikan yang efektif dan bermakna. Berikut adalah beberapa implikasi bauran produk jasa pendidikan dalam konteks ini:

1. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara pendidikan disampaikan. Bauran produk jasa pendidikan harus mencakup platform online, perangkat lunak pembelajaran, dan infrastruktur teknologi yang mendukung pembelajaran jarak jauh.
2. Dalam pendidikan modern, personalisasi pembelajaran menjadi fokus utama. Bauran produk harus dirancang untuk mengakomodasi kebutuhan individual peserta pendidikan, dengan memanfaatkan analisis data dan pengajaran berbasis data.
3. Pendidikan harus inklusif dan dapat diakses oleh semua individu, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik atau mobilitas. Bauran produk jasa pendidikan harus mempertimbangkan aksesibilitas dan kebutuhan khusus.
4. Evaluasi berkala dan umpan balik dari peserta pendidikan penting dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan. Bauran produk harus mencakup mekanisme yang memungkinkan pemantauan dan perbaikan berkelanjutan.
5. Kualitas tenaga pengajar adalah elemen penting dalam bauran produk jasa pendidikan. Dosen dan pengajar harus dilengkapi dengan pelatihan yang tepat dan mendukung lingkungan pembelajaran yang efektif.

Bauran produk jasa pendidikan memiliki peran penting dalam mencapai pendidikan yang berkualitas dan relevan. Dalam era yang terus berubah dengan teknologi yang berkembang pesat, peran bauran produk dalam merancang pengalaman pendidikan yang efektif dan memenuhi harapan peserta pendidikan sangat vital. Dengan memahami elemen-

elemen bauran produk jasa pendidikan dan menerapkannya secara bijak, lembaga pendidikan dapat memberikan layanan pendidikan yang lebih baik dan lebih relevan kepada peserta pendidikan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada perkembangan individu dan masyarakat secara keseluruhan.

3. Penciptaan Produk Jasa Pendidikan

Penciptaan produk jasa pendidikan merupakan salah satu aspek yang penting dalam dunia pendidikan yang terus berkembang. Pendidikan adalah fondasi bagi kemajuan masyarakat dan perkembangan individu. Oleh karena itu, pengembangan produk jasa pendidikan yang berkualitas menjadi esensial. Penciptaan produk jasa pendidikan adalah proses yang berkelanjutan dan dinamis. Lembaga pendidikan harus terus beradaptasi dengan perubahan dalam pendidikan, teknologi, dan kebutuhan siswa dan komunitas untuk tetap relevan dan efektif dalam memberikan layanan pendidikan.

Dari penjelasan diatas maka kita perlu menentukan beberapa kriteria terkait produk baru diataranya adalah:

- a. Produk yang betul-betul baru dan tidak ada subtansinya
- b. Produk yang sama jenisnya, tetapi memiliki model baru
- c. Produk tiruan yang baru bagi organisasi, tetapi tidak baru bagi pasar

4. Distribusi Jasa Pendidikan

Distribusi jasa pendidikan adalah salah satu aspek penting dalam pengiriman layanan pendidikan kepada peserta pendidikan. Hal ini melibatkan bagaimana lembaga pendidikan menyampaikan dan mendistribusikan pendidikan kepada siswa atau peserta pendidikan secara efisien dan efektif. Pembahasan mengenai distribusi jasa pendidikan mencakup beberapa aspek kunci.

Peran teknologi dalam distribusi jasa pendidikan telah berkembang pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara pendidikan disampaikan. Sistem pembelajaran daring, platform e-learning, dan berbagai aplikasi pendidikan memungkinkan akses pendidikan secara global. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada peserta pendidikan untuk belajar dari mana saja dan kapan saja, mengatasi hambatan geografis dan waktu. Distribusi jasa pendidikan juga harus mempertimbangkan inklusivitas. Pendidikan harus dapat diakses oleh semua individu, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik atau mobilitas. Ini menekankan pentingnya merancang distribusi yang memperhatikan aksesibilitas fisik dan digital, serta menghadirkan pendidikan yang ramah terhadap kebutuhan khusus.

Evaluasi dan pemantauan terus-menerus merupakan bagian integral dari distribusi jasa pendidikan. Institusi pendidikan perlu memiliki mekanisme untuk mengukur efektivitas distribusi, memantau kemajuan siswa, dan mendapatkan umpan balik dari peserta pendidikan. Evaluasi ini membantu dalam perbaikan berkelanjutan dan peningkatan kualitas layanan pendidikan. Peran staf dan tenaga pengajar dalam distribusi jasa pendidikan juga tidak boleh diabaikan. Mereka adalah bagian penting dari proses pendidikan yang harus dilengkapi dengan pelatihan yang tepat dan mendukung lingkungan pembelajaran yang efektif. Interaksi antara siswa dan pengajar dapat memengaruhi pengalaman pendidikan secara signifikan.

Strategi distribusi jasa pendidikan juga harus memperhatikan faktor-faktor ekonomi. Penentuan biaya pendidikan, bantuan keuangan, dan kebijakan pembayaran adalah bagian penting dalam distribusi. Upaya harus dilakukan untuk menjadikan pendidikan terjangkau dan sesuai dengan nilai yang diberikan. Secara keseluruhan distribusi jasa pendidikan adalah komponen penting dalam memberikan layanan pendidikan yang berkualitas dan relevan. Dalam era yang didorong oleh teknologi dan perubahan sosial, institusi pendidikan harus terus beradaptasi dengan perubahan ini untuk memberikan pendidikan yang efektif, inklusif, dan berkelanjutan kepada peserta pendidikan. Dengan pemikiran yang matang mengenai distribusi jasa pendidikan, kita dapat memastikan bahwa akses pendidikan yang

berkualitas dapat dinikmati oleh semua individu, sehingga memberikan dampak positif pada perkembangan masyarakat dan individu.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam dunia pendidikan yang terus berkembang, strategi produk dan distribusi jasa pendidikan telah menjadi unsur kunci dalam memberikan pengalaman pendidikan yang berkualitas dan relevan bagi peserta pendidikan. Pembahasan mengenai strategi ini telah mengungkap kompleksitas dan pentingnya mengadaptasi diri terhadap perubahan zaman dan teknologi. Dalam penutup ini, kita akan merangkum beberapa poin penting yang telah dibahas sepanjang pembahasan ini.

Peran teknologi dalam strategi produk dan distribusi jasa pendidikan tidak dapat diabaikan. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi telah memungkinkan pendidikan untuk mencapai tingkat yang lebih luas dan fleksibel. Platform online, e-learning, dan aplikasi pendidikan telah membuka pintu akses ke pendidikan bagi individu di seluruh dunia. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu terus berinovasi dan berinvestasi dalam teknologi untuk meningkatkan pengalaman belajar. Strategi produk dan distribusi jasa pendidikan juga harus memperhatikan inklusivitas. Pendidikan harus dapat diakses oleh semua individu, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik atau mobilitas. Ini menekankan pentingnya merancang strategi yang memperhatikan aksesibilitas fisik dan digital, serta menghadirkan pendidikan yang ramah terhadap kebutuhan khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. "Peranan Brainware Dalam Sistem Informasi Manajemen Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi." *Sistem Informasi* 1, no. September (2018): 60-69. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>.
- Hakim, L, I Nanda, and Y Bahtiar. "Digital Marketing Pada Lembaga Pendidikan: Pemahaman, Penerapan Dan Efektifitas." ... SEMINAR NASIONAL DIES ..., 2021. <http://prosiding.utp.ac.id/index.php/SEMNASUTP/article/view/20>.
- M Dayat. "Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan." *Jurnal Mu'allim* 1, no. 2 (2019): 299-218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>.
- Masing, Musa. "Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Di Sma Kristen Barana." *Jurnal Pendidikan Indonesia* 2, no. 3 (2021): 459-68.
- Mukmin, Baba. "Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu." *Jurnal Isema: Islamic Educational Management* 5, no. 1 (2020): 97-112. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>.
- Riinawati, R. "Marketing Pendidikan Islam Mengupas Strategi Marketing Berbasis Islam." *idr.uin-antasari.ac.id*, 2020. [http://idr.uin-antasari.ac.id/16680/1/MARKETING PENDIDIKAN ISLAM isbn_ok.pdf](http://idr.uin-antasari.ac.id/16680/1/MARKETING_PENDIDIKAN_ISLAM_isbn_ok.pdf).
- Semaun, S. "Determinan Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Negeri." *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2019. <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/balanca/article/view/1042>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tri Angreni. "Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Papan Nama, Media Massa Lokal, Dan Potongan Harga Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Buddhi, Karawaci, Tangerang." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952. 2, no. 3 (2021): 2013-15.
- Triyoga, Akde. "ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH STIKES RS BAPTIS KEDIRI." *JURNAL REVITALISASI Jurnal Ilmu Manajemen* 15, no. 1 (2016): 165-75.

- Widiyanto, G, and S Sugandha. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji." *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2019. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86>.
- Wijaya, Dafid. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.