



The Implementation of Educational Service Marketing (A Case Study at MAN 1 OKU Selatan)

Sahniarti*¹, Ahmad Zainuri², Zainal Berlian³

*sahniar2@gmail.com

^{1,2,3} UIN Raden Fatah, Palembang, Indonesia

ABSTRACT

This article discusses the educational service marketing strategy implemented by MAN 1 OKU Selatan as an effort to strengthen the image and appeal of the madrasah amidst the competition in the education sector. The madrasah promotes flagship programs such as Tahfiz, Tilawah, Digital Class, as well as academic and non-academic achievements that have reached provincial level. The research was conducted using a case study method with interviews, direct observation, and document analysis. The findings show that the marketing strategy, which focuses on promoting flagship programs, publishing achievements through social media, and offering diverse extracurricular activities such as sports, arts, and student organizations, significantly helps attract public interest. The use of digital media and good relationships with the community are key factors supporting marketing success. These results indicate the importance of an integrated approach in marketing educational services. As a recommendation, optimizing digital media and strengthening networks with alumni can further enhance the madrasah's competitiveness.

Keywords: Extracurricular Activities, Marketing, Flagship Programs

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan pendidikan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna menarik minat siswa dan masyarakat. Hal ini tidak hanya berlaku untuk sekolah umum, tetapi juga untuk madrasah sebagai lembaga pendidikan berbasis agama. Pemasaran jasa pendidikan menjadi elemen penting untuk membangun citra lembaga yang kredibel sekaligus meningkatkan daya tariknya. Sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kekuatan dalam aspek religius, madrasah perlu mengembangkan strategi pemasaran yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat akan pendidikan berkualitas, baik dalam aspek keagamaan maupun akademik (Kotler, 2012).

MAN 1 OKU Selatan, sebagai salah satu madrasah unggulan, telah berhasil memanfaatkan strategi pemasaran dengan mempromosikan program-program unggulan. Program seperti Tahfiz, Tilawah, dan Kelas Digital menjadi andalan dalam menarik siswa baru, khususnya mereka yang memiliki minat di bidang agama dan teknologi. Dalam dunia yang semakin terdigitalisasi, penyediaan kelas digital juga menjadi daya tarik tersendiri bagi calon siswa yang ingin memadukan pendidikan agama dengan kemampuan teknologi informasi. Selain itu, berbagai prestasi yang diraih oleh siswa madrasah ini di bidang akademik dan non-akademik hingga tingkat provinsi semakin memperkuat citra positif MAN 1 OKU Selatan di mata masyarakat (Gunawan, 2021).

Keberhasilan madrasah ini dalam mempromosikan program-program unggulannya tidak hanya terletak pada kualitas pendidikan yang diberikan, tetapi juga pada upaya mereka dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan karakter siswa. Kegiatan ekstrakurikuler yang beragam, seperti olahraga, seni, dan organisasi siswa, turut menjadi daya tarik bagi calon siswa. Dengan memberikan ruang untuk pengembangan bakat di luar aspek akademik, MAN 1 OKU Selatan berhasil membentuk pribadi siswa yang lebih holistik. Keseimbangan antara pendidikan agama, akademik, dan kegiatan ekstrakurikuler ini menjadi strategi yang efektif dalam menarik minat siswa dari berbagai latar belakang (Utomo & Anwar, 2019; Widodo, 2018).

Namun, meskipun telah mencapai berbagai prestasi, tantangan dalam mempertahankan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan jumlah pendaftar tetap menjadi perhatian utama. Di tengah persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan, tidak cukup hanya dengan menawarkan program-program unggulan. Madrasah juga harus senantiasa berinovasi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan orang tua, serta menunjukkan bahwa mereka mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Misalnya, dengan meningkatkan pemanfaatan teknologi dalam proses pembelajaran atau dengan memperkuat branding melalui media sosial dan website madrasah yang lebih interaktif (Wirtz & Lovelock, 2021).

Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai strategi pemasaran yang telah diterapkan untuk memahami keberhasilan, kendala, dan peluang pengembangan di masa depan. Hal ini akan membantu MAN 1 OKU Selatan untuk lebih memahami keunggulan dan kekurangan dalam pendekatan yang telah dilakukan, serta memberikan gambaran tentang langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk memperkuat posisi mereka di pasar pendidikan. Analisis yang mendalam ini juga akan membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut, baik dalam hal peningkatan kualitas pendidikan, pengembangan sumber daya manusia, maupun dalam hal pengelolaan program pemasaran yang lebih efektif (Hastuti, 2020; Mulyasa, 2011).

Dalam konteks ini, studi tentang pemasaran jasa pendidikan di madrasah seperti MAN 1 OKU Selatan sangat penting untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana madrasah dapat terus bersaing dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Pendidikan berbasis agama, terutama yang mengintegrasikan aspek keagamaan dengan teknologi, merupakan kebutuhan yang semakin relevan di era digital ini. Oleh karena itu, madrasah harus mampu memanfaatkan peluang ini untuk mengembangkan program yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan kebutuhan zaman (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018).

Ke depan, penting bagi MAN 1 OKU Selatan untuk memperkuat komunikasi dengan masyarakat dan orang tua melalui berbagai saluran informasi yang lebih modern dan interaktif. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan dapat menjadi lebih efektif dan mampu menjangkau lebih banyak calon siswa. Selain itu, evaluasi berkelanjutan terhadap implementasi program-program unggulan dan kegiatan ekstrakurikuler akan semakin memastikan bahwa madrasah ini tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga terus berkembang di tengah persaingan yang semakin sengit dalam dunia pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 OKU Selatan secara mendalam. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah pada eksplorasi strategi pemasaran, dampaknya terhadap citra lembaga, dan kontribusi program unggulan, prestasi, serta kegiatan ekstrakurikuler. Penelitian ini bersifat deskriptif, bertujuan untuk menggambarkan secara rinci penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 OKU Selatan, termasuk program unggulan, prestasi siswa, dan kegiatan ekstrakurikuler, serta pengaruhnya terhadap daya tarik dan citra

lembaga di masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, akan dipaparkan hasil dari penelitian mengenai pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan di MAN 1 OKU Selatan, yang difokuskan pada cara sekolah mempromosikan dirinya, program unggulan yang ditawarkan, serta pencapaian akademik dan non-akademik yang menjadi daya tarik bagi calon siswa dan orang tua. Pembahasan akan menghubungkan hasil yang diperoleh dengan konsep-konsep pemasaran pendidikan serta tantangan yang dihadapi sekolah.

Strategi Pemasaran Program Unggulan

MAN 1 OKU Selatan memanfaatkan beberapa program unggulan untuk mempromosikan diri dan menarik perhatian calon siswa. Beberapa program unggulan yang sering disoroti dalam materi promosi sekolah adalah:

Tahfizd Qur'an

Program ini menjadi salah satu daya tarik utama bagi orang tua yang menginginkan pendidikan agama yang kuat untuk anak-anak mereka. Program tahfizd Qur'an menargetkan penghafalan Al-Qur'an secara komprehensif dengan waktu yang terstruktur. Penelitian menunjukkan bahwa promosi mengenai program tahfizd Qur'an sering kali disampaikan dalam brosur, materi iklan, dan presentasi kepada orang tua dan calon siswa. Program ini dianggap sebagai nilai tambah yang membedakan MAN 1 OKU Selatan dari sekolah lainnya. Program ini sering menjadi *highlight* dalam acara-acara promosi seperti open house dan seminar pendidikan.

Tilawah Qur'an

Selain tahfizd, MAN 1 OKU Selatan juga menekankan pada pentingnya tilawah Qur'an. Di sekolah ini, siswa diberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar, mengikuti berbagai lomba tilawah, dan mendalami seni membaca Al-Qur'an. Program tilawah Qur'an juga dijadikan bagian penting dalam materi promosi. Dalam wawancara dengan staf sekolah, dijelaskan bahwa pelatihan tilawah Qur'an di MAN 1 OKU Selatan dirancang untuk mendukung pengembangan spiritual siswa, yang menjadi daya tarik utama bagi orang tua yang menginginkan pendidikan yang berimbang antara akademik dan agama.

Kelas Digital

Seiring dengan perkembangan teknologi, MAN 1 OKU Selatan juga memperkenalkan kelas digital yang bertujuan untuk mempersiapkan siswa menghadapi tantangan era digital. Program ini mencakup pembelajaran berbasis teknologi informasi, pengenalan perangkat lunak pendidikan, serta pelatihan dalam menggunakan teknologi untuk mendukung proses pembelajaran. Kelas digital menjadi salah satu keunggulan yang semakin banyak dibicarakan di kalangan masyarakat sekitar. Promosi terkait kelas digital ini dilakukan dengan menampilkan contoh kegiatan pembelajaran yang memanfaatkan teknologi di media sosial, serta mengadakan demo atau workshop untuk calon siswa dan orang tua.

Prestasi Akademik dan Non-Akademik

MAN 1 OKU Selatan juga memanfaatkan prestasi yang telah diraih oleh sekolah dalam bidang akademik dan non-akademik sebagai bahan promosi.

Prestasi Akademik

Dalam bidang akademik, MAN 1 OKU Selatan memiliki reputasi yang baik, dengan banyak siswa yang berhasil mencapai nilai tinggi dalam ujian nasional dan berhasil melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi ternama. Hal ini sering dipromosikan dalam kegiatan sosialisasi dan pameran pendidikan. Data yang diperoleh melalui wawancara menunjukkan bahwa keberhasilan akademik ini sering kali menjadi poin utama yang diangkat

dalam brosur dan materi presentasi. Prestasi dalam ujian nasional dan peringkat tinggi di antara sekolah-sekolah sejenis menjadi bagian dari citra positif yang dipromosikan untuk menarik minat orang tua calon siswa.

Prestasi Non-Akademik

Selain di bidang akademik, MAN 1 OKU Selatan juga mencatatkan banyak prestasi dalam berbagai lomba non-akademik, seperti olahraga, seni, dan berbagai kompetisi keagamaan. Ini termasuk prestasi dalam pencak silat, musik, lomba pidato, dan festival seni islami. Program ekstrakurikuler yang beragam ini menjadi daya tarik utama bagi calon siswa yang tidak hanya tertarik pada prestasi akademik, tetapi juga pada pengembangan keterampilan lainnya. MAN 1 OKU Selatan mempromosikan keberagaman kegiatan ekstrakurikuler ini sebagai bagian dari pendekatan holistik dalam mendidik siswa, yang dapat dilihat pada berbagai acara promosi seperti pameran pendidikan, video promosi di media sosial, dan kegiatan di luar sekolah.

Program Ekstrakurikuler di MAN 1 OKU Selatan

Salah satu aspek yang menonjol dalam pemasaran MAN 1 OKU Selatan adalah beragamnya kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan kepada siswa. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan akademik tetapi juga pada pengembangan karakter dan keterampilan lainnya. Adapun ekstrakurikuler di MAN 1 OKU Selatan yaitu: pencak silat, Pramuka, dan organisasi siswa.

Pencak silat adalah salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang sering dipromosikan adalah pencak silat, yang menjadi kebanggaan sekolah. Banyak siswa yang berhasil meraih prestasi di tingkat kabupaten, provinsi, dan bahkan nasional. Selanjutnya Pramuka, memiliki tempat penting dalam kegiatan ekstrakurikuler di MAN 1 OKU Selatan. Pramuka tidak hanya mengajarkan keterampilan dasar, tetapi juga kepemimpinan, disiplin, dan kerja sama. Selain itu, organisasi siswa seperti OSIS juga turut ditekankan dalam materi promosi. Kegiatan organisasi ini memungkinkan siswa untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan dan organisasi yang penting dalam kehidupan mereka.

Jadi, ekstrakurikuler yang beragam ini dijadikan sebagai salah satu alasan utama bagi orang tua yang ingin anak-anak mereka tidak hanya berprestasi dalam bidang akademik tetapi juga memiliki keterampilan hidup yang luas. Semua kegiatan ekstrakurikuler ini dipromosikan melalui materi iklan, video, dan testimoni dari alumni yang pernah terlibat aktif dalam kegiatan ini.

Tantangan dan Strategi Pemasaran yang Dihadapi

Berdasarkan wawancara dengan kepala sekolah dan staf pemasaran, beberapa tantangan yang dihadapi oleh MAN 1 OKU Selatan dalam melaksanakan pemasaran jasa pendidikan ini adalah persaingan dengan sekolah lain dan pemasaran digital. Persaingan dengan sekolah lain terkait banyaknya pilihan sekolah di wilayah tersebut menjadi tantangan utama. MAN 1 OKU Selatan harus berusaha keras untuk menonjolkan keunggulannya dibandingkan dengan sekolah lain. Sedangkan pemasaran digital, meskipun MAN 1 OKU Selatan telah memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan program-program unggulannya, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran masih perlu diperkuat, khususnya dalam hal pembuatan konten yang lebih kreatif dan interaktif.

Berdasarkan tantangan yang ada maka strategi untuk mengatasi tantangan ini, MAN 1 OKU Selatan terus meningkatkan kualitas promosi melalui media sosial dengan lebih sering membagikan keberhasilan siswa, program unggulan, serta testimoni dari orang tua dan alumni yang puas dengan pendidikan di sekolah tersebut. Penekanan pada prestasi akademik dan non-akademik menjadi salah satu strategi yang efektif dalam menarik perhatian calon siswa.

KESIMPULAN

MAN 1 OKU Selatan memanfaatkan beberapa program unggulan seperti tahfiz Qur'an, tilawah Qur'an, dan kelas digital, serta mencatatkan prestasi akademik dan non-akademik sebagai strategi utama dalam memasarkan diri. Program-program unggulan ini dipromosikan secara intensif melalui berbagai saluran media, baik secara online maupun offline. Selain itu, kegiatan ekstrakurikuler yang beragam juga menjadi nilai tambah yang memperkaya pengalaman belajar siswa di MAN 1 OKU Selatan. Namun, tantangan dari persaingan dengan sekolah lain dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran harus menjadi perhatian utama untuk memperkuat citra sekolah di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2012). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Gunawan, A. (2021). Peran Media Digital dalam Pemasaran Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2), 134-145.
- Hastuti, E. (2020). Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Berbasis Agama*, 12(1), 45-59.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson Education International, 817.
- Mulyasa, E. (2011). *Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi, dan Implementasi* (Cet. 13). Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana, E. (2019). Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. In *Komunikasi dalam sebuah organisasi*.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Cet. Ke-1). Alfabeta.
- Utomo, S., & Anwar, M. (2019). Keberagaman Kegiatan Ekstrakurikuler dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 24(3), 178-189.
- Widodo, H. (2018). Pendidikan Karakter melalui Kegiatan Ekstrakurikuler. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 10(1), 75-88.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing People, Technology, Strategy, Ninth Edition*. In *Services Marketing: People, Technology, Strategy, Ninth Edition*. <https://doi.org/10.1142/y0024>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 6th Edition. *The Service Industries Journal*, 21(1).