

## STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK DI MTs. RIYADLOTUT THALABAH SEDAN REMBANG TAHUN PELAJARAN 2022/2023

**Annisaul Khumairok**

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Kamal (STAIKA) Sarang Rembang

Email: [annisaulkhumairok0@gmail.com](mailto:annisaulkhumairok0@gmail.com)

### ABSTRACT

*An educational institution must develop a marketing strategy to face increasing competition. With the implementation of marketing strategies, educational institutions will become superior and recognized by the community. MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang is a private educational institution that has an effective and efficient marketing strategy in order to increase the number of students and improve the good image of the madrasah in front of the community. The formulation of the problem discussed in this study is how the planning, implementation, and evaluation of educational marketing strategies in increasing the number of students. This research uses a qualitative approach with descriptive research and data collection techniques through observation, interviews, and documentation. As for analyzing data, researchers used data reduction, data presentation, and conclusion making. Based on the results of the study it can be concluded that the planning of marketing strategies at MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang is the process of preparing marketing plans that will be carried out so that they can be arranged more effectively. Implementation of marketing strategies in increasing the number of students in this case is a form of realization of the program that has been planned in the promotion process plan using brochures, pamphlets, social media, through student guardians, through friends and the most superior through the community itself. Evaluation of marketing strategies in increasing the number of students is to see the implementation that has been carried out. If there are errors or shortcomings, improvements are made. The evaluation is carried out periodically.*

*Sebuah lembaga pendidikan harus mengembangkan strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat. Dengan diterapkannya strategi pemasaran maka lembaga pendidikan akan menjadi unggul dan di kenal masyarakat. MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang merupakan lembaga pendidikan swasta yang memiliki strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan jumlah peserta didik serta meningkatkan citra baik madrasah di depan masyarakat. Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan jumlah peserta didik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun untuk menganalisis data peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi pemasaran di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang ini adalah proses penyusunan perencanaan pemasaran agar perencanaan yang akan dilakukan agar dapat tersusun*

*secara lebih efektif. Pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik dalam hal ini adalah wujud realisasi dari program yang telah direncanakan dalam rencana proses promosi menggunakan media brosur, pamflet, media sosial, lewat wali murid, lewat teman dan yang paling unggul lewat masyarakat itu sendiri. Evaluasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik adalah dengan melihat pelaksanaan yang telah dilaksanakan. Apabila terjadi kesalahan atau kekurangan maka dilakukan perbaikan. Evaluasi tersebut dilakukan secara berkala..*

**Keywords:** *Education, Marketing Strategy*

## PENDAHULUAN

Persaingan di antara lembaga pendidikan saat ini semakin meningkat, termasuk didalamnya adalah madrasah. Dalam upaya mempertahankan eksistensinya dan menarik calon siswa, promosi dan pemasaran madrasah sangatlah penting. Pemasaran menjadi suatu hal yang mutlak bagi lembaga pendidikan. Selain untuk memperkenalkan diri dan meningkatkan visibilitas di masyarakat, pemasaran juga berfungsi untuk membentuk citra positif terhadap lembaga dan menarik minat calon peserta didik.

*Philip Kotler* dan *Topor* menyatakan didalam bukunya Muhaimin, bahwa citra yang positif merupakan asset yang sangat berharga di pasar. *Image* yang positif juga modal dasar yang kuat dalam mempengaruhi harapan pelanggan. Citra baik tersebut salah satunya dilakukan dengan cara mempengaruhi kebutuhan dan harapan pelanggan agar produk dan layanan yang ada di sekolah atau madrasah. Dengan demikian, calon siswa lebih tertarik untuk masuk madrasah tersebut.<sup>1</sup> Maka dari itu, madrasah harus berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas, layanan yang memuaskan, dan didukung dengan promosi yang maksimal agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan calon siswa dan orang tua. Dalam hal ini, pemasaran dapat membantu madrasah untuk menciptakan nilai yang diinginkan oleh pelanggan dan memperkenalkan produk atau layanan yang mereka tawarkan.

Keunggulan lembaga pendidikan dapat dibentuk melalui pencitraan. Hal ini dapat dilakukan bila sekolah memiliki akses untuk menunjukkan keunggulan yang dimilikinya sehingga dapat menarik minat masyarakat. Maka dari itu, pihak sekolah bukan hanya berpangku tangan saja ketika mempunyai keunggulan dari lembaga pendidikan lain. Sebab melalui pengenalan keunggulan yang dimiliki sekolah, lembaga tersebut akan lebih dikenal memiliki kelebihan dari lembaga pendidikan yanglain. Sebuah lembaga yang ingin sukses harus selalu melaksanakan pemasaran secara terus menerus,Keunggulan lembaga pendidikan dapat dibentuk melalui pencitraan. Hal ini dapat dilakukan bila sekolah memiliki akses untuk menunjukkan keunggulan yang dimilikinya sehingga dapat menarik minat masyarakat. Maka dari itu, pihak sekolah bukan hanya berpangku tangan saja ketika mempunyai keunggulan dari lembaga pendidikan lain. Sebab melalui pengenalan keunggulan yang dimiliki sekolah, lembaga tersebut akan lebih dikenal memiliki kelebihan dari lembaga

<sup>1</sup> Muhaimin, dkk, 2009. *Manajemen Pendidikan*, (Jakarta: Kencana) hal. 100.

pendidikan yang lain.

Pemasaran didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menciptakan, menawarkan dan melakukan pertukaran produk atau jasa yang memiliki nilai bagi konsumen. Salah satu komponen kunci dalam memahami konsep pemasaran pendidikan adalah konsep pasar. Pasar diartikan sebagai individu dan organisasi yang tertarik dan bersedia membeli produk atau jasa tertentu untuk mendapatkan manfaat yang bisa memuaskan kebutuhan atau keinginan spesifik, serta mereka yang memiliki sumber daya (waktu dan uang) untuk terlibat dalam transaksi tersebut.<sup>2</sup>

Pemasaran merupakan proses sosial yang melibatkan segala aktivitas yang terkait dengan menciptakan, mempromosikan, mendistribusikan, dan menjual produk atau jasa yang memiliki nilai bagi konsumen, serta mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan. Tujuan dari pemasaran jasa pendidikan adalah mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan dengan baik sehingga produk pendidikan atau jasa pendidikan itu cocok dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan jasa pendidikan. Idealnya, pemasaran jasa pendidikan harus menghasilkan pelanggan jasa pendidikan yang siap membeli. Yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk pendidikan atau jasa pendidikan yang sesuai dengan keadaan atau masa saat ini.<sup>3</sup>

Pada kesempatan ini, dari hasil observasi yang saya lakukan di MTs Riyadlotuth Thalabah Sedan bahwa dalam penerimaan peserta didik baru selalu mendapat hasil yang sesuai dengan target. Hal ini dibuktikan dengan jumlah siswa yang selalu banyak di setiap tahun pelajaran. Saat penerimaan pendaftaran siswa baru dibuka, banyak sekali anak-anak lulusan dari Sekolah Dasar atau dari Madrasah Ibtidayah yang mendaftar, padahal di Kecamatan Sedan banyak sekali MTs-MTs lain, selain MTs Riyadlotuth Thalabah Sedan, seperti MTs Assathi' Karas Sedan, MTs Al Manar Menoro-Sedan, MTs Tri Bakti Menoro-Sedan, MTs Hidayatus Shibyan Karangasem-Sedan, MTs Syafi'iyah-Syalafiyah Gandrirojo – Sedan, MTs Miftahul Huda Bogorejo Sedan, MTs Hidayatul Mubtadi'in Kumbo- Sedan. Namun di MTs Riyadlotuth Thalabah Sedan selalu unggul dan mendapat siswa banyak.

Berdasarkan hasil observasi, maka penulis merasa tertarik ingin meneliti dan mengkaji lebih jauh lagi strategi apa yang digunakan oleh MTs Riyadlotuth Thalabah Sedan tersebut melalui sebuah penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang Tahun Pelajaran 2022/2023”.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan

<sup>2</sup> Fandi Tjiptono, 2019. *Pemasaran Jasa*, (Jogjakarta: Andi), hal. 4.

<sup>3</sup> Wijaya, David, 2001. *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat), hal. 48.

kualitatif dengan jenis deskriptif. Lokasi penelitian tentang strategi pemasaran, dilakukan di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang, yang bertempat di Desa Sidorejo, Kecamatan Sedan, Kabupaten Rembang. Teknik pengumpulan dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan peneliti adalah dengan cara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Pada penelitian ini digunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu untuk menguji keabsahan data.

## **PEMBAHASAN**

### **Perencanaan Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang**

Dari hasil penelitian, MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan membuat perencanaan strategi pemasaran pendidikan berdasarkan proses manajemen secara keseluruhan. Perencanaan yang ditetapkan dapat membantu meminimalisir kemungkinan kegagalan saat pelaksanaannya. Dengan memiliki rencana yang jelas dan terstruktur, tim pemasaran dapat lebih mudah dalam menentukan tindakan yang harus dilakukan dan menghindari kesalahan dalam pelaksanaan.

Pada perencanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik yang sudah disebutkan dalam hasil penelitian tersebut. Keempat perencanaan tersebut, adalah: a) Pembentukan tim PPDB yaitu untuk memastikan bahwa proses penerimaan peserta didik baru akan berjalan dengan lancar dan efektif, b) Penentuan perangkat pemasaran yang tepat, untuk meningkatkan efektifitas promosi dan memperluas jangkauan target pasar, c) Penentuan alat atau media promosi, d) Melihat apa yang di butuhkan oleh masyarakat, agar lembaga madrasah dapat menawarkan program dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga dapat menarik calon siswa dan orang tua.

Perencanaan kegiatan dalam penerimaan peserta didik baru telah berjalan dengan baik. Tahapan-tahapan perencanaan yang disusun dari rapat bersama kepala madrasah, seperti mencakup keberhasilan, langkah-langkah untuk mencapai keberhasilan, serta tanggungjawab merupakan langkah yang penting dalam memastikan keberhasilan program. Selain itu, kerjasama dan koordinasi dari pihak yang bersangkutan, dewan guru, dan kepala madrasah serta adanya tanggung jawab yang jelas dan terbagi juga sangat penting dalam memastikan kelancaran dan kesuksesan program penerimaan peserta didik baru.

Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik biasanya dilakukan oleh lembaga pendidikan menjelang awal tahun pelajaran. Semua dewan guru terlibat dalam proses strategi pemasaran, maka hal ini dapat membantu memperkuat citra positif dan meningkatkan reputasi MTs. Riyadlotut Thalabah di mata masyarakat setempat. Madrasah yang berkualitas ini harus memiliki perencanaan yang baik. Karen hal sekecil apapun yang ada di madrasah selalu di sorot oleh masyarakat dan wali murid yang ada.

Sesuai dengan teori j. David dan Thomas L. Wheeleen dalam bukunya pemasaran strategik jasa pendidik. Dalam sebuah *marketing* dikenal dengan sebutan STP pemasaran yaitu:

#### 1. Sgmentasi Pasar

Sgmentasi menyadari bahwa pembeli berbeda-beda dalam keinginan, daya beli, lokasi geografis, perilaku pembelian.<sup>4</sup> Proses sgmentasi pemasaran sangat penting untuk memperhatikan situasi dan calon konsumen, dalam hal ini MTs. Riyadlotut Thalabah dapat melakukan sgmentasi berdasarkan karakteristik masyarakat setempat. Masyarakat bisa membaca brosur yang ada serta spanduk yang ada disekitar MTs. Riyadlotut Thalabah juga bisa membaca pamflet melalui media sosial madrasah.

Tahap awal yang dilakukan oleh MTs. Riyadlotut Thalabah dalam menyusun program pemasaran adalah melakukan analisis kebutuhan dan keinginan masyarakat setempat. Yang perlu dilakukan adalah survei atau riset pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap lembaga dan pendidikan yang ditawarkan. Tahap selanjutnya adalah melakukan control terhadap pembentukan program tersebut. MTs. Riyadlotut Thalabah perlu memastikan bahwa program pendidikan yang ditawarkan selalu update dengan perubahan sosial dan perkembangan zaman.

#### 2. Targeting

*Targeting* yaitu, pentargetan secara positif dalam menentukan daerah mana yang akan menjadi konsumen serta pelanggan MTs. Riyadlotut Thalabah. Serta menjadi agen dari sebuah kemajuan MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan. Dari penelitian yang telah dilakukan konsumen dan pelanggan tetap yang ada di MTs. Riyadlotut Thalabah ini bukan hanya di daerah sedan sendiri, melainkan di daerah luar sedan yaitu sampai ke Tuban Jawa Timur.

#### 3. Positioning

*Positioning* merupakan tindakan menetapkan posisi pasar untuk memperoleh keunggulan bersaing antar lembaga pendidikan yang ada di Kecamatan Sedan, MTs. Riyadlotut Thalabah ini memiliki banyak ciri khas tersendiri di banding dengan sekolah-sekolah lain di sekitar sedan seperti program unggulan keagamaan seperti tahfidz, seni baca Al-Qur'an, Qiroatul Kutub, Pembiasaan sholat jamaah dan Ahad sehat rohani yang di isi dengan tahlil dan istighosah. Di MTs. Riyadlotut Thalabah bukan hanya ilmu umumnya yang dikembangkan tapi ilmu agamanya juga tidak kalah, hal ini bisa dilihat melalui program unggulan yang sudah kenal masyarakat dan dipandang sangat baik oleh masyarakat.

Inti dari penjelasan tersebut adalah bahwa dalam perencanaan pemasaran, hal yang sangat penting adalah melakukan indentifikasi terhadap keadaan dan kebutuhan masyarakat. Dengan melakukan indentifikasi MTs. Riyadlotut Thalabah dapat menyediakan produk atau program yang ditawarkan. Dengan demikian lembaga pendidikan tersebut dapat meningkatkan jumlah pelanggan atau peserta.

<sup>4</sup> Philip Kotler, 1997. *Marketing Management Alih Bahasa Hendra Teguh dkk*, (Jakarta: Prenhallindo) hal 222.

Maka dari ketika menginginkan suatu kegiatan yang dinilai baik harus diawali dengan perencanaan yang baik juga, dan apabila perencanaan itu baik maka hasil yang di dapat juga akan baik dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

### **Pelaksanaan Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang**

Pelaksanaan strategi pemasaran yang baik dan tepat sangat penting dalam meningkatkan jumlah peserta didik di sebuah madrasah. Selain itu, penting juga untuk menciptakan lingkungan yang kondusif dan menyenangkan bagi siswa agar mereka merasa nyaman belajar di madrasah tersebut. Hal ini akan memberikan kesan positif pada orang tua siswa dan masyarakat sehingga mereka tertarik untuk memasukkan anaknya di ke madrasah tersebut. Dalam hal ini pengelola madrasah juga perlu memperhatikan aspek kebersihan dan keteraturan serta disiplin yang dijaga dengan baik didalam lingkungan madrasah. Semua hal ini harus di tampilkan melalui media pemasaran yang efektif dan terarah agar bisa dikenal oleh masyarakat.

Dari penjelasan sebelumnya terdapat tiga hal penting dalam pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah peserta didik di MTs. Riyadlotut Thalabah, yaitu: a) Panitia atau tim PPDB saling berkoordinasi dan melakukan tugas sesuai tupoksinya. Hal ini sangat penting untuk memastikan semua aspek terkait penerimaan peserta didik baru berjalan dengan baik, mulai dari persiapan administrasi, proses seleksi hingga penerimaan peserta didik. b) Melaksanakan kegiatan promosi sebelum pergantian semester genap, dengan target yang dituju yakni anak lulusan SD/MI di daerah Sedan dan di daerah luar Sedan. Kegiatan promosi ini dapat berupa pameran pendidikan, seminar, kunjungan ke SD/MI atau kegiatan lainnya yang dapat memperkenalkan MTs. Riyadlotut Thalabah kepada calon peserta didik dan juga orang tua. c) mempersiapkan penyebaran media promosi melalui banner, pamflet, brosur, wali murid, dan media online seperti Facebook, Instagram, YouTube dan story WhatsApp yang sudah dimiliki oleh madrasah. Media promosi ini sangat penting untuk menjangkau calon peserta didik dan orang tua yang berada di berbagai daerah, sehingga dapat meningkatkan jumlah peserta didik baru.

Menurut Phillip Kotler di dalam bukunya dasar-dasar manajemen, dan menurut pendapat Buchari Alma dalam bukunya manajemen pemasaran dan pemasaran jasa serta tim dosen Universitas Pendidikan Indonesia dalam buku manajemen pendidikan, menyebutkan bahwa dalam sebuah proses pemasaran terdapat sebuah cara atau trik yang biasa disebut dengan *marketing mix*, yang sering dikenal dengan 7P yaitu sebagai berikut :

#### a. *Product*

Yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada customer yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.<sup>5</sup> Yaitu jasa pendidikan itu sendiri serta ciri khas yang dimiliki oleh lembaga pendidikan tersebut. Dalam hal ini lembaga pendidikan khususnya madrasah, harus memberikan tawaran yang

<sup>5</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, 2012. *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta) hal 343.

sesuai dengan ciri khasnya untuk menarik minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan tersebut. Selain itu lembaga pendidikan harus mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam menentukan tawaran pendidikan yang tepat.

b. *Price*

*Price* atau harga memang merupakan salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk diperhatikan. Namun harga yang diberikan harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan agar masyarakat merasa puas dan bersedia membayar lebih tinggi untuk biaya pendidikan anaknya. Hal ini dapat memperkuat citra positif dari lembaga pendidikan tersebut, sehingga dapat meningkatkan jumlah peserta didik dan juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. MTs. Riyadlotut Thalabah merupakan lembaga pendidikan yang memiliki biaya yang terjangkau dan fasilitas pembelajaran yang baik dapat memungkinkan anak-anak dari keluarga dengan ekonomi yang berbeda-beda untuk mengakses pendidikan berkualitas tanpa membebani keluarga mereka secara finansial.

c. *Place*

Yaitu letak lokasi madrasah. Penentuan lokasi akan mempengaruhi preferensi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Lokasi yang strategis dan mudah dicapai kendaraan umum, akan menjadi daya Tarik bagi calon pelanggan. Oleh karena itu, lokasi perlu diatur sedemikian rupa agar dapat menjadi daya Tarik bagi mereka.<sup>6</sup> MTs. Riyadlotut Thalabah sepertinya menjadi pilihan yang menarik bagi siswa dari berbagai wilayah karena aksesibilitasnya yang baik. Pilihan dipondok pesantren dekat madrasah tentu saja dapat memudahkan siswa yang berasal dari daerah yang jauh untuk mengakses pendidikan di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan tanpa harus terbebani oleh jarak yang jauh.

d. *Promotion*

Promosi merupakan salah satu bentuk kegiatan pemasaran yang penting dalam dunia pendidikan, termasuk didalamnya madrasah seperti MTs. Riyadlotut Thalabah. Promosi dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan madrasah, menarik minat calon siswa dan orang tua, serta memperkuat citra madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas. Dalam hal ini promosi yang digunakan bukan hanya menggunakan media dalam bentuk brosur dan pamflet saja, tetapi juga dengan cara dari mulut ke mulut dan informasi dari teman karena itu juga yang sangat berpengaruh dalam peningkatan peserta didik. Keramahan dan komunikasi yang baik antara pendidik dan wali murid memang merupakan hal yang sangat penting dalam dunia pendidikan, termasuk didalamnya MTs. Riyadlotut Thalabah. Hal ini dapat membantu menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan menyenangkan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan kepuasan siswa dan orang tua.

---

<sup>6</sup> Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta), Cet. 1, hal. 155-167

e. *People*

Yaitu menyangkut tentang semua yaitu semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *'people'* adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen dalam lingkungan jasa.<sup>7</sup> Dalam hal ini memiliki pimpinan atau kepala madrasah yang disiplin dan memberikan contoh yang baik memang merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga kualitas pendidikan di MTs. Riyadlotut Thalabah. Seorang pemimpin yang disiplin dan teratur dalam menjalankan tugasnya dapat memberikan pengaruh positif pada seluruh anggota madrasah, termasuk guru, karyawan dan siswa. Dengan kepemimpinan yang baik dan efektif, kepala madrasah MTs. Riyadlotut Thalabah dapat membantu memastikan bahwa semua kegiatan di madrasah berjalan sesuai dengan peraturan dan standar yang telah ditetapkan. Jadi MTs. Riyadlotut Thalabah ini telah sukses memberikan pelayanan yang terbaik dalam melakukan pemasaran.

f. *Physical evidence*

Sarana dan prasarana adalah elemen penting dalam mendukung proses pelaksanaan pendidikan di MTs. Riyadlotut Thalabah. Sarana dan prasarana yang memadai dapat membantu menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, nyaman, dan efektif bagi siswa dan guru.

g. *Process*

Mencakup bagaimana kemampuan lembaga pendidikan dalam system operasional pengelolaan produk jasanya.<sup>8</sup> Proses yang dijelaskan dalam pernyataan tersebut adalah digunakan untuk mengevaluasi seluruh aktivitas yang terjadi di madrasah, dari perencanaan hingga pelaksanaan. Proses tersebut yaitu tindakan dan kinerja pendidik serta kinerja madrasah secara keseluruhan, baik dalam aktivitas pembelajaran sehari-hari maupun dalam pencapaian prestasi yang pernah dicapai oleh madrasah. Dengan itu diharapkan dapat menciptakan citra positif di mata masyarakat. Pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang dilaksanakan secara efektif dan efisien. Artinya strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs. Riyadlotut Thalabah ini sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat diawal. Dalam persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, madrasah perlu menyiasati dengan menampilkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya. Salah satu keunggulan MTs. Riyadlotut Thalabah yang dapat ditampilkan adalah nilai-nilai agama yang diterapkan dan diciptakan di madrasah dalam kehidupan sehari-hari baik di dalam maupun di luar madrasah. Keberadaan ekstrakurikuler atau program unggulan yang baik dapat menjadi daya tarik bagi peserta didik dalam memilih madrasah. Program tersebut dapat dirancang berdasarkan minat

<sup>7</sup> Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta), Cet. 1, hal. 155-167

<sup>8</sup> Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima* (Bandung: Alfabeta), Cet. 1, hal. 155-167

dan bakat peserta didik, sehingga peserta didik mengembangkan potensi dirinya dengan baik dan meraih prestasi yang gemilang di bidang yang diminatinya. Strategi pemasaran pendidikan dapat meningkatkan citra positif madrasah dan menarik masyarakat dan dengan melakukan promosi, masyarakat yang belum tahu tentang keberadaan madrasah dapat menjadi tahu dan tertarik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang telah berhasil dalam menerapkan strategi pemasaran pendidikan yang efektif dan efisien untuk meningkatkan jumlah peserta didik dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkan.

### **Evaluasi Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang**

Evaluasi merupakan kegiatan penting dalam manajemen karena dengan evaluasi kita dapat mengevaluasi kinerja dan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Evaluasi juga dapat membantu kita untuk mengetahui apakah tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sudah tercapai atau tidak. Dalam konteks pemasaran pendidikan di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang, evaluasi dilakukan secara berkala oleh pimpinan madrasah untuk mengevaluasi pelaksanaan program-program pemasaran yang telah dilakukan. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas program-program pemasaran yang telah dilakukan serta untuk mengidentifikasi kekurangan atau hambatan yang terjadi selama pelaksanaan program.

Dengan melakukan evaluasi secara berkala, pimpinan madrasah dapat menemukan solusi untuk mengatasi kekurangan atau hambatan yang terjadi, serta memperbaiki strategi pemasaran yang kurang efektif. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh madrasah dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu evaluasi juga dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik di masa depan. Dengan mengevaluasi hasil yang telah dicapai, kita dapat menentukan tindakan yang perlu diambil untuk mencapai tujuan yang lebih baik dan lebih efektif dimasa depan.

Peningkatan mutu pendidikan merupakan faktor penting dalam memasarkan pendidikan. Semakin baik kualitas pendidikan yang diberikan oleh suatu madrasah, semakin tinggi juga minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di madrasah tersebut. Oleh karena itu MTs. Riyadlotut Thalabah perlu terus memperhatikan dan meningkatkan mutu pendidikannya agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat serta dapat bersaing dengan madrasah lainnya. Selain itu Strategi pemasaran yang dilakukan juga harus diiringi dengan pelayanan yang baik kepada calon siswa dan orang tua siswa, sehingga mereka akan lebih tertarik untuk memasukkan anaknya kedalam madrasah tersebut. Dengan menjaga kualitas pendidikan dan memberikan pelayanan yang baik, MTs. Riyadlotut Thalabah dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah siswa yang mendaftar di madrasah tersebut.

Evaluasi merupakan proses yang menentukan kondisi, dimana suatu tujuan

telah dapat dicapai. Definisi ini menerangkan secara langsung hubungan evaluasi dengan tujuan suatu kegiatan yang mengukur derajat, dimana suatu tujuan dapat dicapai.<sup>9</sup> Dengan demikian evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran tersebut terlaksana atau tidak dan untuk mengetahui apakah ada peningkatan setelah adanya strategi pemasaran pendidikan tersebut. Keberhasilan dalam strategi pemasaran pendidikan dapat dilihat dari banyaknya jumlah peserta didik yang mendaftar.

Berdasarkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs. Riyadlotut Thalabah ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berhasil meningkatkan jumlah peserta didik dan citra madrasah di masyarakat.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang Tahun Pelajaran 2022/2023 maka diperoleh kesimpulan:

1. Perencanaan Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang

Salah satu keberhasilan dalam pengembangan pendidikan yaitu pemasaran. Hal yang melatar belakangi MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang dalam merencanakan pemasaran salah satunya ialah di lakukannya pemasaran pendidikan dengan mengedepankan kebutuhan masyarakat saat ini. Tentu masyarakat akan melihat dari segi pelayanan dan program unggulan yang dimiliki oleh Lembaga. Program unggulan yang ada di MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang ada 3 bidang diantaranya, (a) *Bidang Keagamaan* seperti, Tahfidz, Seni Baca al-Qur'an, Qiroatul Kutub, Pembiasaan Sholat Berjama'ah dan Ahad Sehat Rohani. (b) *Bidang Pendidikan* seperti, Karya Tulis Ilmiah Remaja, Pidato 3 Bahasa, Jurnalistik dan Pramuka. (c) *Bidang Olahraga dan Seni* seperti, Bulu Tangkis, Futsal, Tenis Meja, Marching Band, Hadroh dan Ahad Senam dan Jalan Sehat.

2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang

Setelah Madrasah melakukan sebuah perencanaan, Langkah selanjutnya yang di lakukan oleh MTs Riyadlotut Thalabah adalah pelaksanaan (Implementasi). Semua warga Madrasah terlibat dalam pelaksanaan ini. Mulai membentuk Tim PPDB dan jajarannya. Salah satu jenis strategi pemasaran yang dipromosikan oleh madrasah adalah dengan mempromosikan program unggulan atau ciri khas yang dimiliki oleh madrasah tersebut. Promosi program unggulan atau ciri khas ini dapat dilakukan melalui berbagai media seperti media sosial, brosur dan lain sebagainya. Selain itu, madrasah juga dapat mempromosikan sarana dan prasarana yang dimiliki, seperti fasilitas pendukung yang memadai dan

<sup>9</sup> Mochtar Kusuma, 2016. *Evaluasi Pendidikan*, (Parama Ilmu: Yogyakarta), hal 1

lingkungan yang nyaman dan aman untuk belajar. Madrasah juga dapat mempromosikan beasiswa yang ada di madrasah tersebut. Dengan promosi yang baik dan efektif, madrasah dapat meningkatkan jumlah peserta didik dan juga meningkatkan citra dan reputasi madrasah di masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah peserta didik.

3. Evaluasi Strategi Pemasaran Pendidikan dalam meningkatkan Jumlah Peserta Didik di MTs Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang

Evaluasi merupakan tahapan penting dalam manajemen yang dilakukan setelah perencanaan dan pelaksanaan. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi kinerja dan hasil dari pelaksanaan kerja yang telah dirumuskan sebelumnya. Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana rencana yang telah dibuat dapat dicapai dan juga untuk menemukan kekurangan atau hambatan yang terjadi selama pelaksanaan kerja. Dengan melakukan evaluasi secara berkala MTs. Riyadlotut Thalabah dapat mengidentifikasi masalah atau kelemahan dalam pelaksanaan strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan jumlah peserta didik di MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang. Sejauh ini hasil dari evaluasi menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh MTs. Riyadlotut Thalabah Sedan Rembang berpengaruh dan berhasil serta tepat sasaran, ini dilihat dari meningkatnya pendaftar siswa baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

Afidatun Khasanah, Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden (Jurnal El-Tarbawi, Vol. 8, No. 2, 2015), 162.

Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Alma, Buchori dan Ratih Hurriyati, 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Asmani, Jamal Ma'ruf. 2015. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. Yogyakarta: Jakarta Press.

Barnawi dan Mohammad Arifin. 2012. *Buku Pintar Mengelola Sekolah (Swasta)*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

David. 2004. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Selemba Empat.

Fuad, Anis dan Kandung Sapto Nugroho, 2014. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

<https://dqlab.id/empat-sumber-data-sekunder-dan-primer-> diakses pada tanggal 13 Maret 2023.

- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management Alib Babasa Hendra Teguh dkk.* Jakarta : Prenhelindo.
- Kurniadin, Didin dan Imam Machali. 2012. *Manajemen Pendidikan: Konsep dan Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kusuma, Mochtar. 2016. *Evaluasi Pendidikan*. Parama Ilmu: Yogyakarta.
- Moleong. 2016. *Metodologi penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhaimin dkk. 2009. *Manajemen Pendidikan : Aplikasinya dalam Penyusunan Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana.
- Nasution. 1992. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Purnomo, Husaini. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rina Rachmawati, Peranan Bauran Pemasaran(Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan(Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran) (Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei 2011), 144.
- Sallis, Edward. 2012. *Total Quality Management in Education: Manajemen Mutu Pendidikan, terj. Ahmad Ali Riyadi dan Fabrurrozi*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Sembiring, M. Noor. 2016. *Strategi Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- SH, Lasa. 2001. *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Gama Media.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sofyan, Iban. 2015. *Manajemen Strategi*. Jakarta: graha Ilmu
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Surachmad, Winarno. 1990 *Pengantar penelitian ilmiah*. Bandung: Tarsito.
- Tim Redaksi Akademik Al Kamal Sarang. 2020. *Panduan Penulisan Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Kamal Sarang.* Rembang: Warnai Al-Kamal Sarang.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wijaya, David. 2001. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat



