

**INOVASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
SEKOLAH DASAR ALAM
(Studi Multikasus di SD Alam Banjarbaru, SD Alam
Muhammadiyah Banjarbaru dan SD Alam Muhammadiyah
Martapura, Kalimantan Selatan)**

TESIS

**OLEH:
Herida Wulansari**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2025**

INOVASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN

SEKOLAH DASAR ALAM

**(Studi Multikasus di SD Alam Banjarbaru, SD Alam
Muhammadiyah Banjarbaru dan SD Alam Muhammadiyah
Martapura, Kalimantan Selatan)**

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Antasari
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen Pendidikan Islam

Oleh

**Herida Wulansari
230211030079**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

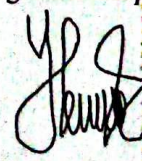
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herida Wulansari
NIM : 230211030079
Tempat/Tanggal Lahir : Tanah Laut/ 07 September 2000
Jurusan/Program Study : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas/Program : Pascasarjana (Magister)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul,
Inovasi Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Sekolah Dasar Alam (Studi Multikasus
di SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru dan SD Alam
Muhammadiyah Martapura, Kalimantan Selatan) adalah benar-benar karya saya, kecuali
kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini bukan
hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi
akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 06 Juli 2025
Yang membuat pernyataan ini



Herida Wulansari



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
UNIT PENJAMIN MUTU PASCASARJANA
SERTIFIKAT BEBAS PLAGIARISME

No: 1382/Un.14/IV/UPM-BP/07/2025

Setelah kami melakukan pengecekan dengan aplikasi turnitin pada alamat <https://www.turnitin.com/>, dengan ini, kami menyatakan bahwa tesis yang ditulis oleh:

Nama : Herida Wulansari
NIM : 230211030079

Jenjang/Program Studi : S2/MPI

Judul : Inovasi Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Sekolah Dasar Alam (Studi Multikasus di SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru dan SD Alam Muhammadiyah Martapura, Kalimantan Selatan)

tidak terindikasi plagiarisme dengan hasil kurang dari 20%. Naskah tesis yang tidak terindikasi plagiarisme tersebut harus diunggah di repository UIN Antasari di alamat <http://idr.uin-antasari.ac.id/>

Banjarmasin, 7 Juli 2025

Mengetahui
Direktur,



Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, M. Pd
NIP. 197105251997031006

PERSETUJUAN TESIS

INOVASI STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DI SEKOLAH ALAM

**(Studi Multi Kasus di SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah
Banjarbaru dan SD Alam Muhammadiyah Martapura)**

Disusun dan diajukan oleh:

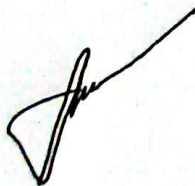
NAMA : HERIDA WULANSARI

NIM : 230211030079

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Untuk dapat diajukan kepada dewan penguji

Pembimbing I



Dr. Adi Ansari, M.Pd.I
NIP. 198702012019031005

Pembimbing II



Dr. Muhdi, M.Ag
NIP. 197008922005011007

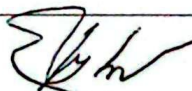
PENGESAHAN TESIS

INOVASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN SEKOLAH DASAR ALAM
(Studi Multikasus di SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru dan
SD Alam Muhammadiyah Martapura, Kalimantan Selatan)

Herida Wulansari
230211030079

Telah Diajukan pada Tim Penguji
Pada Senin, 21 Juli 2025
Pukul 04.00-15.30 WITA

Dewan Penguji

Nama	Tanda Tangan
Dr. H. Ahmad Salabi, M.Pd.	
Prof. Dr. H. Suriagiri, M.Pd.	
Dr. Adi Ansari, M.Pd.I.	
Dr. Muhdi, M.Ag.	

Mengetahui
Direktur


Prof. Dr. H. Zulfa Jamaliie, M.Pd.
Nip. 1971105251997031006

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، الَّذِي حَبَانَا بِنِعْمَةِ الْحَيَاةِ وَالْيَقِينِ. اَللّٰهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ،
خَاتَمِ النَّبِيِّينَ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى آلِهِ الطَّيِّبِينَ الطَّاهِرِينَ، وَأَصْحَابِهِ الْأَخْيَارِ أَجْمَعِينَ، وَمَنْ
تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia menuju kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.

Penelitian ini merupakan kajian inovasi manajemen pemasaran pendidikan sekolah dasar alam di SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah banjarbaru dan SD Alam Muhammadiyah Martapura. Peneliti menyampaikan rasa syukur yang mendalam atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dengan penuh hormat, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mujibburrahman, MA, selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin;
2. Prof. Dr. H. Zulfa Jamalie, S.Ag., M.Pd. dan Dr. Wahyuddin, M.Pd.I., selaku Direktur dan Wakil Direktur Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin;
3. Dr. H. Ahmad Salabi, M.Pd. dan Noor Hidayati, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam UIN Antasari Banjarmasin;

4. Dr. Adi Ansari, M.Pd.I. dan Dr. Muhdi, M.Ag., selaku pembimbing I dan II, yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta doa dalam proses penyelesaian tesis ini;
5. Seluruh dosen Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin yang telah menjadi guru-guru terbaik, memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta membimbing dengan penuh kesabaran;
6. Staf akademik dan kemahasiswaan Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan pelayanan administrasi dengan sangat baik;
7. Pengelola dan karyawan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin yang telah menyediakan berbagai referensi penting bagi kelengkapan tesis ini;
8. Kepala sekolah, guru, staf tata usaha, serta orang tua siswa di SD Alam Banjarbaru yang telah memberikan izin, arahan, serta dukungan selama proses penelitian;
9. Kepala sekolah, guru, staf tata usaha, dan orang tua siswa di SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru yang telah memberikan izin, kesediaan menjadi responden, serta pengetahuan yang sangat berharga bagi kelengkapan penelitian ini;
10. Kepala sekolah, guru, staf tata usaha, dan orang tua siswa di SD Alam Muhammadiyah Martapura yang telah memberikan izin, kesediaan menjadi responden, serta pengetahuan yang sangat berharga bagi kelengkapan penelitian ini;

11. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan materi tanpa henti, serta kepada adik perempuan saya yang senantiasa memberikan semangat dan keceriaan di tengah proses penyelesaian tesis ini.

12. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2023, serta semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti telah berupaya sebaik mungkin dalam menyusun tesis ini agar sesuai dengan kaidah-kaidah ilmiah yang ditetapkan. Kendati demikian, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan maupun kekeliruan. Oleh sebab itu, peneliti sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan karya ini.

Sebagai penutup, peneliti memohon semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak selama proses penyusunan penelitian ini mendapatkan balasan pahala yang berlimpah dari Allah SWT. Semoga pula tulisan ini dapat menjadi amal jariyah dan memberi manfaat bagi siapa saja yang membaca. Amin ya Rabbal ‘Aalamin.

Banjarmasin, 06 Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Herida Wulansari. NIM.230211030079, Inovasi Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Sekolah Dasar Alam (Studi Multikasus di SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru dan SD Alam Muhammadiyah Martapura, Kalimantan Selatan). Pembimbing I Dr. Adi Ansari, M.Pd.I. dan Pembimbing II Dr. Muhdi, M.Ag., Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Magister/Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin, 2025.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, STP (*Segmentation, Targeting* dan *Positioning*), *Marketing Mix*, Sekolah Alam.

Penelitian ini menganalisis inovasi manajemen pemasaran di SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru, SD Alam Banjarbaru, dan SD Alam Muhammadiyah Martapura melalui metode kualitatif deskriptif dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Fokus penelitian mencakup strategi segmentasi, penentuan target, positioning, penerapan bauran pemasaran (7P), serta hambatan, tantangan, dan peluang.

Hasilnya menunjukkan perbedaan yang jelas antar sekolah. SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru mengalami stagnasi peserta didik karena segmentasi dan target pasar yang tidak terarah, sedangkan SD Alam Banjarbaru mengalami penurunan peserta didik akibat perubahan identitas yang tidak konsisten. Sebaliknya, SD Alam Muhammadiyah Martapura berhasil menetapkan segmentasi pada keluarga muda menengah ke atas dengan target dan positioning yang konsisten. Dalam 7P, dua sekolah pertama minim inovasi promosi dan digital marketing, sementara Martapura telah menerapkan strategi pemasaran terintegrasi, media sosial profesional, dan program sekolah yang konsisten.

Hambatan utama di Banjarbaru adalah minim inovasi promosi, branding tidak stabil, dan lemahnya komunikasi pemasaran, sedangkan di Martapura relatif minim hambatan dan memiliki peluang besar memperluas jejaring kerja sama. Perbedaan ini menegaskan pentingnya segmentasi jelas, konsistensi branding, dan strategi pemasaran terintegrasi bagi keberhasilan sekolah.

ABSTRACT

Herida Wulansari. NIM. 230211030079. Innovation of Educational Marketing Management in Nature-Based Elementary Schools (A Multi-Case Study at SD Alam Banjarbaru, SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru, and SD Alam Muhammadiyah Martapura, South Kalimantan). Supervised by Dr. Adi Ansari, M.Pd.I. and Dr. Muhdi, M.Ag. Islamic Education Management Study Program, Graduate Program, UIN Antasari Banjarmasin, 2025.

Keywords: Marketing Management, STP (Segmentation, Targeting, and Positioning), Marketing Mix, Nature-Based School.

This study analyzes marketing management innovations at SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru, SD Alam Banjarbaru, and SD Alam Muhammadiyah Martapura using a descriptive qualitative method through observation, interviews, and documentation. The research focuses on segmentation strategies, target market determination, positioning, the application of the marketing mix (7P), as well as identifying obstacles, challenges, and opportunities.

The findings reveal clear differences among the schools. SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru experiences stagnant student enrollment due to unclear segmentation and target markets, while SD Alam Banjarbaru has seen a decline in student numbers resulting from inconsistent identity changes. In contrast, SD Alam Muhammadiyah Martapura has successfully established segmentation targeting upper-middle-class young families seeking Islamic, nature-based education with consistent targeting and positioning. Regarding the 7P, the first two schools show minimal innovation in promotion and digital marketing, whereas Martapura has implemented an integrated marketing strategy, professionally managed social media, and consistent school programs.

The main barriers in Banjarbaru include limited promotional innovation, unstable branding, and weak marketing communication, while Martapura faces relatively few internal obstacles and holds significant opportunities to expand collaborative networks. These differences highlight the importance of clear segmentation, consistent branding, and integrated marketing strategies for school success.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam tesis ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam Transliterasi ini sebagian dilambangkan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de

ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	 ‘...	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	Em
ن	nun	n	en

و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	..!..	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	a	a
—	Kasrah	i	i
— —	Dammah	u	u

Contoh:

كتب - kataba

فعل - fa‘ala

ذكر - žukira

يذهب - yažhabu

سئل -suila

b) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
اَ...ى	Fathah dan ya	ai	a dan i
اَ...و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كيف - kaifa

هول - haula

c) Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...اَ...ى	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ...ى	Kasroh dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُ...و..	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال - qāla

رمي - ramā

قيل - qīla

يقول - yaqūlu

d) Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasroh dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3)** Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الاطفال - raudatul al-atfal

- raudatu al-atfal

المدينة المنورة - al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul Munawwarah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	II
BUKTI BEBAS PLAGIASI	III
PERSETUJUAN TESIS	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR	VII
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA	X
DAFTAR ISI.....	XV
DAFTAR TABEL	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Signifikansi Penelitian.....	7
E. Definisi Operasional.....	9
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
G. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	19
A. Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan	19
B. Strategi Pemasaran STP	30
C. Bauran Pemasaran Pendidikan (<i>Marketing Mix</i>)	39
D. Sekolah Alam	51
E. Kerangka Pikir	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	56
B. Lokasi Penelitian	57
C. Subjek dan Objek Penelitian	57
D. Data dan Sumber Data.....	58
E. Teknik Pengumpulan Data	60

F. Instrumen Penelitian.....	61
G. Teknik Validitas dan Keabsahan Data	62
H. Teknik Analisis Data	66
I. Prosedur Penelitian	67
BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN	69
A. Hasil Penelitian	69
B. Penyajian Data.....	94
C. Pembahasan.....	265
BAB V SIMPULAN	291
A. Simpulan.....	291
B. Saran	293
DAFTAR PUSTAKA	296
LAMPIRAN	300
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	359

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Besaran diskon di SD Alam Muhammadiyah Banjarbaru	112
2. Tabel 4.2 Analisis perbandingan antar situs	258
2. Tabel 4.3 Analisis pembahasan antar situs	258