



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 6741-6754

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan Di MTS An- Nuur Palembang

Arif Purnawan^{1✉}, Mardiah Astuti², Dian Syafitri³

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email : arifpurnawan0822@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Skripsi ini berjudul "Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di MTs An-Nuur Palembang". Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang dan apa saja faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang dan mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi informan yaitu, Kepala Sekolah, WAKA Humas dan Kepala Tata Usaha MTs An-Nuur Palembang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik yang digunakan dalam analisis data adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi waktu, triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang meliputi: Product (Produk) yang sudah berjalan dengan benar, Price (harga) yang ditentukan sekolah sudah efisien, Place (lokasi) yang direncanakan dan dibuat sudah strategis untuk proses pembelajaran namun belum tepat untuk pemasaran, cara promotion (promosi) sekolah sangat menarik karena menggunakan teknologi modern yang sudah berkembang saat ini, people (orang) ataupun seluruh tenaga pendidik sekolah sudah memenuhi syarat sebagai guru yang profesional, procces (proses) yang dilakukan sekolah sudah baik dan physical evidence (bukti fisik) semuanya sudah digunakan sesuai kebutuhan dengan baik. Adapun semua faktor pendukung sudah berjalan dengan baik, diantaranya: mempunyai tim yang profesional sehingga sangat membantu berjalannya kegiatan belajar mengajar dengan efektif, biaya sekolah yang terjangkau sehingga wali siswa tidak keberatan memasukan anaknya ke sekolah tersebut serta tenaga

pendidik yang berkualitas membuat kemajuan di sekolah. Adapun faktor penghambatnya yaitu kurangnya ruang belajar/kelas karena kapasitas siswa yang semakin meningkat disetiap tahun, namun daripada itu sekolah telah berusaha mencari solusi dengan menggunakan tempat yang ada untuk sementara waktu sampai menunggu selesai pembangunan kelas baru.

Kata Kunci: *Manajemen Pendidikan Islam, MTs AN-Nuur Palembang, Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan*

Abstract

This thesis is entitled "Implementation of Educational Marketing at MTs An-Nuur Palembang". The formulation of the problem in this research is how to implement educational marketing at MTs An-Nuur Palembang and what are the supporting and inhibiting factors for implementing educational marketing at MTs An-Nuur Palembang. This research aims to determine the implementation of educational marketing at MTs An-Nuur Palembang and to determine the supporting and inhibiting factors for the implementation of educational marketing at MTs An-Nuur Palembang. In this research, the researcher used a qualitative descriptive approach using a qualitative research type. In this research, the informants were the Principal, WAKA Public Relations and Head of Administration at MTs An-Nuur Palembang. The data collection techniques used were observation, interviews and documentation. Meanwhile, the techniques used in data analysis are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Testing the validity of this research data uses time triangulation, technical triangulation and source triangulation. The results of this research show that the implementation of educational marketing at MTs An-Nuur Palembang includes: Products that are running correctly, Prices determined by the school are efficient, Places that are planned and created are strategic for the learning process but it is not appropriate for marketing, the school's promotion method is very interesting because it uses modern technology that has developed at this time, people or all school teaching staff have met the requirements as professional teachers, the processes carried out by the school are good and physical evidence (physical evidence) have all been used properly as needed. Meanwhile, all supporting factors have worked well, including: having a professional team which really helps teaching and learning activities run effectively, affordable school fees so that parents do not mind sending their children to the school and qualified teaching staff making progress at school. The inhibiting factor is the lack of study/classroom space due to student capacity increasing every year, but apart from that the school has tried to find a solution by using the existing space temporarily until waiting for the construction of the new classroom to be completed.

Keywords: *Islamic Education Management, MTS AN-Nuur Palembang, Implementation of Educational Marketing*

PENDAHULUAN

Pemasaran pendidikan menjadi hal mutlak yang harus dilakukan sekolah selain memperkenalkan fungsi pemasaran dilembaga pendidikan ialah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah siswa. Untuk itu lembaga pendidikan dituntut untuk melakukan strategi pemasaran pendidikan guna mempertahankan dan meningkatkan kuantitas siswa yang ada. Tujuan dari strategi pemasaran tentunya tertanam nilai-nilai kepercayaan dalam benak setiap konsumen yang akhirnya akan bertambah jumlah siswa dilembaga tersebut. Dalam strategi pemasaran terdapat promosi yang mana promosi ialah penunjang kegiatan pemasaran yang sering digunakan oleh setiap sekolah. Strategi promosi yang sering kita temui seperti penyebaran pamflet, brosur, melalui internet, pemasangan iklan, pemasangan baleho, pemasangan spanduk, dan lainnya.

Jenis pemasaran yang dilakukan yaitu melalui para alumni dari sekolah tersebut. Mereka dibekali ilmu pendidikan yang maksimal sehingga tertanam dalam benak alumni ubudiah yang baik dan memiliki akhlak yang mulia. Maka dari itu, mereka mempraktikkan dimasyarakat sehingga masyarakat tersebut dapat melihat langsung hasil pendidikan dari sekolah tersebut. Maka dari sana lah masyarakat tertarik untuk memasukan anaknya ke sekolah tersebut

Menurut penjelasan dari salah satu tenaga kependidikan di MTs An-Nuur Palembang tentang pemasaran yang dilakukan oleh sekolah tersebut ialah dengan menyebar brosur ke para alumni dan memberikan penjelasan terhadap alumni tentang pondok dan itu memang sudah menjadi kewajiban alumni untuk menyebarkan informasi yang baik dari lembaga pendidikan itu, memasang banner di pinggir jalan, melalui internet seperti *whattsaps*, *facebook*, *instagram* dan *youtube* serta lainnya.

Berdasarkan Penelitian awal yang dilakukan, diperoleh informasi dari hasil observasi peneliti bahwa MTs An-Nuur Palembang dalam hal pemasaran pendidikan di sekolah ini bisa dikatakan semakin menurunnya jumlah siswa yang berminat mendaftar di sekolah ini sehingga jumlah siswa semakin sedikit

Pada saat penelitian awal yang dilakukan di MTs An-Nuur Palembang peneliti juga melakukan wawancara bersama kepala sekolah untuk mengetahui langkah awal yang akan menjadi acuan dalam melakukan penelitian, adapun poin yang ditanya yaitu terkait bagaimana cara menarik minat siswa untuk mendaftar di sekolah tersebut dan bagaimana cara melakukan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang.

Menyikapi permasalahan diatas, madrasah tersebut berusaha semaksimal mungkin untuk selalu memberikan layanan pendidikan sebaik mungkin, mulai dari pelayanan jasa yang prima, pelayanan fasilitas, mutu yang terjamin dan pembinaan karakter. Dengan

demikian hal itu harus disertai dengan pemasaran yang baik dan tenaga pendidik yang berkompeten dalam menyusun semua strategi yang disiapkan.

MTs An- Nuur Palembang memiliki jumlah siswa yang banyak, kurang lebih 189 siswa laki-laki dan perempuan yang berasal dari dalam maupun luar kota Palembang. MTs An- Nuur Palembang memiliki strategi pemasaran dengan cara memberikan brosur kepada siswa ketika akan berlibur semester untuk disebarkan kemasyarakat dan apabila siswa bisa membawa masuk siswa baru maka akan di berikan hadiah dari lembaga tersebut, dan begitu pula yang dilakukan oleh tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan. Hal ini menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian di MTs An-Nuur Palembang karena sekolah tersebut memiliki siswa yang banyak dan memiliki siswa yang berasal dari luar kota palembang, serta srategi yang dilakukan oleh MTs An-Nuur Palembang membuat timbulnya pertanyaan, apa kelebihan dari sekolah tersebut dan strategi pemasaran seperti apa yang di lakukan sekolah tersebut sehingga menarik minat siswa. Berdasarkan hal itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan Di MTs An-Nuur Palembang"

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Menurut Jenisnya penelitian ini adalah Penelitian kualitatif, yaitu penulis langsung datang ke MTs An-Nuur Palembang untuk meneliti tentang pelaksanaan pemasaran Pendidikan yang di lakukan di MTs An-Nuur Palembang metode yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang telah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu, penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek peneliti dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer yang didapat adalah hasil wawancara dengan kepala aekolah, kepala tata usaha dan guru yang dilakukan secara tatap muka dan lewat ponsel via teks *Whatsapp* dengan mengajukan beberapa pertanyaan tentang bagaimana pelaksanaan pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen- dokumen, misalnya data mengenai keadaan demografis suatu daerah, data geografis, data sosial keagamaan, jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dan lain-lain. Sumber data sekunder yang digunakan adalah berupa informan penelitian, yaitu informasi yang di terima peserta didik.

Jenis Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

1. Data kualitatif, yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Adapun yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi: Sejarah singkat berdirinya, letak geografis obyek, Visi dan Misi, struktur organisasi, keadaan guru, keadaan siswa, keadaan sarana dan prasarana, dan efektivitas kedisiplinan siswa.
2. Data Kuantitatif, yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk

angka. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: Jumlah guru, jumlah siswa dan karyawan, jumlah sarana dan prasarana.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode ini digunakan penulis untuk melihat pelaksanaan pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur Palembang, kondisi fisik, dan profil sekolah, proses pelayanan akademik, dan non akademik program unggulan, dan promosi pendidikan serta faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan pemasaran pendidikan yang ada di MTs An-Nuur Palembang observasi ini dilakukan oleh peneliti kepada kepala sekolah, tenaga kependidikan, tenaga pendidik, siswa, masyarakat, staff MTs An-Nuur Palembang.

2. Wawancara

Secara garis besar jenis wawancara dibedakan atas wawancara terencana dan wawancara insidental. Wawancara terencana dilakukan untuk memperoleh bahan-bahan informasi sesuai dengan tema yang telah direncanakan sebelumnya, Sedangkan dalam wawancara insidental pewawancara kurang memungkinkan untuk mempersiapkan hal-hal tersebut, mengingat obyek atau peristiwa yang terjadi bersifat insidental atau tidak terencana. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian terencana, wawancara dilakukan kepada tim himas dan kepala sekolah di MTs An-Nuur Palembang tujuan serta maksud kedatangan peneliti ke MTs An-Nuur Palembang dan selanjutnya Peneliti meminta izin untuk meluangkan waktu atau membuat janji untuk melakukan wawancara yang berfokus dengan tujuan penelitian.

3. Dokumentasi

Metode Dokumentasi digunakan untuk memberikan informasi atau data pelaksanaan yang berhubungan dengan berbagai sumber dokumentasi terutama yang ada di MTs An-Nuur Palembang didukung oleh sumber-sumber relevan. Dokumentasi yang dilakukan seperti: arsip-arsip sekolah, profil sekolah, buku induk sekolah, untuk siswa, sejarah sekolah, serta hal-hal yang lainnya tentang.

Teknik Analisis Data

1. Reduksi Data

Reduksi data diperlukan untuk lebih memfokuskan dalam penelitian. Jika data yang sudah di ringkas, maka data tersebut akan memberikan hasil yang lebih jelas untuk di pahami dan untuk memudahkan dalam melakukan pengumpulan data. Proses ini berlangsung dari awal hingga akhir penelitian. Fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan meggorganisasikan

sehingga interpretasi bila ditarik yang disesuaikan dengan data-data relevan atau data yang cocok dengan tujuan pengambilan data di lapangan yang diperlukan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu kegiatan dalam pembuatan laporan hasil penelitian yang telah dilakukan agar dapat dipahami dan dianalisis sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Peneliti mengolah data yang masih berbentuk setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur untuk tema yang jelas kedalam penelitian yang dilakukan. Jadi dapat peneliti simpulkan bahwa data-data yang dapat di analisis selanjutnya di jabarkan dan di jelaskan secara terperinci tanpa ada yang salah atau tidak sesuai dengan data yang nyata.

3. Penarikan kesimpulan

Informasi serta data yang telah di dapatkan peneliti di sajikan dan di kategorikan serta di tafsirkan. Dalam penafsiran informasi yang telah di dapatkan peneliti harus memeriksa dari beberapa sumber atau referensi dari data-data yang telah di dapat dari hasil penelitian. Selanjutnya peneliti menyimpulkan dalam bentuk laporan penelitian atau yang lain dan peneliti juga harus memverifikasi semua berkas yang di dapat dan di terima olehnya walaupun itu dari informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

A. Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di MTs An-Nuur Palembang

1. Pengarahan

Adanya Pengarahan atau Pemberian Perintah dalam Pembentukan Panitia Pelaksanaan Pemasaran pendidikan Pengarahan dalam pembentukan panitia pelaksanaan dimulai dengan menetapkan keputusan-keputusan tentang kegiatan atau kebutuhan organisasi yang hendak dicapai. Pembentukan panitia pelaksanaan peserta didik merupakan sebuah rancangan rencana individu atau kelompok untuk mendapatkan hasil yang efektif. Sekolah dituntut untuk bisa membentuk panitia penerimaan peserta didik baru. Peran panitia ini dirasa sangat penting mengingat panitia inilah yang akan melaksanakan pemilihan peserta didik baru sebagai input yang akan dikembangkan oleh sekolah.

2. Koordinasi

Adanya koordinasi dalam pembentukan panitia pelaksanaan pemasaran pendidikan koordinasi merupakan suatu usaha kerja sama antara badan, instansi, unit

dalam pelaksanaan tugas-tugas tertentu sehingga terdapat saling mengisi, membantu dan melengkapi. Pelaksanaan peserta didik di MTs An-Nuur Palembang adanya koordinasi dalam pembentukan panitia pelaksanaan peserta didik yang mana koordinasi dilakukan antara kepala sekolah, waka kesiswaan dan kepala TU yang mana koordinasi dalam pembentukan panitia pelaksanaan peserta didik ini merupakan usaha untuk menghubungkan, menyelaraskan pelaksanaan tugas agar terjadinya keseimbangan sehingga dapat mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

3. Komunikasi

Adanya komunikasi dalam pembentukan panitia pelaksanaan pemasaran pendidikan Komunikasi terjadi ketika di antara orang-orang yang terlibat ada kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Pelaksanaan pelaksanaan peserta didik di MTs An-Nuur Palembang dalam pembentukan panitia pelaksanaan pemasaran pendidikan yang mana dengan komunikasi yang efektif panitia dapat saling berbagi ide, strategi dan merencanakan kegiatan pelaksanaan dengan lebih baik. Dengan komunikasi yang baik maka panitia dapat berinteraksi dengan calon siswa dan orang tua secara jelas serta komunikasi yang efektif dapat membantu memastikan bahwa panitia pelaksanaan peserta didik berjalan dengan adil dan lancar.

4. *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. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Mohammad Dapiet, M.H.i selaku kepala MTs An-Nuur 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"

5. *Price* (harga)

Price (harga) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. 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 lainlain. Harga merupakan biaya yang dikenakan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan. Berdasarkan wawancara dengan bapak Mohammad Dapiet selaku kepala MTs An-Nuur 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 oleh sekolah maupun luar sekolah".

6. *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 kedap suara sehingga siswa maupun guru merasa nyaman melakukan kegiatan belajar mengajar tanpa kebisingan. Berdasarkan wawancara dengan bapak Mohammad Dapiet selaku kepala MTs an-nuur 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 ribut di jalanan".

7. *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan memperkenalkan sekolah ke masyarakat luas sehingga membawa manfaat dan hasil dalam dunia pemasaran. Dengan adanya promosi, maka sekolah yang belum dikenal bisa dikenal masyarakat sekitar. Untuk pelaksanaan pemasaran yang dilakukan di MTs An-Nuur Palembang yaitu dengan memasang banner di pinggir jalan, menyebarkan brosur, memasang iklan ke media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp. Berdasarkan wawancara dengan bapak Mohammad Dapiet selaku kepala MTs An-Nuur 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".

8. *People* (orang)

Orang atau manusia menurut Ludwig Binswanger adalah makhluk yang mampu untuk mengada, suatu kesadaran bahwa dia ada dan mampu mempertahankan adanya di dunia. Orang yang bergerak dalam pemasaran pendidikan di MTs An-Nuur 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 Mohammad Dapiet selaku kepala MTs An-Nuur Palembang, beliau mengatakan bahwa: "Untuk pemasaran itu sendiri kami memiliki tim khusus yang didalamnya berfokus pada pemberian informasi mengenai pendaftaran maupun kegiatan yang sudah disusun secara matang dan terkoordinir, terutama guru yang memiliki keahlian di bidang IT, karena guru juga yang menjadi admin di setiap media sosial milik MTs an - nuur Palembang ini."

9. *Process* (Proses)

Pelaksanaan pemasaran yang dilakukan oleh MTs an-nuur 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 dengan pelayanan yang diberikan. Prestasi yang dimiliki sekolah MTs an-nuur Palembang.

10. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical Evidence (bukti fisik) adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumennya. 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 Mohammad Dapiet selaku kepala MTs an-nuur 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". Ditambah dengan wawancara dengan bapak Wawan Martawijaya selaku WAKA Humas MTs an-nuur Palembang, beliau mengatakan bahwa: "Gedung MTs an-nuur Palembang membangun kelas sesuai dengan kebutuhan siswa karena terkadang kuota yang didapat melebihi dugaan kami, oleh karena itu pembangunannya selalu dilakukan tiap tahun untuk memaksimalkan kegiatan belajar mengajar di kelas"

B. Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Pemasaran Pendidikan di Mts an-Nuur Palembang

1. Faktor Pendukung

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 pada orang yang sudah terlatih bahkan tergolong profesional untuk memaksimalkan kinerja dan hasil yang memuaskan bagi konsumen dan juga bagi guru maupun koordinator 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.

b) Biaya Sekolah Yang Terjangkau

Biaya merupakan hal sangat sensitif bagi konsumen. Biaya bisa membuat konsumen memilih-milih biaya yang lebih murah dan berkualitas yang bagus. Kedua hal itu menjadi alasan konsumen harus memilih sekolah tersebut. Berdasarkan wawancara dengan bapak Mohammad Dapiet selaku kepala MTs beliau mengatakan bahwa:

"Untuk pendidikannya tanpa dipungut biaya apapun, jadi mereka hanya membayar uang makan saja namun daripada itu mereka akan mendapatkan potongan uang tersebut bagi yang berprestasi".

Dan dikuatkan dengan wawancara oleh Ibu Putri Lestari 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".

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 an-nuur Palembang sudah cukup bagus. Hal ini dilihat dari data-data tenaga pendidik yang sudah sesuai dengan mata pelajaran masing-masing. Berdasarkan wawancara dengan bapak Wawan Matrawijaya selaku WAKA Humas, beliau mengatakan bahwa: "Guru yang ada di MTs an-nuu Palermbang 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”.

2. Faktor Penghambat

Faktor penghambat merupakan hal yang menghambat pelaksanaan pemasaran pendidikan yang dilakukan tidak berjalan dengan lancar, faktor tersebut adalah kurangnya Ruang Belajar/ Kelas Berdasarkan hasil observasi bahwa ruang belajar yang digunakan oleh MTs an-nuur 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 an-nuur Palembang ini. Berdasarkan wawancara ibu Purti Lestari selaku kepala TU MTs An-Nuur 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”

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 koordinasi berupa kesepakatan bahwa nantinya akan tetap diusahakan ruang belajar yang permanen sehingga siswa tidak lagi kebingungan atau kesusahan untuk belajar di tempat yang layak.

SIMPULAN

Pelaksanaan pemasaran pendidikan di Mts an-Nuur Palembang, meliputi: ada *Product* (Produk) yang sudah berjalan dengan benar, *Price* (harga) yang ditentukan sekolah sudah efisien, *Place* (Lokasi) yang direncanakan dan dibuat sudah strategis untuk pembelajaran namun belum baik untuk pemasaran karena jauh dari pusat kota, cara *Promotion* (Promosi) sekolah sangat bagus karena menggunakan teknologi modern yang sudah berkembang saat ini, *People* (orang) ataupun seluruh keluarga sekolah sudah memenuhi syarat sebagai guru yang profesional, *Procces* (Proses) yang dilakukan sekolah sudah baik, *Physical Evidence* (Bukti Fisik) semuanya sudah digunakan sesuai kebutuhan dan baik. Semuanya sudah berjalan dengan baik Faktor Pendukung diantaranya: mempunyai tim yang profesional sehingga sangat membantu berjalannya belajar mengajar dengan efektif, biaya

sekolah yang terjangkau sehingga wali siswa tidak keberatan memasukan anaknya ke sekolah tersebut, dan tenaga pendidik yang berkualitas membuat kemajuan dalam sekolah. Adapun faktor penghambatnya yaitu kurangnya ruang belajar/kelas karena semakin meningkatnya siswa disetiap tahunnya, namun daripada itu sekolah selalu mencari solusi dengan menggunakan tempat yang ada untuk sementara waktu sambil menunggu selesai pembangunan kelas baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., (2016), *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah*, 7(192).
- Afidatul, H.,(2016), Jasa Sebagai Peningkatan Mutu di SD Alam Baturaden. *Jurnal El-tarbawi*, 8 (2).
- Agnes, P., (2020), *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Ahmad, R., (2022), *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*, (Bandung: Rineka Cipta).
- Al-istiqomah, (2016), *Fungsi Pelaksanaan (actuating) Dalam Sumber Daya Manusia*, (Malang: UNM).
- Alma, (2012), *Manajemen pemasaran dan pemasaran Jasa*, (Bandung: Rineka Cipta).
- Alma, B., (2009), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabetha).
- Anang, F., DKK, (2018), *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: CV.Budi Utama).
- Benty dan Gunawan, (2015), *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat*, (Malang: UMPress).
- Colid, N., (2010) ,*Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Danang, S., (2014), *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CAPS)
- Daryanto., (2013), *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta).
- David, w., (2012), *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Djati, j & Jhon, S., (2008), *Manajemen Umum Sebuah Pengantar, Edisi Pertama*, (Yogyakarta: BPFE).
- Erni, T & Kurniawan, S., (2009), *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Georgy, R, T., (2013), *Prinsip-prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Husein, U., (2004), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo).
- Joko, S., (2008), *Manajemen Pemasaran (suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: Biruni Press). KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia).
- Khotler, (2001), *Marketing*, (Jakarta: Rajawali Press).
- Ki, H, D., (1994), *Bagian II Kebudayaan* (Yogyakarta: Majelis Luhur Taman Siswa).
- Lexy, J, M., (2013), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya).
- Made, S, A., (2021), *Metodologi Penelitian Kesehatan*(Medan: Yayasan Kita Menulis).
- Manullang & Hutabarat, (2016) , *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetensi Global*, (Yogyakarta: Indi Media Pustaka).

- Muhammad, F., (2020), *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di SMK IT Nurul Qolbi*, (Bekasi: UIN Syarif Hidayatullah).
- Nana, S., (2004), *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Nonformal dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Falah Production).
- Philip K & Kevin L. K., (2011), *Manajemen Pemasaran jilid 1*, edisi 13, (Yogyakarta: Erlangga).
- Raharjo, A., (2011), *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Ranbar, L., (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Ratih, H., (2010), *Bauran Konsumen dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabetha).
- Ridwan, (2004), *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabetha).
- Saipul, A., (2005), *Metodologi Penelitian Pendidikan (Analisa Data Kualitatif dan kuantitatif)*, (Palembang: IAIN Raden Fatah Press).
- Sarinah., (2017), *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama).
- Sofiyon, A., (2010), *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Grafindi).
- Sugiyono., (2010), *Statistik Untuk Peneliitan*, (Bandung: Alfabetha).
- Sugiyono., (2013), *Metodologi Penelitian Kualitatif dan R&D*, Cet-18, (Bandung: Alfabetha).
- Sukarna., (2011), *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: Manda Maju).
- Sutisna, (2003), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakrya Offset).
- Syamir, t.m (2014), *Organisasi dan Manajemen*, (Bandung: Alfabetha).
- Thamrin, A & Prancis, T., (2012), *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press).
- Tim Dosen Adminitrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia., (2011), *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta).
- Widjaja, H., (2010), *Komunikasi: Komunikasi & Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Yaya, R & Liy, M., (2018), *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi dan Kasus Edisi 2*, (Yogyakarta: CV Absolute Media).
- Yoyon, B & Eka, P., (2009), *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta).