

STRATEGI PEMASARAN JASA DAN LAYANAN DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN

RA. Didin Dliyauddin, Nana Suryapermana, Shobri

Mahasiswa Magister UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Email: radinpetet@gmail.com/ radensurya0004@gmail.com/
shobri@uinbanten.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi jasa pemasaran pendidikan dan layanan pendidikan, faktor pendukung dan penghambat, serta dampaknya dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, objek penelitian berlokasi di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi terkait dengan strategi jasa pemasaran dan layanan pendidikan terhadap mutu lembaga pendidikan di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dilaporkan apa adanya dan dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta yang ada. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses pemasaran jasa pendidikan dan layanan pendidikan di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan diawali dengan perencanaan analisis lingkungan internal maupun eksternal, pemilihan strategi pemasaran jasa pendidikan dan layanan pendidikan, serta evaluasi pelaksanaan. Faktor pendukung: sarana prasarana, kualifikasi tenaga pendidik yang memadai, lokasi sekolah strategis, dan kepercayaan masyarakat

Kata kunci : Pemasaran Jasa, Layanan Pendidikan, Mutu Pendidikan

PENDAHULUAN

Salah satu usaha untuk mendapatkan peserta didik baru, lembaga pendidikan harus memiliki manajemen pemasaran. Sehingga pentingnya pemasaran dalam lembaga pendidikan mutlak diperlukan untuk mendapatkan peserta didik baru. Manajemen pemasaran bagi lembaga pendidikan (terutama madrasah) diperlukan seiring dengan adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif. Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga atau sekolah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada stakeholder dan masyarakat.

Dalam bidang pendidikan yang menjadi pelanggan layanan jasa adalah para siswa, orang tua, dan masyarakat. Oleh karena itu pelayanan pendidikan yang bermutu adalah pemberian layanan jasa pendidikan di sekolah yang dapat memberikan kepuasan kepada para siswa di sekolah dan masyarakat atau orang tua siswa. Kualitas pada dasarnya dapat berupa kemampuan, barang, dan pelayanan, kualitas pendidikan dapat menunjuk kepada kualitas proses dan kualitas hasil (produk). Suatu pendidikan dapat bermutu dari segi proses yang sudah barang tentu amat dipengaruhi kualitas masukannya jika proses belajar mengajar berlangsung secara efektif, dan peserta didik mengalami proses pembelajaran yang bermakna dan juga memperoleh pengetahuan yang berguna baik bagi dirinya maupun bagi orang yang ditunjang secara wajar oleh sumber daya (manusia, dana, sarana, dan prasarana).

Pelayanan pendidikan yang bermutu amat penting agar konsumen (siswa) memperoleh kepuasan layanan dari jasa pendidikan yang diberikan

sekolah, sebab para siswa selaku pelanggan jasa pendidikan menaruh harapan yang besar terhadap sekolah dalam rangka mengantisipasi dan menjawab tantangan kehidupan di masa yang datang, terlebih peningkatan mutu pendidikan yang sudah diperoleh belum menggembirakan. Mutu lembaga pendidikan berkait erat dengan proses pendidikan. Tanpa proses pelayanan pendidikan yang bermutu tidak mungkin diperoleh siswa berprestasi. Kualitas layanan pendidikan bukan hanya berpengaruh terhadap hasil pendidikan, melainkan juga penting dilihat dari aspek persaingan antar lembaga penyelenggara pendidikan untuk mendapatkan siswa baru.

Dilihat dari adanya persaingan antar sekolah maka diperlukan adanya strategi pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan layanan pendidikan. Karena untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sekolah membutuhkan dukungan pemimpin sekolah dan karyawan sekolah berkualitas. Pemimpin sekolah harus mengembangkan kompetensi, kreativitas, mampu berperan sebagai agen perubahan sekolah, dan melihat fungsi SDM sebagai sumber keunggulan kompetitif sekolah. Pemimpin sekolah harus mengarahkan karyawan sekolah untuk mewujudkan sekolah yang baik dan berkualitas. Pemimpin sekolah juga harus meramu visi dan misinya, SDM-nya, serta strategi bersaingnya untuk menciptakan sekolah berkelas dunia.

MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi adalah bagian dari mitra pemerintah untuk memajukan pendidikan di Indonesia yang dalam struktur organisasinya berada di bawah naungan Kementerian Agama. Juga merupakan sekolah swasta yang dalam pengelolaannya langsung dibawah naungan Kementerian Agama. Meskipun lokasinya berdekatan dengan pesantren modern dan sekolah negeri ditambah munculnya sekolah-sekolah swasta baru yang menawarkan keunggulannya masing-masing terutama di

mandalawangi, namun grafik pendaftaran siswanya stabil terkadang meningkat, yang menjadi pesaing kuat di MTs Darul Huda Pusat antara lain SMPN 1 Mandalawangi yang mempunyai keunggulan dalam bidang eskul dan satu-satunya sekolah negeri yang lokasinya tidak begitu jauh dari MTs Darul Huda Pusat. Pondok Pesantren Darul Falah yang memiliki keunggulan dibidang keagamaan dan Bahasa Asing. Meskipun Banyaknya persaingan antar sekolah yang ada di Mandalawangi, semenarik apapun yang dilakukan lembaga lain jumlah pendaftar di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi banyak. Hal tersebut dikarekanakan meningkatnya pelayanan yang baik di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi, pelayanan yang baik yang diberikan oleh MTs Darul Huda Pusat Mandalawangi bertujuan agar para konsumen semakin puas dengan layanan yang diberikan oleh lembaga MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi, sehingga harus mempunyai strategi atau upaya-upaya yang digunakan dalam pemasaran pendidikan dan pelayanan pendidikan.

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah, maka masalah yang diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut: Pertama, bagaimana strategi jasa pemasaran pendidikan dan layanan pendidikan dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi Pandeglang; Kedua, apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi jasa pemasaran pendidikan dan layanan pendidikan dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi Pandeglang; Ketiga, bagaimana Dampak strategi jasa pemasaran pendidikan dan layanan pendidikan dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di MTs Darul Huda Pusat Pari Mandalawangi Pandeglang.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dilakukan di MTs Darul Huda Pusat yang terletak di Jl. Raya Mandalawangi, Pandeglang, Banten 42261. Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2020 hingga bulan Mei 2021.

Dalam penelitian kualitatif instrumen penelitiannya adalah penulis sendiri. Instrumen penelitian tidak bersifat eksternal atau objektif, akan tetapi internal atau subyektif yaitu peneliti itu sendiri tanpa menggunakan tes angket atau eksperimen. Oleh karena itu kehadiran peneliti secara langsung dalam lapangan penelitian di MTs Darul Huda Pusat merupakan suatu keharusan dalam penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini penulis menentukan informan sebagai subyek penelitian yaitu Kepala Sekolah dan seluruh Waka Sekolah . Kepala sekolah dan Wakil merupakan bagian terpenting dalam menentukan manajemen strategis dalam jangka panjang.

Obyek penelitian yang menjadi sasaran yaitu manajemen strategis, faktor pendukung dan penghambat serta faktor peluang dan tantangan dalam meningkatkan mutu pelayanan dan lulusan pendidikan, Sedang obyek penelitiannya sifat keadaan dari suatu benda, orang atau yang menjadi pusat perhatian yang berupa sifat, kualitas yang berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan dan juga proses. Data catatan lapangan bersumber dari hasil pengamatan observasi di lapangan yang menyangkut deskripsi keadaan, ruang peralatan, para pelaku dan juga aktivitas sosial yang sedang berlangsung dan yang berhubungan dalam manajemen strategis Sekolah Dasar Muhammadiyah Pamulang dalam meningkatkan Mutu Pelayanan dan Lulusan Pendidikan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap subyek penelitian.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.¹ Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yaitu pihak yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

Teknik wawancara dalam penelitian ini ditujukan kepada komponen MTs Darul Huda Pusat untuk mengungkap seputar strategi jasa pemasaran dan pelayanan pendidikan.

Menurut Cartwright observasi adalah proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan kesimpulan atau diagnosis. Observasi dapat dilakukan dengan cara ikut berpartisipasi (observasi partisipan) dalam kegiatan yang diobservasi ataupun tidak, yang jelas observasi merupakan teknik pengumpulan data yang penting dalam penelitian kualitatif.² Peneliti dalam penelitian ini tidak dapat bertindak untuk mengendalikan jalannya perencanaan manajemen strategis dalam meningkatkan mutu pelayanan dan lulusan pendidikan.

Penggunaan metode ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan, ruang peralatan, para pelaku dan juga aktivitas sosial yang sedang berlangsung dan yang berhubungan dengan pelaksanaan manajemen strategis

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017) hlm 100.

² Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2014) h 209

dalam meningkatkan mutu pelayanan dan lulusan pendidikan di Sekolah Dasar Muhammadiyah pamulang.

Dokumen merupakan rekaman kejadian masa lalu yang ditulis atau dicetak, mereka dapat berupa catatan, surat, buku harian dan dokumen-dokumen.³ Dokumentasi yang diambil dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan layanan sekolah yang terkait dengan delapan standar nasional pendidikan, sarana prasarana, kurikulum dan tenaga pendidik.. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif karena penggunaan dokumen dapat meningkatkan kredibilitas hasil wawancara.⁴

Dokumen dapat diartikan bahan tertulis ataupun film lain dari rekaman yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan dari seseorang peneliti. Teknik dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap data yang digunakan untuk memperoleh data berupa dokumen-dokumen berupa strategi jasa pemasaran pendidikan yang dilaksanakan oleh MTs Darul Huda Pusat.

Dalam penelitian kualitatif analisis data yang terbaik dilakukan sejak awal penelitian. Peneliti tidak boleh menunggu data lengkap terkumpul dan kemudian dianalisis. Peneliti sejak awal membaca dan menganalisis data yang terkumpul, baik berupa transkrip interview, catatan lapangan, dokumen atau material lainnya secara kritis analitis sembari melakukan uji kredibilitas maupun pemeriksaan keabsahan data secara kontinu.⁵

³ Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2014) h 215

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Alfabeta 2014. H 329

⁵ Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*, (Jakarta: Prenada Media Group 2015) h.400

Selanjutnya Bodgan dan Biklen (1982: 145) menyatakan : *data analyst is the process of systematically searching and arranging the interview transcript, fieldnotes, and others materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enabled you to present what you have discovered to others.* Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa analisis data merupakan suatu proses yang sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, observasi catatan lapangan, dokumen, foto dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan temuan penelitian dapat disajikan dan diinformasikan kepada orang lain. Analisis data diawali dengan penelusuran dan pencarian catatan pengumpulan data dilanjutkan dengan mengorganisasikan dan menata data tersebut kedalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, dan memilih yang penting dan esensial sesuai dengan aspek yang dipelajari dan diakhiri dengan membuat kesimpulan dan laporan.⁶

Menurut Nasution analisis data yang dianjurkan ialah reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Data yang penulis dapat dari lapangan ditulis dalam bentuk uraian. Laporan ini akan terus menerus bertambah dan akan menambah kesulitan bila tidak segera dianalisis sejak awal penelitian dilakukan. Kemudian laporan tersebut perlu direduksi, dipilih, dirangkum, hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari tema atau polanya.

⁶ Ibid., h.401

Laporan lapangan sebagai bahan yang dibuat sangat singkat, direduksi dan disusun secara sistematis sehingga lebih mudah dikendalikan. Data yang direduksi memberi gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari kembali data yang diperoleh bila diperlukan. Reduksi data dapat pula membantu dalam memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang diperoleh dari catatan lapangan.

2. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka tahap berikutnya yaitu penyajian data. Dalam penelitian ini penyajian data disajikan dalam bentuk uraian singkat dan bagan. Penulis memilih hal tersebut agar memudahkan penulis dan pembaca untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁷

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap berikutnya dalam analisis data kualitatif yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan pertama yang diungkap sangat memungkinkan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap pertama didukung oleh bukti yang kuat, maka kesimpulan yang diungkapkan adalah kesimpulan yang valid.⁸ Dalam penelitian yang dilakukan, untuk memperoleh kesimpulan

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Alfabeta 2014 h.338

⁸ Ibid., h.338

yang kredibel, maka dibutuhkan data-data pendukung lainnya. Seperti contohnya dalam pelaksanaan program-program peningkatan mutu layanan dan lulusan terdapat catatan, laporan kegiatan dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti melalui tahapan-tahapan sebagaimana yang ditulis oleh Moeloeng, yaitu tahap pra-lapangan, tahap pekerjaan lapangan dan tahap analisis data.⁹ Sehingga sampai pada laporan hasil penelitian.

4. Tahap Pra-lapangan

Pada tahap pra-lapangan ini peneliti mulai dari mengajukan judul kepada ketua program studi Manajemen Pendidikan Islam, kemudian peneliti membuat proposal penelitian yang judulnya sudah disetujui. Peneliti mempersiapkan surat-surat dan kebutuhan lainnya sebelum memasuki lokasi penelitian dan juga peneliti selalu memantau perkembangan yang terjadi di lokasi penelitian.

5. Tahap pekerjaan lapangan

Setelah mendapat izin dari Kepala sekolah peneliti kemudian mempersiapkan instrumen-instrumen yang berkaitan dengan penelitian.

6. Tahap analisis data

Setelah peneliti mendapatkan data yang cukup dari lapangan, peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh dengan teknik analisis yang peneliti uraikan diatas, kemudian menelaahnya, membagi dan menemukan makna dari apa yang telah

⁹ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017) h 127

diteliti. Untuk selanjutnya, hasil penelitian dilaporkan dan disusun secara sistematis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Jasa Pemasaran Pendidikan dan Layanan Pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi

Identifikasi dan analisis pasar merupakan kegiatan yang sangat mendasar bagi MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi. Identifikasi dan analisis pasar adalah kegiatan riset pemasaran yang berkaitan dengan kebutuhan peminat jasa pendidikan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui kebutuhan dan minat dari peminat jasa pendidikan dalam hal pendidikan. MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi sebagai lembaga pendidikan formal berusaha untuk memenuhi dan mewujudkan apa yang dibutuhkan oleh para konsumennya.

Target pemasaran di MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi saat ini Random/Acak. Jadi, siapa saja boleh sekolah di MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi. Sekolah juga memberi kesempatan kepada semua kalangan yang sadar akan pentingnya pendidikan. Siapa pun boleh bersekolah disini selama kuota masih tersedia dan anak lulus tes masuk.

Diferensiasi sekolah adalah suatu cara yang digunakan MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi untuk memasarkan jasa pendidikannya dan sebagai upaya mengatasi persaingan. Dalam hal ini sekolah harus benar-benar berusaha mencari celah untuk dapat memberikan penawaran berbeda dari sekolah lainnya agar dapat meningkatkan peminat dan tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi dalam memasarkan jasa pendidikannya masih dalam kategori yang biasa, yaitu dengan melakukan kegiatan promosi. Bentuk-bentuk promosi yang ada di MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi sudah menggunakan berbagai macam cara dan media: Media periklanan melalui media cetak. MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi juga selalu membuat brosur dan pamflet ketika akan dibuka pendaftaran peserta didik baru.

Lewat peran para alumni yang ikut membantu dalam mempromosikan. Mereka memperkenalkan dan menceritakan pengalamannya selama bersekolah di MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi.

Periklanan melalui media elektronik atau online, MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi memiliki sebuah akun sosial media. Informasi-informasi yang dimuat di akun sosial media berupa keunggulan, fasilitas, ekstrakurikuler dan kegiatan-kegiatan sekolah seperti outbond.

Datang langsung ke SD/MI untuk memaparkan program-program menarik yang dimiliki sekolah. MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi menyebut langkah ini sebagai sosialisasi ke SD/MI. Hal ini dimaksudkan supaya ada hal-hal yang ingin masyarakat ketahui dapat ditanyakan langsung kepada guru-guru yang bertugas memberikan sosialisasi.

Promosi mulut ke mulut, yang juga memberikan pengaruh yang bagus terhadap peningkatan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi.

MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi tidak ada evaluasi khusus berkaitan dengan promosi. Evaluasi hanya dilakukan dengan cara

melihat ketika peserta didik baru sudah masuk, ada tidak peningkatan peserta didik baru dari tahun sebelumnya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Jasa Pemasaran Pendidikan dan Layanan Pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi

Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi. Faktor pendukung berupa kepercayaan masyarakat yang masih tinggi terhadap MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi. Keterbatasan waktu, ketika pihak sekolah SD/MI memberikan ijin untuk melakukan sosialisasi pada hari ini, tetapi guru karena masih memiliki tanggung jawab untuk mengajar tidak bisa melaksanakan kegiatan sosialisasi. Sumber Daya Manusia, MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi belum memiliki tim khusus promosi atau tenaga khusus untuk memasarkan jasa pendidikan.

Faktor pendukung lainnya yang dapat mempengaruhi, yaitu:

- 1) Pendidikan guru sudah S1 dan beberapa S2
- 2) Hubungan lembaga dengan masyarakat harmonis
- 3) Terjalannya sinergi dengan lingkungan sekitar

Faktor penghambat lainnya yaitu:

- 1) Badgeting yang kurang
- 2) SDM yang belum mumpuni dan profesional
- 3) Lingkungan yang kurang mendukung.

3. Dampak Strategi Jasa Pemasaran Pendidikan dan Layanan Pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi

Dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan di sekolah telah diupayakan melalui berbagai kegiatan penataran, seminar, pendidikan

pelatihan ataupun workshop. Melalui berbagai kegiatan tersebut dikenalkan pada inovasiinovasi pembelajaran, karena inovasi adalah sebagai suatu kebutuhan. Pengembangan bahan ajar, pengembangan strategi dan metode pembelajaran, pengembangan media pembelajaran, sistem penilaian, evaluasi, dan esesmen telah menjadi menu utama dunia pendidikan, tetapi dari pengalaman empirik tampaknya upaya-upaya itu belum secara signifikan membawa perubahan dalam arti peningkatan mutu pendidikan di sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Pertama, strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi adalah sebagai berikut; (a) Melakukan identifikasi dan analisis pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhan masyarakat akan pendidikan sebelum melakukan promosi, (b) Melakukan segmentasi dan positioning, dalam hal ini MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi tidak membagi-bagi calon peserta didik, siapapun boleh masuk ke MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi dan dinyatakan lulus tes sebagai suatu persyaratan masuk, (c) Diferensiasi, dengan menunjukkan proses pembelajaran yang menyenangkan seperti outing class dan menampilkan ekstrakurikuler unggulan sekolah sebagai taktik persaingan dalam pemasaran, (d) Promosi; menerapkan teori bauran pemasaran untuk melakukan langkah-langkah promosi. Promosi ini sebagai strategi memasarkan jasa pendidikan untuk meningkatkan peminat dan daya tarik menyekolahkan anak ke MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi. Sebelum melakukan promosi terlebih dahulu melakukan langkah identifikasi dan analisis pasar, segmentasi dan positioning, dan diferensiasi. (e) Evaluasi promosi, kegiatan akhir yang dilakukan setelah melakukan promosi. Kedua, faktor pendukung dan

penghambat dari pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Darul Huda Pusat Gima Pari Mandalawangi adalah sebagai berikut; a) Faktor pendukung; Kepercayaan masyarakat, dan alumni masih tergolong tinggi, Pendidikan guru sudah S1 dan beberapa S2, Hubungan lembaga dengan masyarakat harmonis dan Terjalinnya sinergi dengan lingkungan sekitar. b) Faktor penghambat; Berkaitan dengan waktu, Badgeting yang kurang, SDM, tidak ada tim khusus yang bertugas dalam memasarkan jasa pendidikan dan Lingkungan yang kurang mendukung. Ketiga, dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan di sekolah telah diupayakan melalui berbagai kegiatan penataran, seminar, pendidikan pelatihan ataupun workshop, pengembangan bahan ajar, pengembangan strategi dan metode pembelajaran, pengembangan media pembelajaran, sistem penilaian, evaluasi, dan asesmen

DAFTAR PUSTAKA

- Lexy J. Moleong, 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- M. Sulthon Masyhudi, 2005. *Manajemen Pondok Pesantren*, Jakarta: Diva Pustaka
- Muhaimin, 2011. *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Rambat Lupiyadi, Haamdani 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, Alfabeta
- Suryo Subroto. 2004. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Uhar Suharsaputra, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Tindakan*, Bandung: Refika Aditama
- Undang-undang Standar Nasional Pendidikan (SNP), Peraturan Menteri No 19 Tahun 2011

Yoyon Bahtiar Irianto, 2010 *Pemasaran Pendidikan*. Jurnal pendidikan, Bandung: Rosda Karya.

Sumber lain:

Wawancara Bapak Erwan Kurtubi Kepala MTs Darul Huda Pusat, hari Kamis, 2 Juli 2020

Wawancara Bapak Mochamad Nazarudin Guru MTs Darul Huda Pusat, hari Kamis, 2 Juli 2020