

Marketing Mix under education strategy program with Enhancing Student Admission

Syahrul Fauzi^{1*}, Edy Yusuf Nur Samsu Santosa², Nidaul Fajrin³.

¹ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

³ Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

ABSTRACT :

Schools carry out various marketing strategies for educational services to attract public interest. The marketing mix strategy is one of the most successful strategies applied to schools. This article examines and describes the strategy of Madrasah Ibtidaiyah PUI Banjarsari, Ciamis, West Java, in marketing the education it provides. This research is field research with a qualitative approach. The data collection techniques are observation and interviews with selected sources by purposive sampling. The validity of the data was validated using triangulation of sources and techniques. The data was analyzed using interactive analysis techniques. The results show that Madrasah Ibtidaiyah PUI Kaum Banjarsari, Ciamis, West Java, use a marketing mix strategy to offer their institutions to the public, providing products; price; educators and education staff; location; facilities and infrastructure; process; and promotion. In student admission, they apply five standards to prospective students: objectivity, transparency, accountability, non-discriminatory, and competitive. Each madrasa needs to provide a standard for the input of students it receives to maintain the quality of its educational process.

KEYWORDS :

Marketing mix strategy, student admission, marketing of educational services.

ABSTRAK :

Sekolah melakukan berbagai strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat masyarakat. Strategi marketing mix merupakan salah satu strategi yang paling berhasil diterapkan di sekolah. Artikel ini mengkaji dan mendeskripsikan strategi Madrasah Ibtidaiyah PUI Banjarsari, Ciamis, Jawa Barat dalam memasarkan pendidikan yang diselenggarakannya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah observasi dan wawancara dengan narasumber terpilih secara purposive sampling. Keabsahan data divalidasi menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Analisis data menggunakan teknik analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Madrasah Ibtidaiyah PUI Kaum Banjarsari, Ciamis, Jawa Barat, menggunakan strategi bauran pemasaran untuk menawarkan lembaganya kepada masyarakat, menyediakan produk; harga; pendidik dan tenaga kependidikan; lokasi; sarana dan prasarana; proses; dan promosi. Dalam penerimaan mahasiswa, mereka menerapkan lima standar kepada calon mahasiswa: objektivitas, transparansi, akuntabilitas, non-diskriminatif, dan kompetitif. Setiap madrasah perlu memberikan standar input siswa yang diterimanya untuk menjaga kualitas proses pendidikannya.

KATA KUNCI :

Strategi bauran pemasaran, penerimaan siswa baru, pemasaran jasa pendidikan

SEJARAH ARTIKEL:

Diterima:

Diterima:

Diterbitkan:

P-ISSN : 2502-9223; E-ISSN : 2503-4383

Artikel DOI: <https://doi.org/10.14421/jiemsr.2022.11-1>

* penulis korespondensi : 21204091010@student.uin-suka.ac.id



Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-NonCommercial-Share A like 4.0 International License.

INTRODUCTION

Kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan oleh lembaga profit seperti perusahaan saja. Pemasaran juga dapat dilakukan pada lembaga pendidikan yang juga membutuhkan aktifitas pemasaran dalam rangka menarik peminat layanan pendidikan. Dewasa ini, dunia pendidikan juga berlomba-lomba menarik peminat layanan pendidikan atau calon siswa agar dapat menempuh pendidikan di lembaganya. Pemasaran layanan pendidikan adalah suatu aktifitas yang dilakukan sebagai upaya memperkenalkan lembaga pendidikan kepada stakeholder. Dalam proses pemasaran jasa pendidikan, suatu lembaga pendidikan harus mampu menarik stakeholder agar tertarik untuk masuk ke sekolah tersebut. Selain untuk menarik calon siswa, kegiatan pemasaran jasa pendidikan juga merupakan suatu kesempatan bagi lembaga pendidikan untuk memberikan layanan sehingga timbul kepuasan dari stakeholder (Faizin, 2017). Salah satu upaya untuk dapat menarik perhatian peminat layanan pendidikan yakni dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB). Penerimaan peserta didik baru merupakan kegiatan yang rutin dilaksanakan setiap satu tahun ajaran baru di ranah pendidikan. Penerimaan peserta didik baru adalah suatu aktifitas penarikan dan penerimaan calon siswa baru untuk masuk ke suatu lembaga pendidikan. Tahap pelaksanaan PPDB dilakukan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah (Rohmah, Wahyudi, & Pamungkas, 2020).

Pada saat ini persaingan antar lembaga pendidikan sangat signifikan (Stanley Nwannebuife et al, 2020). Oleh karenanya, suatu lembaga pendidikan perlu memiliki kualitas yang baik sehingga dapat menarik banyak perhatian calon peserta didik baru. Aktifitas penerimaan peserta didik baru merupakan suatu wadah untuk menciptakan berbagai inovasi pemasaran layanan pendidikan (Almasri, 2016). Selama ini, dalam kegiatan pemasaran kita hanya mengetahui proses kegiatan promosi saja, padahal banyak aspek-aspek lain yang dapat diunggulkan. MI PUI Kaum Banjarsari sebagai salah satu lembaga pendidikan memiliki beberapa inovasi dalam pemasaran melalui kegiatan penerimaan peserta didik baru. Tidak hanya memfokuskan kepada pendidik dan tenaga kependidikan untuk mendapatkan calon siswa baru, akan tetapi siswa juga diajak berpartisipasi dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru.

Selain dari menarik perhatian calon siswa baru, penerimaan peserta didik baru juga merupakan kesempatan bagi lembaga pendidikan memperlihatkan potret baik kualitas lembaga pendidikannya. Oleh karena itu, PPDB merupakan moment yang tepat, maka dari itu sebaiknya kegiatan tersebut dilakukan secara maksimal. Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum sendiri menggunakan metode jemput bola dalam proses PPDB, artinya bahwa MI PUI Kaum tidak serta merta hanya menunggu calon peserta didik baru mendaftarkan dirinya, justru menentukan target siapa saja calon siswa baru yang sekiranya akan mendaftar. Artikel ini akan mengkaji lebih jauh mengenai beberapa aspek pemasaran jasa pendidikan dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru di Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran atau marketing mix yang digunakan MI PUI Kaum Banjarsari dalam kegiatan pemasaran lembaga pendidikan dengan menerapkan standarisasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) yang telah tertulis dalam keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor 7265 tahun 2019. Harapannya artikel ini dapat memberikan pengetahuan akademik mengenai pemasaran di lembaga pendidikan tidak hanya fokus pada

kegiatan promosi saja akan tetapi masih ada beberapa aspek yang dapat diterapkan dalam pemasaran layanan pendidikan.

METODE

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. penelitian kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang dikaji melalui fenomena tertentu yang terjadi di lingkungan sekitar penelitian. Data yang diambil berdasarkan hasil dari pernyataan langsung subyek penelitian dalam hal ini pernyataan seseorang yang relevan dalam kegiatan penelitian dilakukan dengan cara wawancara. Teknis pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi (Ahmadi, 2016). Teknik validasi dan keabsahan data menggunakan teknis triangulasi sumber dan teknik, melakukan perbandingan data dari berbagai sumber, menggunakan referensi yang relevan dan mengambil kesimpulan berdasarkan data tersebut (Ilyas, 2016). Triangulasi teknik bahwa peneliti melakukan teknik yang berbeda kepada narasumber yang sama (Sugiyono, 2012). Teknik analisis data menggunakan tekni *analysis interactive* yang diciptakan oleh Miles dan Huberman, interaktif disini dimaksudkan bahwa, dalam tahapan satu dengan yang lainnya memiliki keterkaitan (Ahmadi, 2016). Responden dalam penelitian ini yakni kepala Tata Usaha, Ketua Pelaksana PPDB, Tenaga Pendidik dan Kependidikan serta wali siswa MI PUI Kaum Banjarsari.

STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN : *MARKETING MIX*

Pemasaran jasa pendidikan merupakan proses sosial dan manajerial untuk memperoleh yang dibutuhkan dan diinginkan oleh stakeholder dibidang pendidikan dengan menciptakan, menawarkan, dan melakukan pertukaran suatu produk yang memiliki nilai (Machali & Hidayat, 2016). *Marketing mix* sering juga disebut dengan bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang memiliki berbagai aspek untuk diimplementasikan sehingga kegiatan pemasaran tersebut dapat berjalan dengan maksimal dan mencapai tujuan yang diinginkan (Rahayu, 2020). Terdapat tujuh aspek 7P yang terdapat dalam *marketing mix* yakni *product, place, price, promotion, people, peocess, physical evidence* (Wisudawati & Rahmat Rizalmi, 2020).

Zeithaml dan Bitner mengemukakan teori marketing mix yakni suatu organisasi yang didalamnya memiliki elemen kontrol serta bertujuan untuk memuaskan dan dapat berinteraksi dengan stakeholder (Fatkul Anwar, 2014). Tujuh aspek yang terdapat dalam marketing mix diimplementasikan oleh MI PUI Kaum Banjarsari dalam proses penerimaan peserta didik baru diantaranya sebagai berikut :

1. Produk

Kotler dan Keller dalam Mamonto, dkk mendefinisikan produk yaitu jasa pendidikan yang dapat ditawarkan kepada stakeholder bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Mamonto, Tumbuan, & H. Rogi, 2021). Implementasi pemasaran layanan pendidikan berdasarkan aspek produk dalam marketing mix bahwa MI PUI Kaum Banjarsari berusaha memberikan kepuasan kepada peminat layanan pendidikan. Selain pendidik dan tenaga kependidikan, MI PUI Kaum juga memiliki suatu

program unggulan akademik dan non akademik seperti *Tahfidzul Qur'an*, *english club*, *lughotul 'arabiyah* dan matematika. Program unggulan yang paling diminati oleh calon wali santri dan juga wali santri adalah tahfidzul qur'an, alasannya karena wali santri merasa bangga ketika anak-anaknya bisa menghafal al-Qur'an, selain itu realitasnya bahwa pada instansi tingkat dasar di desa yang mulai berkembang masih jarang yang menjadikan tahfidzul al-Qur'an menjadi program unggulan madrasah. Program unggulan tersebut juga dijadikan sebagai salah satu icon madrasah untuk menarik lebih banyak stakeholder. Kemudian, program unggulan non akademik yang ditawarkan yakni dalam bentuk ekstrakurikuler seperti LKBB, pramuka, drumband, voli dan futsal.

Pencapaian di tahun terakhir pada program *tahfidzul qur'an* yang menjadi salah satu nilai unggul dalam menciptakan produk lulusan yang berkualitas bahwa setiap angkatan memiliki targetnya masing-masing, namun tidak dapat dipungkiri beberapa siswa yang memiliki dasar hafidz/ah sudah ada yang mencapai 20 juz al-Qur'an. Pencapaian tersebut dapat menjadi nilai unggul dalam memasarkan layanan pendidikan. MI PUI Kaum Banjarsari juga sedang merancang suatu program non akademik lainnya yakni paskibra, sering kali mendapatkan kejuaran umum LKBB sehingga MI PUI Kaum membuat suatu program tambahan yang bertujuan untuk mengembangkan minat bakat siswa dalam hal tersebut.

2. Harga

Harga didefinisikan sebagai seluruh biaya yang dibayarkan oleh wali santri seperti SPP, biaya pembangunan, biaya study tour, dan lain sebagainya (Labaso, 2019). Pembiayaan tersebut bertujuan untuk menunjang kemajuan instansi pendidikan itu sendiri, sehingga stakeholder mendapatkan layanan jasa pendidikannya. Harga disini merupakan beberapa aspek biaya yang juga dikeluarkan oleh pemerintah dan sekolah seperti beasiswa dan bantuan operasional sekolah (BOS). Aspek lain dalam harga yakni mengenai prosedur pembayaran serta persyaratan cicilan pembayaran juga termasuk kedalam definisi harga (Tangkilisan & Supandi Soegoto, 2014)

Dalam kegiatan PPDB di MI PUI Kaum tidak dipungut biaya, sehingga calon wali santri tidak perlu memikirkan berapa besaran biaya masuk karena beberapa biaya seperti biaya pendaftaran, biaya sumbangan pembinaan pendidikan (SPP), biaya ujian, uang bangunan 15% diambil dari bantuan operasional sekolah (BOS) dari pemerintah. Wali siswa hanya perlu membeli kebutuhan pribadi untuk menunjang kegiatan pembelajaran seperti buku lembar kerja siswa (LKS) dan seragam sekolah dalam hal ini hanya seragam batik dan olahraga.

MI PUI Kaum memberikan beasiswa bagi siswa berprestasi dan kurang mampu. Bentuk beasiswa untuk siswa berprestasi yakni dibebaskan buku lembar kerja siswa (LKS) dan seragam olahraga dan batik selama satu tahun. Kemudian beasiswa untuk siswa yang kurang mampu diberikan dalam bentuk membebaskan biaya lembar kerja siswa (LKS), biaya study tour, dan biaya seragam sekolah. Pembebasan biaya sumbangan pembinaan pendidikan (SPP), biaya pendaftaran dan biaya bangunan madrasah juga

dicantumkan dalam brosur PPDB tahun ajaran 2020/2021 bahwa calon wali santri tidak perlu membayar biaya tersebut diatas karena biaya tersebut sudah termasuk dalam bantuan operasional sekolah (BOS) dari pemerintah. Selanjutnya, karena bantuan operasional sekolah (BOS) tidak dapat menutupi seluruh operasional madrasah, maka MI PUI Kaum menarik biaya infaq tahunan kepada wali santri senilai Rp. 50.000,-. Infaq tersebut dialokasikan untuk pemeliharaan bangunan sekolah.

3. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia didefinisikan sebagai people (orang) dalam marketing mix yang berarti orang-orang yang terlibat dalam memberikan suatu layanan pendidikan. Dalam lembaga pendidikan kategori people yakni kepala madrasah, tata usaha, guru dan tenaga kependidikan lainnya (Khasanah, 2015). Terdapat 17 tenaga pendidik dan kependidikan yang saat ini masih bekerjasama dengan baik, diataranya 1 orang Kepala Madrasah, 4 orang tenaga pendidik inpassing, 10 orang yang menjadi Guru Tetap Yayasan (GTY), dan 2 orang Pegawai Tetap Yayasan (tabel 1).

Tabel 1. Tenaga pendidik dan kependidikan MI PUI KAUM Banjarsari.

No	Nama	Status Kepegawaian	Jabatan	Pendidikan Terakhir
1	Dede Mulyana, S.Pd	PNS	Kepala Madrasah	S.1/B.Ing
2	N. Sofiah, S.Pd.I	Inpassing	Guru	S.1/PAI
3	Imas Masitoh, S.Pd.I	Inpassing	Guru	S.1/PAI
4	Yeni Heryani, S.Pd.I	Inpassing	Guru	S.1/PAI
5	Sahidi, S.Pd.I	Inpassing	Guru	S.1/PAI
6	Ade Rahmat, S.Pd	GTY	Guru	S.1/PJKR
7	Dedi Herdiana, S.Pd	GTY	Guru	S.1/B.Indo
8	Destin Mandela, S.Pd.I	GTY	Guru	S.1/PAI
9	Nida Aulia, S.Pd.I	GTY	Guru	S.1/PGMI
10	Ruhyati, S.Pd	GTY	Guru	S.1/PGMI
11	Ofi Khoffiah, S.Pd.I	GTY	Guru	S.1/PAI
12	Jajat Sudrajat, S.Pd	GTY	Guru	S.1/PJKR
13	Yulli Nurhidayah, S.Pd.I	GTY	Guru	S.1/PGMI
14	Aulia Nurfitriyah, S.Pd.I	GTY	Guru	S.1/PGMI
15	Tutti Nurhalimah, S.Pd	GTY	Guru	S.1/PGMI
16	Suharti	PTY	Pustaka	SMA
17	Dewi Purnamasari	PTY	Staf TU	SMK

Berdasarkan daftar tenaga pendidik dan kependidikan dalam tabel 1 dapat diketahui bahwa hampir seluruh tenaga pendidik dan kependidikan Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari sesuai dengan kualifikasi bidangnya masing-masing. Kemajuan lembaga dalam menciptakan lulusan yang berkualitas dapat dilihat dari kualitas tenaga pendidik dan kependidikannya. Gelar memang tidak dapat mengukur seberapa berkualitasnya seseorang, namun sumber daya manusia yang dimiliki menunjukkan bahwa eksistensi guru sesuai dengan kualifikasinya merupakan faktor utama madrasah tersebut mampu bersaing dan mengalahkan madrasah ibtidaiyah bahkan sekolah dasar di sekitar lingkungannya sekalipun. Kompetensi sumber daya manusia yang sesuai juga dapat menjadi salah satu faktor peminat layanan pendidikan merasa tertarik terhadap suatu lembaga pendidikan, dapat dibuktikan berdasarkan peningkatan jumlah peserta didik di periode 2020/2021 dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya dimana tenaga pendidik dan kependidikannya masih belum mumpuni. Ketika suatu lembaga memiliki sumber daya manusia yang baik dan berkompetensi maka hal tersebut mampu membangun kepercayaan masyarakat untuk mencoba layanan jasa yang ditawarkan.

4. Lokasi (tempat)

Yang dimaksud dengan lokasi disini yakni terdiri dari pendistribusian, cakupan pasar, tempat yang strategis, dan lain sebagainya (Setiawan & Sugiharto, 2014). Implementasi strategi pemasaran layanan pendidikan berdasarkan lokasi di MI PUI Kaum Banjarsari merupakan salah satu fokus yang tak kalah pentingnya agar dapat menarik peminat layanan pendidikan. MI PUI Kaum dapat dikategorikan strategis karena lokasi madrasah berada dekat dengan rumah penduduk dan akses jalan kedua penduduk sekitar sehingga ketika ada orang tua yang mengantar dan menjemput anak akan lebih mudah, orang tua hanya perlu menurunkan anak langsung di depan gerbang madrasah. Lokasi madrasah tidak berada di jalan raya yang merupakan jalan utama daerah tersebut, sehingga jauh dari kebisingan, tidak terjadi kemacetan dan tidak banyak polusi.

MI PUI Kaum Banjarsari menempati area tanah seluas 783 m² dengan luas bangunan 450 m². Kemudian, status tanah atau lokasi madrasah sudah hak milik pribadi atas nama MI PUI Kaum Banjarsari yang berasal dari wakaf salah satu warga setempat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan bahwa luas tanah dan bangunan MI PUI Kaum telah mencapai standar tingkatan madrasah ibtidaiyah atas dasar lokasi yang mudah terjangkau dan memiliki lahan parkir yang luas sehingga memudahkan wali siswa ketika antar jemput siswa dan jika ada kepentingan lainnya yang mengharuskan adanya pertemuan di madrasah. Lokasi yang strategis juga dapat menarik peminat layanan pendidikan karena dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan akses untuk berangkat dan pulang dari sekolah.

5. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana dalam marketing mix lebih dikenal sebagai *physical evidence* yang berarti bukti fisik madrasah untuk dapat melaksanakan proses layanan pendidikannya dengan baik. *Physical evidence* terbagi menjadi dua bentuk yakni bukti

penting (*essential evidence*) yang terdiri dari desain dan tata letak madrasah seperti gedung madrasah, ruang kelas, perpustakaan, lapangan, ruang kepala madrasah, laboratorium, ruang guru, dan lain sebagainya (Sarifudin & Maya, 2019). Selanjutnya adalah bukti fisik pendukung (*peripheral evidence*) terdiri dari beberapa bukti fisik sebagai pendukung proses produksi layanan jasa pendidikan seperti tropi, rapor siswa, catatan prestasi siswa, dan lain sebagainya (Rahayu, 2020). Sarana dan prasarana yang dimiliki madrasah dapat terpelihara dan memiliki tata letak yang baik maka secara tidak langsung masyarakat akan menilai baik madrasah tersebut. Selain itu, sarana dan prasarana yang dimiliki madrasah merupakan salah satu faktor pendukung bari seluruh warga madrasah untuk dapat menunjang proses kegiatan pembelajaran dengan baik dan lancar.

Pada awal tahun 2020, Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum memiliki kekurangan dalam hal fasilitas madrasah. Hal tersebut terjadi karena jumlah siswa yang terus meningkat dari tahun ke tahun akan tetapi fasilitas yang dimiliki terutama ruang kelas masih belum mencukupi. Sehingga beberapa kelas harus belajar di mesjid dekat madrasah dan di rumah Ibu Sofiah yang merupakan salah satu guru di MI PUI Kaum. Namun, fasilitas lain seperti lapangan, perpustakaan sudah memadai. Selain ruang kelas, fasilitas pendukung lain yang kurang yakni laboratorium untuk komputer dan ruangan khusus untuk praktik pembelajaran seperti percobaan materi pelajaran IPA. Sehingga target tahun depan adalah fokus memperbaiki failitas madrasah khususnya ruang kelas, agar siswa mendapat kenyamanan dalam belajar.

6. Proses

Proses berarti seluruh aktifitas yang dilakukan di madrasah dalam hal layanan jasa pendidikan dari produsen yakni pendidik dan tenaga kependidikan kepada peminat layanan pendidikan yakni siswa sampai terciptanya output atau lulusan. Proses dalam kegiatan pembelajaran sesuai dengan standar nasional pendidikan mencakup standar isi, standar proses, standar pengelolaan dan standar penilaian (Rahayu, 2020). Alur kegiatan yang dilakukan di MI PUI Kaum Banjarsari sesuai dengan program kerja yang telah dirumuskan sebelumnya. MI PUI Kaum Banjarsari dalam mengelola seluruh proses aktifitas madrasah memulai dengan membentuk suatu kepanitiaan di awal tahun yang terdiri dari kepnitian kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB), kepanitiaan ujian semester hingga kepanitiaan perpindahan siswa di akhir tahun. Hal tersebut bertujuan agar setiap panitia mampu mengonsepkkan dan melaksanakan kegiatan dari jauh-jauh hari sehingga pada hari h panitia dapat langsung action tanpa harus memikirkan konsep dan lain sebagainya. Salah satu proses yang dilakukan pada kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) tahun ajaran 2020/2021 yakni pembukaan pendaftaran siswa baru dimulai dengan gelombang pertama sejak tanggal 9 Maret 2020 sampai dengan 5 Mei 2020. Kemudian dilanjutkan dengan gelombang kedua dimulai sejak tanggal 6 Mei 2020 sampai dengan 31 Juli 2021. Waktu pendaftaran tersebut merupakan jalur pendaftaran reguler. Kemudian, jalur pendaftaran prestasi dimulai sejak tanggal 10 Mei 2020 sampai dengan 9 Juni 2020.

Pada tahun 2020, proses kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) terkendala oleh pandemi Covid-19 sehingga MI PUI Kaum Banjarsari mengupayakan pendaftaran peserta didik baru melalui jalur online. Calon wali siswa akan diarahkan kepada humas atau narahubung PPDB kemudian akan diberikan link formulir pendaftaran peserta didik baru, jika calon wali siswa sudah mengisi formulir online tersebut maka bagian narahubung akan memberikan konfirmasi kepada calon wali tersebut. Namun, kendala yang terjadi yakni masyarakat di sekitar MI PUI Kaum Banjarsari masih kurang dalam pengetahuan menggunakan media sosial dalam hal ini formulir pendaftaran online sehingga solusi yang dilakukan adalah calon wali siswa cukup memberikan data diri putra-putrinya ke narahubung PPDB madrasah, kemudian oleh panitia PPDB terkait data tersebut akan diinput ke formulir pendaftaran online kemudian calon wali siswa menyerahkan dokumen atau perlengkapan administrasi calon peserta didik ke guru piket yang standby di madrasah.

7. Promosi

Promosi merupakan suatu aktifitas memberikan komunikasi kepada stakeholder mengenai produk dan seluruh informasi yang perlu diketahui oleh pengguna layanan pendidikan guna meyakinkan mereka agar memilih lembaga pendidikannya. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi diantaranya melalui media sosial seperti televisi, radio, surat kabar serta media maya yang memiliki banyak pengguna seperti facebook dan instagram, kemudian buletin, majalah, baliho, brosur dan lain sebagainya (Machali & Hidayat, 2016). Kegiatan promosi rutin yang dilakukan MI PUI Kaum adalah dengan menjalin kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah untuk mengadakan kunjungan atau sosialisasi terkait produk yang dimiliki MI PUI Kaum Banjarsari. Produk yang sering dipromosikan adalah program unggulan, kegiatan ekstrakurikuler yang paling diminati dan prestasi yang dimiliki oleh madrasah. Hal tersebut bertujuan untuk dapat menarik minat calon peserta didik agar mendaftarkan dirinya ke MI PUI Kaum Banjarsari dengan membangun kerjasama dengan lembaga *Raudhatul Athfal* (RA) yang ada di sekitar Kecamatan Banjarsari (tabel 2).

Tabel 2. Lembaga asosiasi dengan MI PUI KAUM Banjarsari

No	Nama Instansi Pendidikan
1	RA PUI Kaum Banjarsari
2	RA Miftahul Fatah Banjarsari
3	TK Al Ittihad
4	RA Al Furqon Persis Banjarsari
5	RA Al Huda Persis Kubangpari
6	TK Merpati Banjarsari
7	TK Aisyiah Bustanul Athfal 1 Banjarsari
8	TK Assalam
9	TK Attajdid

10	PAUD Attajdid
11	RA Darussalam
12	RA Riyadussalam

Selanjutnya, kegiatan promosi lain yang dilakukan secara serentak dengan melibatkan peserta didik MI PUI Kaum yakni melakukan drumband keliling wilayah Banjarsari dengan harapan masyarakat lebih luas akan merasa penasaran dengan grup drumband yang dilihatkan kemudian masyarakat akan mencari informasi tentang MI PUI Kaum sehingga mereka merasa tertarik untuk mendaftarkan putra-putrinya belajar di MI PUI Kaum. Selanjutnya, kegiatan promosi yang juga dilakukan MI PUI Kaum Banjarsari yakni dengan membuktikan kepada masyarakat berdasarkan output atau lulusan MI PUI Kaum dapat diterima di sekolah menengah pertama terfavorite di wilayah Banjarsari dan Kabupaten/Kota lainnya. Selain dari lulusan, MI PUI Kaum juga membuktikan dengan penghargaan yang dimiliki atas prestasi yang diraih oleh siswa. Masyarakat yang bekunjung akan merasa tertarik karena MI PUI Kaum yang mampu mendapatkan prestasi begitu banyak. Selain itu, Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari juga memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai salah satu alat promosi yang paling diminati pada zaman ini yakni mendokumentasi lomba yang diikuti oleh siswa pada channel Youtube MIKA BISA serta mengupload brosur di facebook MI PUI Kaum Banjarsari.

PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU MADRASAH IBTIDAIYAH PERSATUAN UMAT ISLAM KAUM BANJARSARI

Dalam Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7292 Tahun 2019 tentang Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru pada Raudhatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah dan Madrasah Aliyah Kejuruan bahwa tata cara penerimaan peserta didik baru harus memiliki setidaknya 5 asas yakni obyektivitas, transparansi, akuntabilitas, tidak diskriminasi dan kompetitif. (Anonim, 2019).

Mengacu pada petunjuk teknis kegiatan penerimaan peserta didik baru pada madrasah bahwa implementasi kegiatan PPDB di MI PUI Kaum Banjarsari yakni sebagai berikut :

1. Obyektifitas

Salah satu syarat yang ditetapkan oleh MI PUI Kaum dalam kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru bahwa dilihat dari umur calon siswa. Umur minimal untuk siswa madrasah kelas satu yakni 6 tahun. Apabila terdapat calon peserta didik yang masih berusia 5 tahun 6 bulan maka MI PUI Kaum akan mempertimbangkannya dengan syarat wali siswa harus memenuhi beberapa dekomen seperti surat rekomendasi dari sekolah sebelumnya yang menyatakan bahwa siswa tersebut mampu dalam segi intelektual untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya. Selain surat rekomendasi dari sekolah sebelumnya, MI PUI Kaum juga meminta surat psikolog yang mnyatakan bahwa siswa tersebut mampu mengikuti pendidikan pada tingkatan Madrasah Ibitidaiyah. Selain itu, pertimbangan lain yakni dengan melihat kuota penerimaan peserta didik baru MI PUI Kaum.

2. Tranparansi

Transparansi merupakan sebuah prinsip untuk menjamin suatu akses dan kebebasan bagi masyarakat agar dapat menerima informasi mengenai kebijakan serta suatu hasil yang ingin dicapai. Suatu lembaga menerapkan transparansi maka akan memberikan dampak yang positif untuk keberlangsungan tatanan lembaga tersebut karena dengan transparansi akan menimbulkan rasa kepercayaan pada masyarakat terhadap lembaga (Asdi Sangki, Gosal, & Kairupan, 2017). MI PUI Kaum Banjarsari selalu mengedepankan keterbukaan kepada masyarakat. Dalam kegiatan PPDB Sendiri MI PUI Kaum memprioritaskan masyarakat setempat untuk mendaftarkan putra-putrinya menjadi peserta didik MI PUI Kaum. Oleh karena MI PUI Kaum berada pada lingkungan penduduk yang cukup padat, maka secara langsung maupun tidak langsung jika terdapat kegiatan masyarakat sekitar pasti akan diberikan setidaknya informasi mengenai kegiatan yang akan dilakukan, dalam beberapa kegiatan MI PUI Kaum juga selalu mengundang perwakilan atau tokoh masyarakat untuk hadir pada acara tertentu salah satunya acara pelepasan (wisuda) siswa akhir dan kenaikan kelas 1-5.

Pada kegiatan PPDB ini informasi yang diterima oleh masyarakat dilakukan oleh beberapa cara yakni masyarakat dapat mengetahui dari pamflet yang dipasang di sekitar madrasah, dari mulut ke mulut sampai dewan guru mendatangi kediaman masyarakat untuk mengantarkan formulir pendaftaran peserta didik baru atau masyarakatnya sendiri yang datang ke rumah dewan guru untuk menanyakan prosedur pendaftaran siswa baru. Selain itu, karena pada tahun 2020 kegiatan promosi PPDB MI PUI Kaum terhambat oleh Covid-19 yang biasanya promosi dilakukan dengan sosialisasi ke beberapa lembaga pendidikan maupun dengan melakukan drum band mengelilingi kecamatan Banjarsari, promosi pada tahun 2020 hanya dilakukan dengan menyebar luaskan informasi pembukaan PPDB melalui media sosial sehingga dapat diketahui oleh masyarakat lebih luas.

3. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan suatu bentuk sikap pertanggungjawaban dalam menjalankan suatu tugas serta untuk mencapai tujuan tertentu dalam individu maupun kelompok (Khalis, 2018). Konsep akuntabilitas yang dilaksanakan dalam penerimaan peserta didik baru MI PUI Kaum Banjarsari bahwa madrasah telah menentukan kuota siswa baru yang akan diterima, kuota tersebut sudah disesuaikan dengan jumlah rombongan belajar (rombel) berdasarkan fasilitas yang dimiliki madrasah. Selain itu, berdasarkan pernyataan wali siswa bahwa pertanggungjawaban yang telah dilakukan MI PUI Kaum Banjarsari yakni dengan memberikan ilmu pengetahuan, mengembangkan bakat siswa serta memberikan pengalaman yang berharga selama siswa mengembang pendidikan di MI PUI Kaum Banjarsari. Hal tersebut dapat dilihat dari output atau lulusan yang diterima di beberapa sekolah menengah pertama favorite, kejuaran olimpiade yang diraih oleh siswa, akhlakul karimah, dan lain sebagainya. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa pendidik MI PUI Kaum Banjarsari telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada siswanya sehingga lulusan MI PUI Kaum Banjarsari dapat bersaing

dengan siswa lain. Selain itu, dapat dilihat dari banyaknya jumlah peserta didik baru yang ingin mendaftar ke madrasah.

4. Tidak Diskriminatif

Implementasi dari prinsip tidak diskriminatif dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) di MI PUI Kaum Banjarsari bahwa madrasah tidak memilah dan memilih peserta didik baru yang akan mendaftar. Madrasah menerima siswa baru dari berbagai kalangan dengan tidak membedakan tingkatan ekonomi, suku, budaya, ras dan lain sebagainya. Akan tetapi, madrasah memang hanya menerima peserta didik yang beragama Islam hal ini dikarenakan basic madrasah yang memegang ajaran agama Islam. Namun, jika ada sekolah lain yang tidak memiliki dasar Islam kemudian ingin bekerjasama dengan madrasah maka MI PUI Kaum dengan senang hati akan menerima. Selain itu, prinsip tidak diskriminatif disini juga dapat dilihat berdasarkan pengelompokan kelas, dimana madrasah tidak melihat siswa-siswinya berdasarkan status sosial ekonomi, ras, budaya dan lain sebagainya. Dalam pengelompokan kelas, madrasah hanya akan membagi sesuai dengan rombongan belajar, tidak melihat dari prestasi siswa dan lain sebagainya. Semua siswa mendapat fasilitas yang sama. Kemudian, dalam menyampaikan materi pembelajarandewan guru MI PUI Kaum juga tidak melihat latar belakang siswa, mereka hanya akan menyampaikan materi akademik dan non akademik kepada semua siswa MI PUI Kaum Banjarsari.

5. Kompetitif

Prinsip kompetitif juga diperlukan dalam proses penerimaan peserta didik baru. Implementasi prinsip kompetitif di MI PUI Kaum Banjarsari yakni dengan menerapkan kualifikan peserta didik baru yang akan diterima dengan memperhatikan daya tampung dan kesiapan calon peserta didik untuk masuk pada jenjang pendidikan pertama yakni Madrasah Ibtidaiyah. Pada dasarnya, MI PUI Kaum Banjarsari tidak menyelenggarakan ujian masuk madrasah sebagai syarat lulus atau tidak lulusnya siswa baru. MI PUI Kaum Banjarsari kemampuan hafalan surat atau tahfidz, kemampuan membaca, menulis dan berhitung calon peserta didik baru. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui kemampuan akademik setiap siswa. Namun, pada kenyataannya seluruh siswa baru akan diterima dengan mempertimbangkan daya tampung siswa baru dan kualifikasi siswa.

KESIMPULAN

Kegiatan pemasaran jasa pendidikan MI PUI KAUM tidak hanya dilakukan oleh tenaga pendidik dan kependidikannya saja untuk menyebarkan formulir dan interaksi dengan media sosial, akan tetapi peserta didik juga terlibat dalam kegiatan promosi lembaganya dengan menampilkan kegiatan ekstrakurikuler seperti drumband di hadapan peserta didik pada lembaga asosiasi dengan MI PUI Kaum Banjarsari. Dalam hal ini, bauran pemasaran (marketing mix) digunakan oleh MI PUI Kaum Banjarsari yang ditawarkan kepada calon peserta didik yaitu: produk; harga; sumber daya manusia; lokasi; sarana dan prasarana; proses dan; promosi. Dalam

kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru, Madrasah Ibtidaiyah Persatuan Umat Islam Kaum Banjarsari menerapkan standarisasi yang telah tercantum dalam keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam nomor 7265 tahun 2019 yang membawahi Raudhatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah, dan Madrasah Aliyah Kejuruan. Yang mana dalam peraturan tersebut terdapat 5 aspek yang harus diperhatikan oleh setiap lembaga dalam kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru, yaitu: objektif; transparansi; akuntabilitas; tidak diskriminatif dan; kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Kepala Madrasah Ibtidaiyah PUI Banjarsari, Ciamis, Jawa Barat yang telah memberikan izin untuk pelaksanaan penelitian ini. Selanjutnya, ucapan terima kasih kepada tenaga pendidik dan kependidikan serta informan yang telah meluangkan waktu untuk mendampingi dan memberikan informasi terkait dengan penelitian ini sehingga semua aktivitas kami dapat berjalan dengan lancar.

REFERENSI

- Ahmadi, Rulam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Almasri, M Nazar. 2016. "Manajemen Sumber Daya Manusia: Imlementasi Dalam Pendidikan Islam." *Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 19 (2): 133-51. <https://doi.org/10.1002/eji.201370106>.
- Anonim. 2020. "Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7292 Tahun 2020 Tentang Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Raudhatul Athfal, Madrasah Ibtidaiyah, Madrasah Tsanawiyah, Madrasah Aliyah Dan Madrasah Aliyah Kejuruan Tahun Pelajaran 2021./20."
- Asdi Sangki, Adiando, Ronny Gosal, and Josep Kairupan. 2017. "Penerapan Prinsip Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Pengelolaan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Desa." *Ejournal Unsrat*.
- Faizin, Imam. 2017. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah." *Madaniyah* 7 (2): 83-261.
- Fatkul Anwar, Dedik. 2014. "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidkan Di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta." UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ilyas. 2016. "Pendidikan Karakter Melalui Homeschooling." *Journal of Nonformal Education* 2 (1): 94.
- Khalis, Nur. 2018. "Akuntabilitas Penyelenggaraan Pendidikan Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 11 (2): 182.
- Khasanah, Afidatun. 2015. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden." *El-Tarbawi* 8 (2): 161-76. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>.
- Labaso, Syahrial. 2019. "Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta." *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3 (2): 289-311.

<https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.

- Machali, Imam, and Ara Hidayat. 2016. *The Handbook of Education Management : Teori Dan Praktik Pengelolaan Sekolah/Madrasah Di Indonesia*. 2nd ed. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Mamonto, Felisa Windy, Willeam J.F.A Tumbuan, and Mirah H. Rogi. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Podomoro Poigar Di Era Normal Baru." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 9 (2): 110–21. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.33281>.
- Rahayu, Nurliyati. 2020. "Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di TK Negeri 2 Yogyakarta." *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini* 2 (9): 91–114.
- Rohmah, Sheila, Wahyudi, and Fanzan Pamungkas. 2020. "Pengelolaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Berdasarkan Sistem Zonasi Di SMP Negeri Di SMP Negeri 1 Mlonggo Jepara." *Jawda : Journal of Islamic Education Management* 1 (1): 26.
- Sarifudin, Sarifudin, and Rahendra Maya. 2019. "Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Madrasah Aliyah Terpadu (Mat) Darul Fallah Bogor." *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2 (2): 135–54. <https://doi.org/10.30868/im.v2i02.513>.
- Setiawan, Wilson, and Sugiono Sugiharto. 2014. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2 (1).
- Stanley Nwannebuife, Ajalie, Ofuonyebuzor Daniel Chucks, Olaleke Ogunnaike Oluseye, and Oluwakemi Onayemi. 2020. "Empirical Examination of Intrinsic Motivation as a Predictor of Organizational Productivity." *THE INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS & MANAGEMENT* 8 (9): 173–80. <https://doi.org/10.24940/theijbm/2020/v8/i9/BM2009-055>.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tangkilisan, Glendy, and Agus Supandi Soegoto. 2014. "Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Di SMK N 1 Manado." *Jurnal Emba* 2 (4): 272.
- Wisudawati, Tri, and Sigit Rahmat Rizalmi. 2020. "Analisis Metode Marketing Mix 7P Sebagai Strategi Pemasaran Produk Daur Ulang." *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)* 1 (1).