

ABSTRAK

Bakhtiar, Sony. 2025. *Eksplorasi Marketing Mix 7P Untuk Peningkatan Peserta Didik Baru di SMA Muhammadiyah 3 Jember*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember. Dr. Dwi Cahyono, M.Si, dan Dr. Budi Santoso, SE, MM., M. Akun.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengeksplorasi pelaksanaan strategi *marketing mix* 7P dan menganalisis faktor pendorong serta penghambat dalam pemulihan dan peningkatan PPDB. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam pelaksanaan strategi marketing mix 7P dalam proses pemulihan dan peningkatan jumlah peserta didik baru di SMA Muhammadiyah 3 Jember, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendorong dan penghambat yang memengaruhi efektivitas strategi tersebut dalam konteks krisis penurunan siswa. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap partisipan manajemen sekolah, guru dan tenaga kependidikan, siswa aktif, dan alumni, serta dokumentasi dan observasi. Data dianalisis menggunakan teknik coding naratif tematik (open coding, axial coding, selective coding). Hasil dari penelitian menemukan bahwa strategi 7P (produk unggulan, promosi digital, pelayanan, dan penguatan fasilitas) berkontribusi pada peningkatan signifikan PPDB sebesar 23% pada 2023/2024. Faktor pendorong utama adalah kepemimpinan transformasional dan dukungan yayasan, sedangkan faktor penghambat antara lain kebijakan pemerintah di bidang pendidikan dan kelemahan manajemen internal sekolah. Implikasi dari studi ini adalah memberikan kerangka strategi pemasaran adaptif berbasis integrasi teori krisis, perubahan organisasi, dan *marketing mix* 7P yang dapat diadopsi oleh sekolah swasta lainnya dalam situasi serupa.

Kata Kunci : *Marketing Mix 7P*, Sekolah Swasta, Peningkatan PPDB

ABSTRACT

Bakhtiar, Sony. 2025. Exploration of Marketing Mix 7P to Increase New Students Admission of SMA Muhammadiyah 3 Jember . Thesis. Master of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Jember. Dr. Dwi Cahyono, M.Si, and Dr. Budi Santoso, SE, MM,, M. Akun.

This study aims to explore the implementation of the 7P marketing mix strategy and analyze the driving and inhibiting factors in the recovery and increase of PPDB. The method used in this study is qualitative research with a case study method that aims to explore in depth the implementation of the 7P marketing mix strategy in the process of recovery and increasing the number of new students at SMA Muhammadiyah 3 Jember, as well as identifying the driving and inhibiting factors that influence the effectiveness of the strategy in the context of the student decline crisis. Data were collected through in-depth interviews with school management participants, teachers and education personnel, active students, and alumni, as well as documentation and observation. Data were analyzed using thematic narrative coding techniques (open coding, axial coding, selective coding). The results of the study found that the 7P strategy (superior products, digital promotion, service, and strengthening facilities) contributed to a significant increase in PPDB by 23% in 2023/2024. The main driving factors are transformational leadership and foundation support, while inhibiting factors include government policies in the field of education and weaknesses in internal school management. The implication of this study is to provide an adaptive marketing strategy framework based on the integration of crisis theory, organizational change, and the 7P marketing mix that can be adopted by other private schools in similar situations.

Keywords: *Marketing Mix 7P, Private School, Increasing New Students Admission*