

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bagian bab ini peneliti akan menguraikan data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan mengembangkan dari metode kualitatif. Adapun yang menjadi informan pada penelitian ini yaitu bapak Sahrizal selaku kepala MTs, bapak Arnensi selaku kepala tata usaha, bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang. Peneliti sudah melakukan observasi awal pada tanggal 19 April 2022 dan dilanjut penelitian pada tanggal 5 Mei 2023 sampai tanggal 17 Mei 2023. Adapun yang menjadi fokus penelitian yaitu mengenai pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs ar-Rahman Palembang.

#### **A. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di MTs ar-Rahman Palembang**

Menurut Wiestra pelaksanaan adalah sebagai usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijaksanaan yang dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya dan kapan waktu dimulainya.<sup>1</sup>

Willian J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik terhadap konsumen saat ini maupun potensial<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Raharjo Adisasmita, *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 45

<sup>2</sup> Sofiyani Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Grafindi, 2010), hlm. 8

Pemasaran (*Marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan, barang-barang yang dapat memuaskan kegiatan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*.<sup>3</sup>

Jadi dapat disimpulkan pemasaran merupakan kegiatan mempromosikan suatu lembaga pendidikan diharuskan ada tahap-tahap yang dilakukan oleh seluruh guru terutama kepala sekolah yang mempunyai wewenang untuk mengatur jalannya pemasaran yang baik.

Untuk mengetahui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang peneliti lakukan tentang pelaksanaan pemasaran pendidikan meliputi:

### **1. Product (produk)**

Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk dengan kata lain adalah keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Afidatul Hasanah, *Jasa Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden* Jurnal El-tarbawi vol 8, nomor 2, 2015, hlm. 166

<sup>4</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 69

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang beliau mengatakan bahwa:

“Dalam memasarkan lembaga ini saya selaku kepala MTs selalu berusaha memberikan yang terbaik dan selalu mengikuti perkembangan zaman, di sini kurikulumnya menggunakan kurikulum 2013 dan kurikulum merdeka serta tak kami tinggalkan kurikulum madrasah, di sini juga yang membedakan dari MTs lain yaitu kami memiliki program unggulan berupa program tahfidz, program bahasa dan program *IT* (Ilmu Teknologi) sehingga itu bisa menarik calon peserta didik masuk ke sini”<sup>5</sup>

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Arnensi selaku Kepala TU, beliau mengatakan bahwa:

“Benar apa yang disampaikan oleh kepala MTs, saya salah satu guru yang membantu berjalannya kurikulum dan selalu memberikan masukan maupun motivasi ke peserta didik”<sup>6</sup>

Serta peneliti melakukan wawancara juga dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Iya benar bahwa MTs ini memiliki program yang unggul yaitu tahfidz, bahasa dan *IT* sesuai perkembangan zaman di era modern ini, dan dengan program ini juga yang membuat para calon siswa berbondong-bondong masuk ke sini”<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil observasi peneliti produk yang dilakukan oleh MTs ar-Rahman Palembang yaitu dengan menawarkan produk-produk unggulan yang dibutuhkan oleh siswa, tujuannya untuk menarik minat orang tua peserta didik maupun masyarakat lainnya untuk masuk ke MTs ar-Rahman Palembang.

---

<sup>5</sup> Sahrizal, Kepala Sekolah MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 5 Mei 2023

<sup>6</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 6 Mei 2023

<sup>7</sup> Dwi Putra Purnama, Guru MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 7 Mei 2023

Adapun kurikulum yang ada di MTs ar-Rahman Palembang adalah kurikulum 2013 dan kurikulum Merdeka, adapun perbedaannya yaitu;

Kurikulum Merdeka dan K13 adalah dua kurikulum yang berbeda. Berikut adalah perbedaan antara Kurikulum Merdeka dan K13:

- a. Tujuan: Tujuan dari Kurikulum Merdeka adalah untuk memperkuat karakter dan moral siswa, sementara tujuan dari K13 adalah untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan kemampuan siswa dalam berbagai bidang.
- b. Pendekatan: Kurikulum Merdeka menggunakan pendekatan karakter dan keterampilan, sedangkan K13 menggunakan pendekatan kompetensi.  
Kelas: Kurikulum Merdeka ditujukan untuk kelas 1-6 SD, sedangkan K13 bisa digunakan dari SD sampai SMA.
- c. Mata pelajaran: Kurikulum Merdeka menekankan pada pembelajaran karakter dan moral, sedangkan K13 memiliki mata pelajaran yang lebih lengkap dan terstruktur.
- d. Penilaian: Kurikulum Merdeka menggunakan penilaian non-akademik, sedangkan K13 menggunakan penilaian akademik yang lebih terstruktur.
- e. Fokus: Kurikulum Merdeka fokus pada pengembangan karakter dan moral siswa, sedangkan K13 fokus pada kemampuan akademik siswa secara umum.

- f. Pelaksanaan: Kurikulum Merdeka lebih fleksibel dan memberikan kebebasan kepada guru untuk mengembangkan pembelajaran, sedangkan K13 lebih terstruktur dan memiliki pedoman yang jelas.

Adapun Program-program yang ada di MTs ar-Rahman yaitu:

a. Tahfidz Qur'an

Tahfidz adalah program unggulan yang dimiliki oleh MTs ar-Rahman Palembang yang merupakan kegiatan menghafal al-Qur'an dan juga juz amma dan merupakan salah satu syarat untuk mengikuti ujian bagi peserta didik, jadi apabila belum hafal sesuai yang ditentukan oleh madrasah maka ditunda ujiannya baginya.

Berdasarkan wawancara dengan bapak sahrizal selaku kepala sekolah MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Kami memiliki program unggulan dari segi agama yaitu program tahfiz ini, mereka dianjurkan untuk menghafalkan juz amma dan suarat/ ayat serta merupakan salah satu syarat untuk mengikuti ujian semester”.<sup>8</sup>

Dikuatkan juga dengan wawancara dengan bapak Arnensi selaku kepala TU di MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Iya benar bahwa MTs ar-Rahman Palembang ini memiliki program tahfiz yang menjadikan salah satu syarat utama untuk menghadapi ujian semester”<sup>9</sup>

Dan berdasarkan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas beliau mengatakan bahwa:

---

<sup>8</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 7 Mei 2023

<sup>9</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 8 Mei 2023

“MTs kami telah memberikan program tahfiz yang mana selain termasuk untuk menandakan ciri khas muslim namun juga untuk meningkatkan segi agama bagi siswa agar selalu menghafal surat maupun ayat al-Qur’an agar menjadikannya pedoman disetiap langkah dalam belajar”<sup>10</sup>

Berdasarkan observasi bahwa program tahfiz ini telah berjalan dengan baik karena para guru selalu memberikan semangat dan motivasi untuk terus menghafal dan mengulang hafalan al-Qur’an serta siswa juga sangat semangat ketika menghafal di masjid maupun dalam kelas sebagaimana ketika istirahat siswa membaca dan membawa al-Qur’an dalam kelas.

Adapun tahapan dalam pemasaran pendidikan melalui tahfidz diantaranya:

1) Melalui Spanduk atau Pamflet

Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan terutama program tahfidz ini, sekolah membuat sebuah spanduk ataupun pamphlet-pamflet yang di pasang pada khalayak ramai seperti persimpangan jalan yang banyak dilalui Masyarakat sekitar.

2) Melakukan Wisuda Tahfidz

Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan terutama program tahfidz sekolah mengadakan wisuda tahfidz yang

---

<sup>10</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 8 Mei 2023

diselenggarakan di lapangan luas sehingga membuat para hadirin bisa menyaksikan secara bersama, sekolah juga mengundang para aparat dan pejabat serta wali siswa guna untuk menghadiri acara tersebut dan acara wisuda ini menjadikan sarana bagi sekolah untuk memasarkan program tahfidz yang sudah ada di MTs ar-Rahman Palembang.

### 3) Melalui Peringatan Hari Besar Islam

Dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan program tahfidz melalui peringatan hari besar Islam seperti Isra' Mi'raj, Muharam, dan Maulid Nabi, maka sekolah mempunyai inisiatif untuk memanfaatkan untuk pemasaran dengan cara mengundang Masyarakat dan aparat maupun pejabat untuk Bersama-sama memperingati di sekolah tersebut, sekolah juga menyiapkan para huffadz dari beberapa level juz untuk ditampilkan depan hadirin, sehingga peringatan hari besar Islam ini dijadikan sarana pemasaran pendidika oleh sekolah

Untuk memperkuat hasil penelitian maka peneliti menggunakan dokumentasi yang diambil di lapangan.



Gambar 4.1 Kegiatan Tahfiz di Masjid

#### b. Program Bahasa

Program bahasa adalah program unggulan yang dimiliki MTs ar-Rahman Palembang dengan kegiatan belajar dan mempelajari berbagai bahasa asing guna untuk bisa berkomunikasi ataupun mendalami bahasa internasional sebagaimana kita ketahui bahwa bahasa internasional adalah bahasa Inggris, namun di MTs ar-Rahman Palembang ini mempelajari empat bahasa yaitu: bahasa Inggris, Arab, Mandarin dan Jepang.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Di MTs ini ada sebagian siswa yang memang berminat dalam program bahasa sehingga kami fasilitasi dan kami didik juga dengan maksimal dan program ini merupakan salah satu program unggulan juga, mereka mempelajari empat bahasa yaitu: Inggris, Arab, Mandarin, dan Jepang”.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 7 Mei 2023



Dikuatkan juga dengan wawancara bapak Arnensi selaku Kepala TU di MTs ar-Rahman Palembang beliau mengatakan bahwa:

“Salah satu program unggulan di MTs ar-Rahman ini adalah bahasa, kenapa bahasa? Karena sebagaimana kita ketahui bahwa bahasa merupakan alat komunikasi antar individu atau kelompok dan juga kita menggunakan empat bahasa agar siswa bisa berkomunikasi bukan hanya dengan masyarakat Indonesia saja namun bisa mendunia”.<sup>12</sup>

Kemudian ditambah dengan wawancara bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Bahasa merupakan alat komunikasi yang dapat mentranfer informasi dari sekolah ke masyarakat, dan ini salah satu program juga untuk dijadikan alat pemasaran karena MTs ar-Rahman Palembang tidak hanya ingin dikenal masyarakat Indonesia namun ingin lebih mendunia”<sup>13</sup>

Untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara maka peneliti melakukan dokumentasi program bahasa



Gambar 4.2 Ruang Laboratorium Bahasa

<sup>12</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 10 Mei 2023

<sup>13</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 10 Mei 2023

Berdasarkan hasil observasi program bahasa ini sudah berjalan dengan maksimal di MTs ar-Rahman Palembang ini karena menjadi program unggulan maka sekolah ini selalu memberikan fasilitas maupun pendidikan yang sangat bagus, bahkan kepala MTs ini pun mengundang kedutaan Jepang guna untuk memotivasi siswa agar lebih semangat dan giat belajar, serta selain belajar di kelas mereka juga dipraktikkan dalam kegiatan berupa muhadhoroh dengan menggunakan bahasa tersebut dan dilaksanakan di malam hari serta selalu diadakan lomba antar kelas agar mereka selalu meningkatkan kemampuan dalam berbicara bahasa asing tersebut.

Adapun tahapan dalam pemasaran pendidikan melalui bahasa diantaranya:

1) Melalui *Public Speaking* (Pidato)

Tahapan yang dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan pendidikan melalui program bahasa ini dengan cara melakukan kegiatan muhadhoroh atau Latihan pidato dengan empat bahasa tersebut dan selalu mengadakan lomba setiap tahunnya antar kelas dan dihadiri Masyarakat ataupun wali siswa.

2) Pentas Seni

Tahapan yang dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan pendidikan melalui program bahasa ini dengan cara melakukan kegiatan pentas seni yang di dalam pentas tersebut terdapat adegan

seperti drama ataupun wayang orang namun menggunakan bahasa asing tersebut dan sekolah pun mengundang para Masyarakat, pejabat, dan aparat setempat agar menyaksikan pentas tersebut karena dengan cara inilah merupakan salah satu pemasaran pendidikannya.

### c. Program *IT*

Program *IT* (Ilmu Teknologi) adalah sebuah program unggulan yang diberikan lembaga kepada siswa supaya tidak tertinggal dengan kemajuan teknologi informasi yang semakin tahun semakin berkembang dan maju, karena di zaman sekarang juga semua akses maupun koneksi sudah lebih banyak dilakukan melalui dunia maya atau digital yang biasa disebut *IT*.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang beliau mengatakan bahwa:

“Dalam program *IT* ini siswa justru paling banyak yang berminat, oleh karena itu program ini lebih unggul dari program lainnya serta program ini juga menjadikan siswa menggeluti dunia teknologi yang semakin canggih ini”.<sup>14</sup>

Peneliti juga mewawancarai bapak Arnensi selaku Kepala TU, beliau mengatakan bahwa:

“Program *IT* ini merupakan ide yang telah sekolah buat sebagaimana diketahui zaman semakin maju dengan adanya teknologi, maka dari itu kami sebagai guru tidak ingin para siswa tertinggal di dunia teknologi seperti sekarang”<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 8 Mei 2023

<sup>15</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 8 Mei 2023

Peneliti juga mewawancarai bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Iya benar bahwa MTs ini memiliki program unggulan yaitu IT dan merupakan program paling banyak diminati siswa, mereka diharuskan memiliki laptop masing-masing agar proses pembelajarannya maksimal”<sup>16</sup>

Berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa program *IT* sangat banyak peminatnya karena memang siswa lebih memilih program ini dibandingkan program lainnya, selain itu siswa diwajibkan memiliki laptop sendiri karena belajarnya pun dilakukan di kelas masing-masing namun tetap diberikan arahan dan diberi pengajaran oleh para guru di MTs ar-Rahman Palembang tersebut.

Peneliti juga melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian di lapangan



Gambar. 4.3 Siswa Sedang Latihan Komputer

Tahapan dalam pemasaran pendidikan melalui program IT ini yaitu siswa diperbolehkan mengikuti kompetisi dan event-event yang

---

<sup>16</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023

dilakukan oleh masyarakat ataupun komunitas setempat sehingga menjadikan IT yang ada di sekolah MTs ar-Rahman ini menjadi semakin maju dan berkembang dan juga membawa nama MTs ini semakin dikenal masyarakat luas.

Dalam lingkungan Pendidikan, produk jasa yang ditawarkan adalah jasa layanan akademik seperti kurikulum atau ekstra kurikulum, selain itu penawaran melalui prestasi yang telah diraih juga merupakan faktor pendukung dalam meraih persaingan antar lembaga pendidikan.<sup>17</sup>

Adapun prestasi yang telah diraih MTs ar-Rahman Palembang di antaranya;

Juara 1 hadang beregu putra pada pekan olahraga dan seni antar pondok pesantren tingkat kota Palembang (pospekot)

Juara 3 hadang beregu putri (pospekot)

Juara 1 teater islami putra pospekot

Juara 1 senam beregu putra pospekot

Juara 2 senam beregu putri pospekot

Juara 1 takraw putri pospekot

Juara 1 tolak peluru putra pospekot

Juara 3 pidato putra bahasa Indonesia pada festival anak seluruh Indonesia (FASI) tingkat kota Palembang

---

<sup>17</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, (Yogyakarta: Kukaba, 2012), hlm.239

Juara 1 cerita islami putra (FASI)

Peneliti juga melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian di lapangan



Gambar 4.4 Dokumentasi Siswa Berprestasi

Adapun tahapan dalam pemasaran pendidikan melalui IT diantaranya:

1) Alumni

Tahapan yang dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan pendidikan melalui program IT dengan cara memanfaatkan alumni MTs ar-Rahman tersebut untuk memberitahukan atau menginformasikan kepada Masyarakat luas bahwa pembelajaran yang dilakukan di dalam kelas adalah dengan menggunakan komputer dan itu sangat menunjang kemampuan siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi modern.

## 2) Brosur

Tahapan yang dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan pendidikan melalui program IT dengan menyebarkan brosur lewat wali siswa dan alumni yang masih tergabung di sebuah group social media sehingga memudahkan guru untuk memberi arahan kepada alumni sehingga tidak salah sasaran, brosur tersebut disebarluaskan ke tempat ramai ketika masyarakat sedang berkumpul atau mengadakan acara kemasyarakatan.

Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi diatas, dapat disimpulkan bahwa MTs ar-Rahman Palembang memiliki program unggulan yang mana dengan program tersebut bisa membedakan dengan MTs lainnya dan mampu bersaing dari lainnya bahkan sekolah tersebut bisa mendatangkan dari kedutaan Jepang, dengan itu semakin memberikan dampak positif bagi siswa untuk mendukung program bahasa serta memberikan hal positif juga bagi sekolah karena ketika kedatangan itu sekolah mengundang juga wartawan dari beberapa yang ada di Palembang untuk menggunggah ke media sosial bahkan ke televisi supaya dengan itu MTs ar-Rahman Palembang lebih mudah dikenal masyarakat sampai seluruh Indonesia.

## 2. Price (harga)

*Price* (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk.<sup>18</sup> Harga dalam konteks jasa pendidikan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen harga pendidikan dipertimbangkan mengenai penetapan harga SPP, inventasi bangunan, laboratorium dan lain-lain.

Harga merupakan biaya yang dikenakan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan. Adapaun uraian pembiayaan MTs ar-Rahman Palembang yaitu:

**Biaya Daftar Ulang (Awal Masuk Pondok) :**

**Uang Pangkal**

- MTs : Rp. 1.000.000,-
- MTs : Rp.6.500.000,-
- MA : Rp.7.500.000,-
- SMK : Rp.8.000.000,-

**Syahriyah (iuran bulanan)**

- MTs, MA, dan SMK
- Kelas Reguler: Rp. 800.000,-
- Kelas IT, Tahfiz: Rp.900.000,-
- Kelas Bahasa Rp.650.000,-

• Uang Pangkal mencakup sarana dan prasarana, seperti Kasur busa, Baju seragam, biaya kesehatan, biaya perpustakaan, listrik, air.

• Syahriyah (iuran bulanan) meliputi biaya pendidikan, seragam, makan dan air.

**PROGRAM MADRASAH**

Santriwan dan Santriwati diharuskan Hafal 30 Juz Al-Quran, memiliki Aqidah dan Manhaj yang lurus, beribadah sesuai tuntunan Nabi, dan ber-Akhlaq Mulia

**FASILITAS**

- Ruang kelas
- Asrama
- Masjid dan Mushola
- Air PDAM
- Tempat Edukasi untuk Halqaq Tahfiz Al-Quran
- Fasilitas Sanitari/Koperasi
- MCK/Toilet yang bersih
- Tempat Olahraga
- Laboratorium Komputer

**ALAMAT**

Jl. Tegak Binangun RT. 35 RW.10 Pajau Darat Palembang, Sumatera Selatan

**STAFF TENAGA PENGAJAR**

- Alumni Universitas Negeri Islam Palembang
- Alumni Universitas Sriwijaya
- Alumni Ma'had Tahfiz Al-Quran
- Alumni Pondok-pondok Pesantren Akhlaq Sunnah di dalam negeri
- Alumni Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta

**INFORMASI (TELEPON/WA)**

- 0853-84254-681
- 0821-7550-7331

**TES MASUK DILAKSANAKAN SECARA LANGSUNG**

Gambar 4.5 Brosur Pendaftaran Calon Siswa

Untuk masuk ke MTs ar-Rahman Palembang dikenakan biaya uang pangkal yang mencakup sarana dan prasarana seperti kasur busa, baju seragam, biaya kesehatan, biaya perpustakaan, listrik, air sebesar Rp. 6.500.000, kemudian ada juga biaya shahriyah (iuran bulanan) yang mencakup biaya pendidikan, asrama, makan dan air, namun disesuaikan

<sup>18</sup> Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi Keduabelas Jilid Satu*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 345



dengan kelas yang siswa pilih yaitu jika di kelas regular sebesar Rp. 800.000, kelas IT dan tahfidz sebesar Rp. 900.000, dan kelas bahasa sebesar Rp. 850.000.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang beliau mengatakan bahwa:

“Untuk biaya yang ada di MTs ini masih terjangkau bahkan siswa akan mendapatkan potongan uang makan apabila berprestasi ketika dalam kegiatan maupun perlombaan yang diadakan oleh sekolah maupun luar sekolah”<sup>19</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Arnensi selaku kepala TU, beliau mengatakan bahwa:

“Biaya yang diwajibkan oleh siswa tidak begitu memberatkan karena kami selaku guru selalu mengevaluasi biaya agar disesuaikan dengan pendapatan rata-rata wali siswa dan juga memberikan keringanan biaya bagi siswa berprestasi”<sup>20</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakakan bahwa:

“Benar adanya pemotongan biaya *SPP* bagi siswa berprestasi karena itu cara sekolah memberikan motivasi dan apresiasi agar terus semangat belajar dan memotivasi siswa lainnya untuk selalu meng-*upgrate skill* terus menerus”.<sup>21</sup>

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu atau bisnis, strategi harga

---

<sup>19</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023

<sup>20</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023

<sup>21</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023

yang terjangkau untuk semua kalangan dapat berpengaruh terhadap pemilihan sekolah.<sup>22</sup>

Berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa biaya yang diberikan oleh MTs ar-Rahman Palembang ini cukup terjangkau dikalangan masyarakat yang menengah. Walaupun terjangkau namun kualitas yang diberikan sangat bagus jadi tidak mengecewakan siswa maupun walinya. Selain itu siswa yang berprestasi juga diberi potongan uang *SPP* bagi mereka yang berprestasi. Biaya yang dibebankan ke siswa MTs ar-Rahman Palembang ini bisa diberikan potongan *SPP* apabila siswa mendapatkan prestasi dari luar sekolah maupun didalam sekolah karena dengan cara itu juga siswa dapat termotivasi untuk giat dalam belajar dan selalu berusaha maksimal dalam setiap kegiatan yang ada di MTs ar-Rahman Palembang dan membawa nama baik sampai terdengar ke masyarakat luar.

### **3. *Place* (Lokasi)**

Lokasi sekolah sedikit banyak menjadi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau akan menjadi daya tarik tersendiri. Lokasi sekolah yang berada di tengah keramaian akan mengganggu system belajar mengajar karena terganggu kebisingan terkecuali tata ruang setiap kelas difasilitasi ruang

---

<sup>22</sup> Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 157

kedap suara sehingga siswa maupun guru merasa nyaman melakukan kegiatan belajar mengajar tanpa kebisingan.<sup>23</sup>

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Lokasinya memang termasuk pelosok kampung namun demikian kami mempunyai tujuan bahwa sekolah ini tidak terganggu oleh kebisingan kendaraan dan masyarakat setempat yang biasanya menimbulkan gaduh atau ribut di jalanan”.<sup>24</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Arnensi selaku kepala TU MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk tempat atau lokasi MTs ar-Rahman ini memang benar adanya bahwa awal mulanya berasal dari wakaf majlis ta’lim yang ada di Palembang yang awalnya belum luas namun seiring berjalannya waktu tanah wakaf ini menjadi luas dan banyak fasilitas seperti sekarang”<sup>25</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“MTs ini sudah dalam lokasi yang tepat dengan cara menjauh dari kebisingan luar seperti kendaraan umum ataupun warga yang begitu ramai, gunanya agar para siswa bisa fokus belajar dan melakukan kegiatan dengan aman dan nyaman”.<sup>26</sup>

Untuk memperkuat hasil penelitian maka peneliti melakukan dokumentasi lokasi MTs ar-Rahman Palembang.

---

<sup>23</sup> Swasta Handoko, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), hlm. 80

<sup>24</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023

<sup>25</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023

<sup>26</sup> Dwi Putra Purnama, Waka Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 9 Mei 2023



Gambar 4.6 Lokasi MTs ar-Rahman Palembang

Lokasi strategis yang mudah dijangkau dari segala arah dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, juga kemudahan akses menuju sekolah merupakan faktor pendukung kenyamanan peserta didik, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah.<sup>27</sup>

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi sekolah ini jauh dari keramaian karena tanahnya adalah hasil wakaf seluas 2,5 hektar dan sekarang sudah sampai 12 hektar alasan jauh dari kota agar jauh dari kebisingan dan siswa bisa lebih fokus belajar dan tidak ada gangguan dari pihak manapun dan menyebabkan belajar menjadi maksimal dan seiring dengan perkembangan zaman ini, semua akses dibuat sendiri dan gotong royong dari masyarakat dan majlis zikir mmbuahkan hasil karya dalam lisan tapi berupa tindakan juga sehingga berdirilah madrasah ini.

#### **4. *Promotion* (Promosi)**

Promosi merupakan kegiatan memperkenalkan sekolah ke masyarakat luas sehingga membawa manfaat dan hasil dalam dunia

---

<sup>27</sup> Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm. 116

pemasaran.<sup>28</sup> Dengan adanya promosi, maka sekolah yang belum dikenal bisa dikenal masyarakat sekitar. Untuk pelaksanaan pemasaran yang dilakukan di MTs ar-Rahman Palembang yaitu dengan memasang *banner* di pinggir jalan, menyebarkan brosur, memasang iklan ke media sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk promosi ini kami selaku pendidik dan pengajar melakukan lewat media cetak dan masa karena dengan menimbang bahwa zaman sekarang para masyarakat lebih senang untuk mencari informasi lewat *online*”.<sup>29</sup>

Ditambah wawancara dengan guru MTs ar-Rahman Palembang yang merupakan salah satu tim penusun pemasaran pendidikan, beliau mengatakan bahwa:

“Para alumni juga dilibatkan dalam pemasaran pendidikan, karena mereka adalah hasil dari pendidikan MTs ini dan mereka kami beri amanah untuk menyebarkan informasi MTs kepada masyarakat, sehingga mereka membuat group dan didalamnya juga terdapat guru yang masih aktif mengajar di MTs ar-Rahman Palembang ini”.

<sup>30</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Promosi yang dilakukan MTs ini tidak lah sulit karena zaman sekarang banyak informasi yang dilakukan lewat online, namun

---

<sup>28</sup> David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 135

<sup>29</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 10 Mei 2023

<sup>30</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *wawancara*, Palembang, 10 Mei 2023

daripada itu kami tetap melakukan yang terbaik untuk sekolah ini agar siswa semakin banyak yang masuk ke sekolah kami”<sup>31</sup>

Informasi juga melalui para alumni yang dan sering diupload oleh media percetakan maupaun sosmed dan banyak juga dari kedutaan Jepang dari menteri dan pejabat sekaligus di liput media tanpa ada ikatan maupaun ketergantungan semacam kerjasama

Promosi yang dilakukan oleh MTs ar-Rahman Palembang ialah:

a. Periklanan

Iklan adalah media yang efektif guna menyebarkan pesan.<sup>32</sup> Karena adanya media sosial, pihak sekolah bisa memperkenalkan sekolahnya melauai internet dan siswa ataupun masyarakat luas pastinya sudah memiliki media sosial masing-masing, sehingga informasi yang disebarkan cepat untuk diketahui setiap orang.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas beliau mengatakan bahwa:

“Untuk mempermudah pemasaran MTs ar-Rahman kami melakukannya melauai iklan termasuk *banner*, *facebook*, serta *instagram* dan sosial media lainnya agar semua masyarakat seluruh Indonesia tau dan bisa mengecek kapan saja di sosial media”<sup>33</sup>

Berdasarkan hasil observasi bahwa MTs ar-Rahman Palembang mengiklankan sekolahannya dengan cara memasang iklan di *facebook*,

---

<sup>31</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 10 Mei 2023

<sup>32</sup> Rhenald Kasali, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti, 1995), hlm. 10

<sup>33</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 11 Mei 2023

instagram, dan juga *whatsapp*. Untuk yang melalui *whatsapp* ini semakin banyak masyarakat yang mempromosikan maka semakin banyak orang mengetahui informasi terbaru dari lembaga dan yang melalui instagram serta *facebook* itu didalamnya tertulis dan terpampang kegiatan ataupun hasil karya dari lembaga dan para siswa di MTs ar-Rahman Palembang.

Kemudian peneliti memperkuat penelitiannya dengan melakukan dokumentasi periklanan yaitu:



Gambar 4.7 Banner Informasi Pendaftaran Calon Siswa Baru

#### b. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat adalah profesi yang mengurus hubungan antara sesuatu unit dengan publiknya yang menentukan hidup unit itu.<sup>34</sup>

Berdasarkan observasi bahwa kegiatan yang berhubungan dengan

<sup>34</sup> Widjaja, HAW, *Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 102

masyarakat juga salah satu promosi, karena terlibatnya masyarakat atau orang luar dengan pihak sekolah.

Kegiatan yang bisa melibatkan orang luar seperti, kegiatan Isra' Mi'raj, wisuda tahfidz, Maulid Nabi, kunjungan ke radio dan sejenisnya. Selain itu adapun kegiatan lain yang berkaitan dengan sekolah, seperti acara masyarakat untuk rapat ataupun hal lainnya yang meminjam ruangan dari pihak sekolah. Dan juga pihak sekolah saling membutuhkan satu sama lain.

Promosi yang dilakukan melalui hubungan baik dengan masyarakat, maka bisa dengan mudah masyarakat tertarik dengan sekolah tersebut, karena masyarakat sudah memiliki kesan yang baik dengan sekolah.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Arnensi selaku kepala TU MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Selain kami melakukan pemasaran lewat sosial media, kami juga memiliki pendekatan dengan masyarakat melalui kegiatan keagamaan yang sengaja kami buat guna juga memberi informasi tentang MTs ar-Rahman Palembang dan dengan mudah tersebar kepada masyarakat”.<sup>35</sup>

Hubungan baik dengan masyarakat sekolah cukup baik, mereka saling membutuhkan satu sama lainnya. Sekolah butuh dengan masyarakat maupun sebaliknya. Hubungan baik seperti inilah yang dibutuhkan masyarakat,

---

<sup>35</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 12 Mei 2023



maka masyarakat juga memiliki kesan baik dengan sekolah maka hal ini sekolah dengan mudah memasarkan pendidikannya kepada masyarakat.

Peneliti juga melakukan dokumentasi guna menguatkan hasil penelitian di lapangan



Gambar 4.8 Kegiatan Isra' Mi'raj dilakukan Antara Siswa, Guru dan Masyarakat

### c. Peran Alumni

Alumni menurut kamus besar bahasa Indonesia (*KBBI*) adalah orang-orang yang telah mengikuti atau tamat dari suatu sekolah atau perguruan tinggi.<sup>36</sup> Alumni adalah Memasarkan pendidikan yang dilakukan dari mulut ke mulut juga dilakukan oleh MTs ar-Rahman Palembang. Jenis pemasaran yang satu ini dilakukan oleh sekolah dengan cara alumni dibuatkan suatu group dalam media sosial yang mana didalamnya terdapat alumni dan guru untuk saling menginformasikan perkembangan MTs ar-Rahman Palembang ini dan pula bahwa didalam group itu para alumni diberi amanah agar selalu menjaga nama baik almaternya dan selalu mengajak masyarakat sekitar untuk mndaftarkan anaknya ke

<sup>36</sup> Menurut *KBBI* (Kamus Besar Bahasa Indonesia)

sekolah ini dengan cara memberikan informasi yang terbaik dari sekolah itu.

Berdasarkan wawancara dengan kepala MTs ar-Rahman Palembang beliau mengatakan bahwa:

“Untuk memudahkan penyebaran informasi maka saya selaku kepala MTs memberikan edukasi kepada para alumni yang sudah bekerja maupaun lanjut belajar diperguruan tinggi agar menyebarkan informasi tentang MTs ar-Rahman Palembang dengan cara membuat group sosial media yang ada”.<sup>37</sup>



Gambar 4.9 Group Alumni di *Facebook*

Alumni sangat berperan penting juga dalam pemasaran ini karena mereka adalah salah satu hasil dari didikan sekolah yang mana mereka bukan hanya dididik dari segi lisan saja namun dituntut untuk mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari ketika berada dalam masyarakat dan dalam pergaulannya, mereka selalu diberi informasi oleh guru yang berada dalam satu group tersebut tentang pendaftarannya agar masyarakat tidak ketinggalan informasi.

<sup>37</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 13 Mei 2023

Faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan melalui media komunikasi, misalnya : koran, majalah, televisi, papan reklame, baliho, dan juga dapat memanfaatkan media sosial seperti instagram, *facebook*, *twitter* dan lain sebagainya. Adapun program yang sering diliput adalah ketika ada event, seperti mendapatkan prestasi, mengikuti lomba, mendapatkan penghargaan dan lain sebagainya. Selain itu, promosi juga dapat dilakukan melalui keterlibatan alumni yang senantiasa mempromosikan kepada masyarakat disekitarnya<sup>38</sup>

Berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi yang dilakukan oleh MTs ar-Rahman Palembang sudah meningkat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dikarenakan pemasaran pendidikan di sekolah sudah dilaksanakan pemasaran dengan baik dan semaksimal mungkin dan tanpa ada halangan suatu apapun karena sudah terkordinir dengan rapi oleh kepala MTs itu sendiri. dengan demikian, jumlah siswa dan minat siswa bertambah sehingga membeludaknya siswa yang daftar maka sekolah mengalami kekurangan kelas dalam proses belajar mengajar. Hal ini juga didukung oleh kepala MTs selalu mengundang media cetak maupun massa untuk menyebarkan lewat keahlian mereka masing-masing dan bahkan terkadang mengadakan seminar maupun wawancara dengan radio untuk lebih bisa memasarkan MTs ar-Rahman Palembang tersebut.

---

<sup>38</sup> Tim Dosen Adminitrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Cet, 1. Hlm. 343

## 5. *People (orang)*

Orang atau manusia menurut Ludwing Binswanger adalah makhluk yang mampu untuk mengada, suatu kesadaran bahwa dia ada dan mampu mempertahankan adanya di dunia.<sup>39</sup> Orang yang bergerak dalam pemasaran pendidikan di MTs ar-Rahman Palembang ialah seluruh warga sekolah. Tetapi untuk pemasarannya sendiri terdapat tim khusus yang dibentuk oleh pihak sekolah untuk menjalankan kegiatan pemasaran pendidikan. Hal ini ditunjang oleh hasil wawancara.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk pemasaran itu sendiri kami memiliki tim khusus yang didalamnya berfokus pada pemberian informasi mengenai pendaftaran maupaun kegiatan yang sudah disusun secara matang dan terkordinir, terutama guru yang memiliki keahlian di bidang *IT*, karena guru juga yang menjadi admin di setiap media sosial milik MTs ar-Rahman Palembang ini”.<sup>40</sup>

Hal ini juga sama dengan hasil wawancara dengan bapak Arnensi selaku kepala TU MTs ar-Rahman Palembang yang sekaligus bertugas disalah satu tim itu sendiri, beliau mengatakan bahwa:

“Kami memiliki tim khusus yang hanya berfokus pada penyebaran informasi kegiatan maupaun pendaftaran yang berkaitan dengan MTs ar-Rahman Palembang ini, yang mana kami juga menjadi pemegang semua akun sosial media yang ada di MTs ini”.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Bagus Takwin, *Psikologi Naratif Membaca Manusia Sebagai Kisah*, (Yogyakarta: Yudisthira, 2007), hlm. 4

<sup>40</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang 12 Mei 2023

<sup>41</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 13 Mei 2023

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Sekolah telah menunjuk guru yang berfokus dalam pemasaran pendidikan yang mana mereka adalah para ahli di bidang masing-masing yang berkenaan dengan pemasaran sekaligus penyusun promosi yang baik dan benar agar banyak meraiik siswa yang akan mendaftar ke MTs ar-Rahman Palembang”.<sup>42</sup>

Berdasarkan hasil observasi bahwa sekolah memiliki tenaga pendidik dan juga kependidikan yang melayani sesuai dengan tugas mereka masing-masing. Untuk tenaga pendidik ialah melakukan pembelajaran di kelas dan untuk tenaga kependidikannya sendiri bertugas melakukan pelayanan terhadap konsumen, baik merancang kegiatan maupun hal lainnya.

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh MTs ar-Rahman Palembang sudah cukup berkualitas karena dilihat dari posisi dan mata pelajaran telah sesuai dengan bidangnya masing-masing, sehingga kualitas yang dimiliki para guru tidak diragukan lagi.

Pemasaran yang dilakukan oleh seluruh warga sekolah tetapi memang tugas dan tanggung jawab kepala sekolah untuk mengontrol dan selalu memperhatikan hal ini, karena pemasaran pendidikan sangat penting untuk berkelanjutan pendidikan.

Untuk memeperkuat penelitian maka peneliti melakukan dokumentasi di lapangan.

---

<sup>42</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 13 Mei 2023



Gambar 4.10 Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan MTs ar-Rahman Palembang

Untuk mewujudkan sumber daya manusia di lingkungan sekolah yang profesional, diperlukan sistem rekrutmen yang profesional, selain guru yang berkualitas dan ramah, karyawan dan tenaga administrasi juga diharapkan memiliki kehandalan dan keramahan dalam mengerjakan semua tugas.<sup>43</sup>

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi diatas bahwa pelaksanaan yang menyeleksi sumber daya manusia dengan artian sumber daya manusia yang akan bekerja di sekolahnya, mereka melakukan pengorganisasian karyawan yang sudah selesai dengan kemampuan mereka masing-masing dan dilihat dari bidang-bidang kejurusan yang mereka ambil di strata satu. Jadi dalam mengajar para guru sudah mengetahui bidang-bidangnya, sehingga tidak perlu lagi khawatir dengan pembelajarannya.

## 6. *Process (Proses)*

Menurut Imam Machali proses adalah prosedur atau mekanisme

---

<sup>43</sup> Yoyon BahtiarIrianti & Eka Prihatin, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 349

dalam rangkaian aktivitas untuk menyampaikan jasa dari produsen ke konsumen.<sup>44</sup> Dalam konteks jasa pendidikan proses adalah proses pendidikan yang mendukung terselenggaranya proses kegiatan belajar mengajar guna terbentuknya produk/lulusan yang diinginkan.

Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Proses belajar mengajar di MTs ar-Rahman Palembang merupakan yang terbaik karena kami selain menggunakan kurikulum kementerian agama kami juga melakukan kurikulum merdeka dan juga kepondokan menjadi daya tarik tersendiri bagi siswa”.<sup>45</sup>

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara dengan bapak Arnensi selaku kepala TU, beliau mengatakan bahwa:

“Setiap guru mengajarkan dengan cara mereka masing-masing, ada yang menggunakan metode ceramah dan ada pula menggunakan metode tanya jawab, namun rata-rata guru menggunakan metode ceramah”.<sup>46</sup>

Dan juga peneliti melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk menarik daya tarik siswa maka kami membuat kurikulum sesuai dengan perkembangan zamana dan juga kebutuhan masyarakat sekitar, maka dari itu menjadikan perbedaan dengan MTs lainnya yang ada di Palembang ini”.<sup>47</sup>

Berdasarkan hasil observasi bahwa, proses belajar mengajar dilakukan setiap hari sabtu sampai hari kamis pagi pukul 07:00 WIB.

---

<sup>44</sup> Afidatul Hasanah, *Jasa Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden* Jurnal El-tarbawi vol 8, Nomor 2,2015, hlm. 177

<sup>45</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 14 Mei 2023

<sup>46</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 14 Mei 2023

<sup>47</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, 14 Mei 2023

Kurikulum yang digunakan adalah kurikulum kepondokan dan kurikulum merdeka sesuai dengan keputusan kementerian agama. Namun setiap melakukan pendaftaran di MTs ar-Rahman Palembang ini calon siswa dites bata tulis al-Qur'an yang diadakan oleh sekolah. MTs ar-Rahman Palembang menggunakan metode pembelajaran dengan dengan cara ceramah, yang mana metode ini digunakan dengan cara guru menjelaskan tentang pembelajaran dengankan siswa menyimak pembelajaran yang guru jelaskan. Selain metode ceramah guru juga menggunakan metode tanya jawab, yang mana guru memebrikan pertanyaan kepada sisiwanya, dan siswa menjawab pertanyaan dari guru tersebut.

Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh MTs ar-Rahman Palembang tentang proses pelayanan yang diberikan sekolah ialah sangat bagus bagi siswa dan calon siswa. Dengan ini bisa membuat konsumen merasa puas dan yakin serta nyaman, oleh karena itu, jika konsumen dilayani dengan baik maka konsumen akan senang denga pelayanan yang diberikan. Prestasi yang dimiliki sekolah MTs ar-Rahman Palembang lebih kepada prestasi agama, seperti memenangkan lomba ceramah, lomba mengaji dan perlombaan keagamaan lainnya.



Untuk memperkuat hasil penelitian maka peneliti juga melakukan dokumentasi di lapangan.



Gambar 4.11 Guru Rapat Mempersiapkan Pemasaran Pendidikan

Dalam lembaga pendidikan ialah proses belajar mengajar, dari guru kepada peserta didik, serta pengajaran yang diberikan oleh guru cukup bermutu, atau bagaimana penampilan dan penguasaan bahan, dan lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat menunjang keberhasilan pemasaran dan pemuasan.<sup>48</sup>

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi diatas dapat disimpulkan bahwa proses dalam penyusunan pemasaran telah dibentuk tim yang baik dengan keahlian di bidang masing-masing. Maka dari itu, pemasaran berjalan dengan baik sesuai dengan target dan rencana dengan tujuan meningkatkan pemasaran pendidikan.

---

<sup>48</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakrya Offset, 2003), Cet, 3, hlm. 331

## 7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

*Physical Evidence* (bukti fisik) adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya.<sup>49</sup> Terdapat dua macam bukti fisik yakni, pertama merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak gedung seperti kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga dan lain-lain. Kedua, bukti pendukung merupakan nilai tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berdiri sendiri dan memiliki peran yang sangat penting dalam proses jasa seperti *raport*, catatan siswa dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs ar-Rahman Palembang beliau mengatakan bahwa:

“Gedung yang dimiliki oleh MTs ini untuk kelas belajarnya ada 12 ruangan dan ada ruang laboratorium bahasa dan komputer, sistem belajar mengajarnya antara siswa dan siswi dipisah karena menggunakan basis pesantren”.<sup>50</sup>

Ditambah dengan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Gedung MTs ar-Rahman Palembang membangun kelas sesuai dengan kebutuhan siswa karena terkadang kuota yang didapat melebihi dugaan kami, oleh karena itu pembangunna selalu dilakukan tiap tahun untuk memaksimalkan kegiatan belajar mengajar di kelas”<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Ratih Huriyati, *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung:Alfabetha, 2010), hlm. 87

<sup>50</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 14 Mei 2023

<sup>51</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 14 Mei 2023

Bukti fisik adalah fisik yang mendukung proses pemasaran dalam mempengaruhi konsumen, fasilitas yang nyaman merupakan salah satu pemasaran yang cukup menarik.

a. *Outdoor*

Berdasarkan observasi terdapat lapangan voli, basket, bulutangkis, tenis meja. Dibat demikian rupa oleh kepala MTs karena keadaan lokasi yang kurang luas dan mempermudah bagi siswa maupun guru untuk belajar mengajar di depan halaman sekolah.



Gambar. 4.12 Siswa Sedang Belajar di Ruang Kelas

b. *Indor*

Berdasarkan observasi yang dilakukan MTs ar-Rahman Palembang memiliki masjid yang dibuat nyaman akan membuat siswa tidak bermalas-malasan untuk melaksanakan sholat ataupun ibadah dengan senyamnnya. Ukuran yang dimiliki masjid itu sangat luas dan tempat wudhu juga banyak agar tidak mengantri terlalu lama. Selain

masjid banyak lagi ruangan yang dimiliki oleh MTs ar-Rahman Palembang seperti, ruang kelas, ruang kantor, ruang tata usaha, laboratorium komputer, laboratorium bahasa, dan asrama.

Tata letak gedung yang dimiliki oleh MTs ar-Rahman Palembang sangat bagus, Karena dari pintu masuk terdapat tempat parkir yang luas dan juga lapangan olahraga. Untuk ruangan kelas disusun sejajar dan berhadapan. Disamping ada masjid yang terletak didalam sekolah MTs ar-Rahman Palembang.

Untuk memperkuat dalam peneltian maka peneliti melakukan dokumentasi ketika di lapangan dengan hasil.



Gambar. 4.13 Siswa Melakukan Kegiatan Depan Ruang Kelas

Sarana pembelajaran yang memadai merupakan salah satu faktor yang sangat membantu dalam proses pembelajaran, penggunaan teknologi dalam menjelaskan materi pembelajaran kepada peserta didik juga menjadi penawaran yang menarik dalam memilih sekolah, serta kenyamanan siswa belajar karena gedung dan ruang kelas yang bersih dan

didukung oleh sarana pembelajaran yang modern sehingga memudahkan siswa memahami materi pembelajaran.<sup>52</sup>

Berdasarkan hasil observasi, wawancara serta dokumentasi diatas bahwa fasilitas yang menarik dapat membuat para siswa merasa nyaman dan menarik serta didukung dengan taman yang indah maka membuat mata segar ketika memandangnya. Di taman juga terdapat tempat duduk yang nyaman sehingga membuat pengunjung betah. Selain fasilitas gedung yang baik dan memadai maka disediakan juga oleh pihak sekolah untuk memenuhi kebutuhan siswa dalam menempuh pendidikan di MTs ar-Rahman Palembang ini.

## **B. Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di MTs ar-Rahman Palembang**

### **1. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung ialah hal-hal yang bisa mempermudah dan juga mendorong dalam pelaksanaan pemasaran pendidikan. Faktor pendukungnya yaitu:

#### **a. Mempunyai Tim Yang Profesional**

Dalam pemasaran pendidikan tentunya suatu lembaga pendidikan harus memiliki tim yang mampu bertugas khusus untuk mempromosikan pendidikan yang ada dan semua itu harus dilakukan

---

<sup>52</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 1, edisi 13*, (Yogyakarta: Erlangga, 2011), hlm. 53

pada orang yang sudah terlatih bahkan tergolong profesional untuk memaksimalkan kinerja dan hasil yang memuaskan bagi konsumen dan juga bagi guru maupun *kordinator* pusatnya yaitu kepala sekolah itu sendiri, tim khusus ini ditugaskan oleh kepala sekolah untuk menjadi pemegang akun atau menjadi admin seluruh sosial media yang ada di MTs ini agar bisa maksimal kerjanya mereka juga selalu dilatih agar tidak ketinggalan zaman dalam pemakaian teknologi sesuai dengan perkembangan zaman yang seperti sekarang ini serba membutuhkan digital, laptop maupun *smartphone* yang biasa digunakan oleh masyarakat setempat untuk mengakses semua informasi apa saja dan dimana saja.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs, beliau mengatakan bahwa:

“Saya selaku kepala sekolah membentuk tim penyusun pemasaran pendidikan agar berjalan dengan baik dan menunjuk para guru yang berpengalaman di bidang pemasaran pendidikan maupun yang lebih paham tentang seluruh MTs ini, dan saya selalu mengevaluasi mereka agar selalu meningkatkan kinerja para tim”.<sup>53</sup>

Dikuatkan dengan hasil wawancara oleh bapak Arnensi selaku kepala TU yang merupakan salah satu anggota tim khusus penyusunan pemasaran pendidikan, beliau mengatakan bahwa:

“Iya kami memang diberi amanah sebagai tim khusus untuk bisa fokus pada pemasaran pendidikan di sekolah ini guna untuk menyebarkan kegiatan maupun pendaftaran yang dilakukan oleh

---

<sup>53</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 13 Mei 2023

sekolah kami, dan selalu dievaluasi oleh kepala sekolah kami agar menghasilkan kinerja yang memuaskan konsumen”<sup>54</sup>

Kemudian peneliti melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Dalam melakukan pemasaran pendidikan di sini maka kepala sekolah membentuk sebuah tim khusus yang profesional, sehingga memaksimalkan hasil dan juga sesuai dengan rencana di awal pembentukan serta sesuai dengan visi misi sekolah”.<sup>55</sup>

Peningkatan kualitas tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yaitu melalui seminar dan pelatihan yang terus dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan Lembaga Pendidikan dan demi kemajuan sekolah.<sup>56</sup>

Berdasarkan wawancara, dan observasi maka sudah jelas memang MTs ar-Rahman Palembang selalu mempersiapkan guru dengan matang tentang persiapan hingga selesainya pelaksanaan pemasaran di sekolah dengan cara awal yaitu mendidik para guru yang baik dalam Pendidikan serta kerjasama tim sangatlah diperlukan bahkan masuk kategori penting, karena lancarnya suatu kegiatan atau rencana itu tergantung kelompok penyusunnya tersebut.

#### **b. Biaya Sekolah Yang Terjangkau**

Biaya merupakan hal sangat sensitif bagi konsumen. Biaya bisa membuat konsumen memilih-milih biaya yang lebih murah dan

---

<sup>54</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 15 Mei 2023

<sup>55</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 15 Mei 2023

<sup>56</sup> Muhammad Rifa'i, *Manajemen Peserta Didik: Pengelolaan Peserta Didik Untuk Efektivitas Pembelajaran* (Medan: CV Widya Puspita, 2018) hlm. 12.

berkualitas yang bagus. Kedua hal itu menjadi alasan konsumen harus memilih sekolah tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Sahrizal selaku kepala MTs beliau mengatakan bahwa:

“Untuk pendidikannya tanpa dipugut biaya apapun, jadi mereka hanya membayar uang makan saja namun daripada itu mereka akan mendapatkan potongan uang tersebut bagi yang berprestasi”<sup>57</sup>

Dan dikuatkan dengan wawancara oleh bapak Arnensi selaku kepala TU, beliau mengatakan bahwa:

“Biaya masuk MTs ini tidak begitu besar bahkan cenderung sesuai dengan penghasilan umum masyarakat setempat karena sekolah merupakan tempat pengemblengan siswa maka kami ingin siswa masuk dengan keringanan biaya dan dengan semangat untuk menuntut ilmu”<sup>58</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Iya benar bahwa di MTs ini mengenai biayanya sangat terjangkau karena kami mengutamakan kualitas pendidikannya bukan kualitas bangunannya”.<sup>59</sup>

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran karena harga menentukan pendapatan dari suatu atau bisnis, strategi harga

---

<sup>57</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 16 Mei 2023

<sup>58</sup> Arnensi, Kepala Tata Usaha MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 15 Mei 2023

<sup>59</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 15 Mei 2023



yang terjangkau untuk semua kalangan dapat berpengaruh terhadap pemilihan sekolah<sup>60</sup>

Berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi bahwa biaya yang diberikan oleh MTs ar-Rahman Palembang ini cukup terjangkau dikalangan masyarakat yang menengah. Walaupun terjangkau namun kualitas yang diberikan sangat bagus jadi tidak mengecewakan siswa maupun walinya. Selain itu siswa yang berprestasi juga diberi potongan uang *SPP* bagi mereka yang berprestasi.

### c. Tenaga Pendidik Yang Berkualitas

Tenaga pendidik ialah yang mengajar juga mendidik siswa-siswi, tenaga pendidik yang berkualitas sangat diperlukan bagi sekolah untuk mendorong proses berlangsungnya belajar mengajar di kelas. Berdasarkan observasi bahwa tenaga pendidik yang dimiliki oleh MTs ar-Rahman Palembang sudah cukup bagus. Hal ini dilihat dari data-data tenaga pendidik yang sudah sesuai dengan mata pelajaran masing-masing.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Dwi Putra Purnama selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa:

“Guru yang ada di MTs ar-Rahman Palembang ini merupakan guru terbaik yang sebagian besar memiliki gelar sarjana dan banyak pengalaman dari segi mendidik dan mengajar, bahkan ada yang menjadi dosen maupun pegawai negeri dan dinas”<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> *Ibid*, hlm 32

<sup>61</sup> Dwi Putra Purnama, WAKA Humas MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang 16 Mei 2023

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi diatas, bahwa kualitas tenaga pendidik dan tenaga kependidikan tidak diragukan lagi keilmuannya, dilihat dari kesesuaian jurusan yang mereka miliki, hampir merata mereka memiliki gelar sarjana.

## **2. Faktor Penghambat**

Faktor penghambat merupakan hal yang menghambat pelaksanaan pemasaran pendidikan yang dilakukan tidak berjalan dengan lancar, faktor tersebut adalah :

### **a. Kurangnya Ruang Belajar/ Kelas**

Berdasarkan hasil observasi bahwa ruang belajar yang digunakan oleh MTs ar-Rahman Palembang ini masih kurang karena hambatan dari segi dana maupun kesempatan untuk membangun belum ada waktu yang tepat sehingga menghambat atau memperlambat pembangunan yang ada dikarenakan terhambat oleh kegiatan lain maupun aktivitas kegiatan yang ada di MTs ar-Rahman Palembang ini.

Berdasarkan wawancara bapak Arnensi selaku kepala TU MTs ar-Rahman Palembang, beliau mengatakan bahwa:

“Sekolah kami memang kekurangan ruang belajar karena banyaknya siswa yang mendaftar tiap tahunnya selalu di luar dugaan para guru, namun demikian kami selaku guru menggunakan fasilitas yang ada seperti teras masjid dan taman yang sejuk”<sup>62</sup>

Kemudian bapak Sahrizal selaku kepala MTs menambahkan dalam wawancaranya, beliau mengatakan bahwa:

---

<sup>62</sup> Arnensi, kepala Tata Usaha ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 17 Mei 2023

“Iya benar bahwa sekolah kami kekurangan kelas untuk belajar di dalam ruangan, itu diakibatkan membengkaknya jumlah siswa yang mendaftar setiap tahunnya, sehingga kami sedikit kesusahan dalam pembangunan Gedung”<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi maka jelas bahwa kekurangan ruang belajar ini bermula dari menambahkan siswa dari tahun ke tahun yang selalu di luar dugaan dan mengakibatkan mereka harus belajar dengan menggunakan fasilitas yang ada namun tetap dalam kondisi bagus dan nyaman, seperti taman, masjid, lapangan, bawah pohon dan tempat sejuk lainnya, namun dari pada itu guru sekolah dengan wali siswa sudah melakukan kordinasi berupa kesepakatan bahwa nantinya akan tetap diusahakan ruang belajar yang permanen sehingga siswa tidak lagi kebingungan atau kesusahan untuk belajar di tempat yang layak.

---

<sup>63</sup> Sahrizal, Kepala MTs ar-Rahman Palembang, *Wawancara*, Palembang, 14 Mei 2023