



PEMBINAAN KARAKTER RELIGIUS SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN

Irfan Mohd Fauzi¹, Ahmad Ansori^{2*}, Khoirul Anwar³.

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau^{1,2}

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi³

E-mail: irfanmohdfauzi@gmail.com¹, ahmadansori06@gmail.com^{2*},
khoirulanwar@uinjambi.ac.id³.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis efektivitas pembinaan karakter religius sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 2 Tanjung Jabung Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua, serta observasi langsung terhadap kegiatan-kegiatan religius di sekolah. Analisis data dilakukan mulai dari tahapan pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembinaan karakter religius di MAN 2 Tanjung Jabung Barat telah terbukti sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan yang efektif. Program-program religius yang diterapkan berhasil membentuk karakter siswa yang baik, meningkatkan reputasi sekolah, dan memberikan keunggulan kompetitif. Dukungan orang tua dan masyarakat, serta integrasi nilai-nilai religius dalam kurikulum, adalah faktor-faktor kunci dalam keberhasilan strategi ini. Dengan demikian, pembinaan karakter religius tidak hanya penting dalam membentuk generasi yang berakhlak mulia tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk meningkatkan daya tarik dan citra sekolah.

Kata Kunci: Karakter Relegius, Strategi Pemasaran Pendidikan.

ABSTRACT

This study aims to explore and analyze the effectiveness of religious character building as a marketing strategy for educational services at MAN 2 Tanjung Jabung Barat. The method used in this research is descriptive qualitative. Data were collected through in-depth interviews with the principal, teachers, students, and parents, as well as direct observation of religious activities at the school. Data analysis was carried out through stages of data collection, data simplification, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that religious character building at MAN 2 Tanjung Jabung Barat has proven to be an



effective marketing strategy for educational services. The implemented religious programs have successfully shaped students' good character, enhanced the school's reputation, and provided a competitive advantage. Parental and community support, as well as the integration of religious values into the curriculum, are key factors in the success of this strategy. Thus, religious character building is not only crucial in shaping a morally upright generation but also serves as a long-term strategy to enhance the school's appeal and image.

Keywords: *Religious Character, Educational Marketing Strategy.*

PENDAHULUAN

Kondisi masyarakat di Indonesia dewasa ini sudah sangat memprihatinkan, hal tersebut dapat dilihat dari meluasnya krisis moral yang melahirkan berbagai perbuatan buruk. Keadaan tersebut harus diakhiri melalui berbagai cara dan harus dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama oleh lembaga pendidikan. Seperti yang tertuang dalam UUD No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, khususnya pada Pasal 3 yang berbunyi, "Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab." Dapat dilihat bahwa salah satu tujuan pendidikan yaitu untuk memperbaiki moral atau karakter anak bangsa. Tidak sebatas itu,

bahkan dalam ajaran agama, pendidikan karakter atau yang lebih dikenal dengan akhlakul karimah juga menuntut kita untuk menjadi manusia yang berakhlak mulia, sebagaimana tertuang dalam berbagai ayat Al-Quran dan hadis (Hafizah et al., 2024).

Karakter merupakan aspek penting dalam perkembangan individu yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Karakter religius adalah salah satu aspek yang menekankan pada pengembangan moral dan spiritual berdasarkan nilai-nilai agama. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan di atas dan untuk tercapainya tujuan pendidikan yaitu melalui pembinaan karakter religius siswa (Ansori et al., 2022). Pembinaan karakter religius dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti sholat dhuha dan dzuhur berjamaah, membaca Al-Quran, kegiatan ekstrakurikuler keagamaan, dan memberikan materi ibadah praktis (Rozak, 2024).

Pembinaan karakter religius juga dapat dilakukan melalui praktik literasi agama Islam yang



terintegrasi dalam pembelajaran berbasis kelas dan berbasis budaya sekolah. Selanjutnya, karakter religius dapat dibentuk melalui metode keteladanan, metode pembiasaan, metode nasehat dan kisah-kisah, metode Tsawâb dan 'Iqâb. Budaya religius dapat terbentuk dengan menanamkan nilai-nilai Islam melalui pembiasaan yang diwujudkan dalam program-program sekolah (SAIFUL, 2024).

Sejak dini, internalisasi karakter religius harus ditanamkan kepada anak-anak (Hajrah et al., 2024). Ini menjadi penting karena masih banyaknya problem karakter khususnya dalam ruang pendidikan. Kenyataan ini setidaknya tampak pada melemahnya perilaku jujur dan disiplin. Karakter religius merupakan salah satu aspek kepribadian manusia yang tidak dapat berdiri sendiri, artinya terkait dengan aspek kepribadian lainnya dan harus dilatihkan pada anak-anak sedini mungkin agar tidak menghambat tugas-tugas perkembangan anak selanjutnya. Kemampuan untuk religius tidak terbentuk dengan sendirinya. Kemampuan ini diperoleh dengan kemauan dan dorongan dari orang lain (Al-Baihaqi et al., 2024).

Dalam upaya mengatasi krisis moral dan memperbaiki karakter bangsa, pendidikan religius menjadi salah satu solusi yang paling relevan (Azizah & Utami, 2023). Pendidikan yang berbasis pada nilai-nilai religius tidak hanya mengajarkan

pengetahuan agama tetapi juga menanamkan nilai-nilai moral yang menjadi dasar dalam membentuk karakter anak (Ngadhimah et al., 2023). Pendidikan karakter religius yang efektif memerlukan kolaborasi antara sekolah, keluarga, dan masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan moral dan spiritual anak (Rantauwati, 2020); (Khoirroni et al., 2023); dan (Subasman et al., 2024). Oleh karena itu, pengembangan program-program pendidikan karakter religius di sekolah-sekolah menjadi sangat krusial dalam membangun generasi yang berakhlak mulia dan berperilaku baik sesuai dengan ajaran agama dan nilai-nilai universal.

Dalam konteks persaingan global dan dinamika pasar pendidikan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik dan mempertahankan siswa (Ibrahim et al., 2022). Pemasaran jasa pendidikan merupakan pengolahan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk stake holders maupun masyarakat sosial dimana pemasaran jasa pendidikan ini berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap sekolah dan menarik minat calon siswa (Mundir, 2015). Salah satu strategi pemasaran yang berpotensi memberikan nilai



tambah jangka panjang adalah pembinaan karakter religius siswa (Soleh et al., 2023). Pembinaan karakter religius tidak hanya memberikan manfaat bagi perkembangan pribadi siswa tetapi juga meningkatkan citra dan reputasi lembaga pendidikan di mata masyarakat (Fradito et al., 2020).

Pendidikan karakter religius menekankan pada pengembangan nilai-nilai moral dan spiritual yang kuat. Siswa yang memiliki karakter religius yang baik cenderung menunjukkan sikap yang positif, disiplin, dan bertanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai ini sangat dihargai oleh orang tua dan masyarakat, sehingga sekolah yang fokus pada pembinaan karakter religius memiliki daya tarik yang lebih besar bagi calon siswa dan orang tua (Huda et al., 2021).

Lembaga pendidikan yang berhasil mengintegrasikan pembinaan karakter religius dalam kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler dapat menciptakan keunggulan kompetitif (Dayat, 2019). Sekolah-sekolah ini tidak hanya dikenal sebagai institusi yang mengajarkan ilmu pengetahuan tetapi juga sebagai tempat yang membentuk generasi muda yang berakhlak mulia. Reputasi ini dapat meningkatkan loyalitas siswa dan orang tua, serta menarik minat calon siswa baru. Melalui pembinaan karakter religius tersebut secara tidak langsung sekolah telah melakukan

pemasaran jasa pendidikan (Syukur, 2021).

Pembinaan karakter religius sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan memiliki implikasi jangka panjang yang signifikan. Siswa yang memiliki karakter religius yang kuat cenderung menjadi individu yang sukses dan berkontribusi positif dalam masyarakat. Keberhasilan siswa ini akan kembali memberikan dampak positif pada citra sekolah, menciptakan siklus keberhasilan yang berkelanjutan (Nugroho et al., 2022). Pembinaan karakter religius siswa tidak hanya penting dalam membentuk generasi yang berakhlak mulia tetapi juga dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi lembaga pendidikan. Dengan menekankan pada pengembangan nilai-nilai moral dan spiritual, sekolah dapat meningkatkan daya tarik, reputasi, dan citra positifnya di mata masyarakat. Melalui program pendidikan yang komprehensif dan terintegrasi, pembinaan karakter religius dapat memberikan manfaat jangka panjang baik bagi siswa maupun lembaga pendidikan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami fenomena yang kompleks, seperti pembinaan karakter religius sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan,



dalam konteks nyata. Pendekatan deskriptif kualitatif memberikan gambaran rinci mengenai proses, pengalaman, dan persepsi berbagai pihak yang terlibat dalam program pembinaan karakter religius di MAN 2 Tanjung Jabung Barat. Penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai fenomena yang diteliti (Arikunto, 2014). Dalam konteks ini, peneliti mengamati dan mendokumentasikan implementasi program pembinaan karakter religius di sekolah, serta bagaimana program tersebut mempengaruhi citra dan daya tarik sekolah sebagai lembaga pendidikan.

Penelitian ini dilakukan di MAN 2 Tanjung Jabung Barat. Sekolah ini dipilih karena telah mengimplementasikan program pembinaan karakter religius secara intensif dan memiliki reputasi baik di kalangan masyarakat. Partisipan penelitian terdiri dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam program ini seperti kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua siswa. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua, serta observasi langsung terhadap kegiatan-kegiatan religius di sekolah. Analisis data dilakukan mulai dari tahapan pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Program Pembinaan Karakter Religius sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Pembinaan karakter religius sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 2 Tanjung Jabung Barat diimplementasikan pada berbagai program atau kegiatan sekolah seperti: Pertama, Sholat dhuha dan dzuhur berjamaah: Program ini diikuti oleh seluruh siswa setiap hari. Kegiatan ini bertujuan untuk membiasakan siswa melaksanakan sholat sunnah dan memperkuat kebersamaan dalam menjalankan ibadah. Observasi menunjukkan bahwa partisipasi siswa dalam kegiatan ini sangat tinggi, dengan tingkat kehadiran yang konsisten.

Kedua, Membaca Al-Quran: Program membaca Al-Quran secara rutin dilakukan setiap pagi sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan membaca Al-Quran dan menanamkan kecintaan terhadap kitab suci. Wawancara dengan guru menunjukkan bahwa siswa yang terlibat dalam program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan membaca dan memahami Al-Quran.

Ketiga, Ekstrakurikuler Keagamaan: MAN 2 Tanjung Jabung Barat menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler



keagamaan seperti Rohis (Rohani Islam), hafalan Al-Quran, dan kajian keislaman. Data menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya diminati oleh siswa tetapi juga memberikan mereka platform untuk mendalami agama secara lebih mendalam.

Keempat, Materi Ibadah Praktis: Siswa diberikan materi ibadah praktis yang meliputi tata cara sholat, wudhu, dan doa sehari-hari. Materi ini diajarkan melalui pendekatan praktis dan interaktif, yang membantu siswa memahami dan mempraktikkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.

Program pembinaan karakter religius yang diterapkan di MAN 2 Tanjung Jabung Barat terbukti efektif dalam membentuk karakter siswa. Kegiatan seperti sholat dhuha dan dzuhur berjamaah, membaca Al-Quran, dan ekstrakurikuler keagamaan berhasil meningkatkan kesadaran dan komitmen siswa terhadap ajaran agama Islam. Hal ini menunjukkan bahwa program-program religius yang dijalankan secara konsisten dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan moral dan spiritual siswa. Data juga menunjukkan bahwa siswa yang terlibat dalam program ini cenderung memiliki prestasi akademik yang lebih baik, karena mereka lebih disiplin dan fokus dalam belajar. Dalam hal ini (Hamdi, 2021) mengemukakan bahwa melalui program-program dan langkah-langkah atau

tindakan untuk mewujudkan keunggulan yang melebihi organisasi lainnya yang sama posisi dan jenjangnya merupakan strategi kompetitif dalam melakukan pemasaran jasa pendidikan jangka panjang.

2. Faktor Pendukung Pembinaan Karakter Religius sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Sebagian besar siswa merasa bahwa program pembinaan karakter religius membantu mereka untuk lebih disiplin, bertanggung jawab, dan memiliki integritas. Mereka juga merasa lebih termotivasi dalam menjalankan ibadah dan lebih memahami ajaran agama Islam. Siswa merasa lebih tenang dan fokus dalam belajar setelah mengikuti kegiatan religius.

Orang tua sangat mendukung program ini dan percaya bahwa pendidikan karakter religius sangat penting untuk membentuk akhlak anak-anak mereka. Mereka merasa bahwa MAN 2 Tanjung Jabung Barat telah berhasil menciptakan lingkungan yang kondusif untuk perkembangan moral dan spiritual anak-anak mereka. Responden orang tua menekankan bahwa mereka melihat perubahan positif dalam perilaku anak-anak mereka di rumah, seperti peningkatan dalam ketaatan beribadah dan perilaku yang lebih sopan dan hormat.



Dukungan orang tua dan masyarakat sangat penting dalam keberhasilan program pembinaan karakter religius. Orang tua di MAN 2 Tanjung Jabung Barat memberikan dukungan penuh terhadap program ini dan percaya bahwa pendidikan karakter religius adalah kunci untuk membentuk anak-anak yang berakhlak mulia. Kepercayaan ini meningkatkan reputasi sekolah dan membuatnya menjadi pilihan utama bagi masyarakat. Analisis data menunjukkan bahwa partisipasi aktif orang tua dalam kegiatan sekolah juga membantu memperkuat program ini, dengan orang tua berperan sebagai model dan pendukung utama bagi anak-anak mereka.

Implementasi program pembinaan karakter religius di MAN 2 Tanjung Jabung Barat telah memberikan dampak positif terhadap citra dan reputasi sekolah. Sekolah ini dikenal sebagai institusi yang tidak hanya fokus pada prestasi akademik tetapi juga pada pembentukan karakter yang baik. Hal ini meningkatkan kepercayaan orang tua dan masyarakat terhadap kualitas pendidikan di MAN 2 Tanjung Jabung Barat. Analisis data menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pendaftaran siswa baru setelah implementasi program ini. Pembinaan karakter religius sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan telah memberikan keunggulan kompetitif bagi MAN 2 Tanjung Jabung Barat. Sekolah ini berhasil menarik minat calon

siswa baru dan mempertahankan loyalitas siswa dan orang tua. Citra positif yang terbentuk dari program-program religius ini meningkatkan daya tarik sekolah di mata masyarakat. Dalam kegiatan promosi pemasaran yang menekankan nilai-nilai religius dan moral, sekolah telah berhasil menarik perhatian calon siswa dan orang tua yang mencari lingkungan pendidikan yang holistic. Hal ini sejalan dengan pendapatnya (Fathurrochman et al., 2021) bahwa salah satu upaya dalam melakukan pemasaran pendidikan yaitu dengan membangun citra sekolah.

Integrasi nilai-nilai religius dalam kurikulum dan kegiatan ekstrakurikuler adalah faktor kunci dalam keberhasilan pembinaan karakter religius. MAN 2 Tanjung Jabung Barat menunjukkan bahwa pendidikan yang menggabungkan aspek akademik dan religius dapat menghasilkan siswa yang berprestasi secara akademik dan memiliki karakter yang kuat. Observasi menunjukkan bahwa integrasi ini tidak hanya mempengaruhi siswa tetapi juga guru, yang merasa lebih termotivasi dan berkomitmen dalam mengajar. Sejalan dengan uraian tersebut (Wiratmuko et al., 2023) menjelaskan bahwa salah satu unsur yang perlu diperhatikan dalam memasarkan pendidikan yaitu melalui peningkatan mutu di sekolah itu sendiri.

Pembinaan karakter religius sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan memiliki implikasi



jangka panjang yang signifikan. Siswa yang memiliki karakter religius yang kuat cenderung menjadi individu yang sukses dan berkontribusi positif dalam masyarakat. Keberhasilan siswa ini akan kembali memberikan dampak positif pada citra sekolah, menciptakan siklus keberhasilan yang berkelanjutan. Analisis menunjukkan bahwa alumni MAN 2 Tanjung Jabung Barat cenderung tetap terhubung dengan sekolah dan berperan sebagai duta yang mempromosikan sekolah kepada generasi berikutnya. (Nugroho et al., 2022) dalam penelitiannya menerangkan bahwa dalam pemasaran jasa pendidikan mutu lulusan adalah daya tarik utama. Jika lulusan tersebut memiliki karakter individu yang paripurna, maka tidak hayal jika masyarakat melirik sekolah yang meluluskannya. Penjelasan tersebut didukung dengan temuannya (Iqbal, 2019) yang mengatakan bahwa apabila sekolah bisa menghasilkan produk jasa yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat maka citra sekolah akan meningkat yang akan membuat sekolah menjadi pilihan bagi masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya.

KESIMPULAN

Pembinaan karakter religius di MAN 2 Tanjung Jabung Barat telah terbukti sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan yang efektif. Program-program religius yang diterapkan berhasil

membentuk karakter siswa yang baik, meningkatkan reputasi sekolah, dan memberikan keunggulan kompetitif.

Dukungan orang tua dan masyarakat, serta integrasi nilai-nilai religius dalam kurikulum, adalah faktor-faktor kunci dalam keberhasilan strategi ini. Dengan demikian, pembinaan karakter religius tidak hanya penting dalam membentuk generasi yang berakhlak mulia tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk meningkatkan daya tarik dan citra sekolah. Pendekatan holistik ini memastikan bahwa pendidikan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek akademik tetapi juga pada pengembangan moral dan spiritual siswa, yang pada akhirnya menciptakan individu yang berkontribusi positif terhadap masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Baihaqi, Z. I., Adi Haironi, & Hilalludin. (2024). STRATEGI GURU PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM MEMBENTUK KARAKTER RELIGIUS. *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 19(1), 1290–1296.
<http://conference.kuis.edu.my/pasak2017/images/prosiding/nilaisejagat/10-MAAD-AHMAD.pdf>
- Ansori, A., Husarida, H., & Hasirah, H. (2022). Student's Religious Character (Viewed From the Human Resource



- Management Perspective).
Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan, 4(3), 4306–4314.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i3.2737>
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian* (15th ed.). PT Asdi Mahasatya.
- Azizah, I. N., & Utami, R. D. (2023). Gerakan Literasi Keagamaan sebagai Strategi Pembinaan Karakter Religius pada Siswa Sekolah Dasar. *Quality: JOURNAL OF EMPIRICAL RESEARCH IN ISLAMIC EDUCATION*, 11(1), 51.
<https://doi.org/10.21043/quality.v11i1.19916>
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218.
<https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 1–12.
<https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.9471>
- Fradito, A., Suti'ah, S., & Muliyadi, M. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), 12–22.
<https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>
- Hafizah, N., Kartika, W. Y., Ulfani, S. M., Sari, R. K., & Wismanto, W. (2024). Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Religius Peserta Didik. *Jurnal Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Dan Pendidikan Agama Islam*, 5(2), 29–42.
http://repository.uinsaizu.ac.id/3872/2/COVER_BAB_I_BABV_DAFTAR_PUSTAKA.pdf
- Hajrah, S., Zulihi, & Taslim. (2024). Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam dalam Membentuk Karakter Siswa di SDNegeri Inpres 2 Koya Barat. *Attractive: Innovative Education Journal*, 6(1), 487–497.
- Hamdi, M. M. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Pondok Pesantren. *JlEM: Jurnal of Islamic Education and Manajemen*, 2(1), 15–30.
- Huda, A. K., Montessori, M., Miaz, Y., & Rifma, R. (2021). Pembinaan Karakter Disiplin Siswa Berbasis Nilai Religius di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 4190–4197.
<https://jbasic.org/index.php/ba>



- sicedu/article/view/1528
- Ibrahim, Anitah², & Niswah, C. (2022). Perencanaan Pemasaran Jasa Pendidikan. *Jambura Journal of Educational Management*, 3(2), 85–93.
- Iqbal, M. (2019). Pemasaran Jasa Pendidikan dan Implementasinya sebagai Strategi Pengembangan Pendidikan di SMP Muhammadiyah 1 Depok Sleman Yogyakarta. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 127–146. <https://doi.org/10.14421/manageria.2019.41-08>
- Khoirroni, nayah A., Patinasarani, R., Hermayanti, N. I., & Santoso, G. (2023). Pendidikan Karakter Pada Anak Sekolah Dasar Di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*, 2(2), 269–279. <https://doi.org/10.29240/jpd.v2i1.439>
- Mundir, A. (2015). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN MADRASAH. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 27–40.
- Ngadhimah, M., Ramdhani, A. A., Wachid, A., Nafi', A., & Wibowo, A. (2023). Pembinaan Karakter Religius Peserta Didik Melalui Budaya Sekolah di SMAN 2 Ponorogo. *MA'ALIM: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(2), 296–312. <https://doi.org/10.21154/maalim.v4i2.7360>
- Nugroho, A. S., Basyar, M., & Masdahria. (2022). Implikasi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Pengembangan Karakter Siswa Sekolah Dasar. *Mindset: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 22–33. <https://doi.org/10.58561/mindset.v1i1.25>
- Rantauwati, H. S. (2020). Kolaborasi Orang Tua Dan Guru Melalui Kubungortu Dalam Pembentukan Karakter Siswa Sd. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 2(1), 116–130. <https://doi.org/10.21831/jwuny.v2i1.30951>
- Rozak, M. A. (2024). PELAKSANAAN PROGRAM KEGIATAN KEAGAMAAN DALAM MEMBENTUK KARAKTER RELIGIUS SISWA DI SD MUHAMMADIYAH. *Jurnal Pendidikan Dan Keguruan*, 2(7), 971–979.
- SAIFUL, M. (2024). PEMBIASAAN NILAI-NILAI RELIGIUS DALAM PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 BONDOWOSO. *Jurnal PAI: Jurnal Kajian Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 20–33.
- Soleh, M., Muin, A., & Zohriah, A.



- (2023). Dinamika Pemasaran Jasa Pendidikan di Pondok Pesantren. *Socius: Jur, 1nal Penel*(December), 473–480. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/123>
- Subasman, I., Widiyanti, D., & Aliyiah, R. R. (2024). Dinamika Kolaborasi Dalam Pendidikan Karakter: Wawasan Dari Sekolah Dasar Tentang Keterlibatan Orang Tua Dan Guru. *Journal on Education*, 6(2), 14983–14993.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan* (27th ed.). Alfabeta.
- Syukur, F. (2021). Model Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam pada SD Nasima Semarang. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)*, 7(01), 1–14. <https://doi.org/10.18784/smart.v7i01.1084>
- Wiratmuko, B., Masrokan, P., & Sujianto, A. E. (2023). Implementasi Competitive Strength, Competitive Area, Competitive Result dalam Peningkatan Daya Saing dan Pemasaran Jasa Pendidikan Islam. *Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 3(2), 247–266. <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v3i2.1200>