

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran tempat penelitian

1. Profil MTs Negeri 4 Cilacap

Nama	: MTs Negeri 4 Cilacap
Status	: Negeri
NSS/NISM	: 121133010004
NPSN	: 20363380
Tanggal SK	: 16 Maret 1997
Alamat	: Jl. Letjend. S. Parman 120 Planjan Kesugihan Kab. Cilacap
Website	: https://mtsn4cilacap.sch.id/
Email	: mtsnplanjan@jateng.kemenag.go.id
Telephone	: 0282-5513289
Kode Pos	: 53274
Akreditasi	: A

2. Sejarah berdirinya MTS Negeri 4 Cilacap

Pada akhir tahun 1996 terdapat informasi dari Kasi Pergais (Drs. Suharto) Departemen Agama tentang penegerian MTs Swasta bagi yang berminat. Akan tetapi setelah hampir penutupan pendaftaran penegerian ternyata belum ada madrasah yang mendaftar. Sehingga sesepuh MTs YAPPI Planjan (KH. Moenawar) mengizinkan MTs YAPPI didaftarkan

oleh pengurus Bapak Marfu'i dan akhirnya mendapatkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 107 tahun 1997 tentang Pembukaan dan Penegerian Madrasah tanggal 17 Maret 1997, dengan SK tersebut resmilah menjadi MTs Negeri Planjan pada tanggal 30 September 1997 yang diadakan serah terima Kepala MTs dari Bapak Nasikin kepada Bapak Maulidin, BA.

Pada tahun 2017 sesuai keputusan Menteri Agama Nomor 810 Tahun 2017 Tentang Perubahan Nama Madrasah Aliyah Negeri, Madrasah Tsanawiyah Negeri, dan Madrasah Ibtidaiyah Negeri Di Provinsi Jawa Tengah, maka MTs Negeri planjan berubah menjadi MTs Negeri 4 Cilacap.

Kemajuan dan berbagai predikat yang diterima MTs Negeri 4 Cilacap tidak terlepas dari peran seluruh tenaga kependidikan yang ada di madrasah di bawah pimpinan Kepala Madrasah. Sejak berdiri MTs Negeri 4 Cilacap telah mengalami pergantian kepala madrasah yaitu:

- 1) Nasikin tahun 1997
- 2) H. Maulidin S.Pd.I tahun 1997-2007
- 3) Wahyudin, M.Pd.I tahun 2007-2010
- 4) Drs. Kusnandar, M.Ag tahun 2010-2018
- 5) Wahyudin, M.Pd.I tahun 2018-2022
- 6) H. Mathori, S.Pd, M.M tahun 2022-sekarang

Semuanya memiliki peranan yang sangat berarti pada masa kepemimpinannya serta telah memberikan dasar yang kuat pada masa kepemimpinan berikutnya.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Madrasah

a. Visi

Terwujudnya Peserta didik yang Unggul, Modern, Islami, dan Berwawasan Lingkungan (UMI-BERLIAN)

b. Misi

- 1) Melaksanakan pembelajaran secara efektif, berkarakter, dan bermakna untuk meningkatkan prestasi akademik.
- 2) Menyelenggarakan kelas Program Khusus Sains dan Agama non asrama untuk meningkatkan prestasi akademik peserta didik.
- 3) Melaksanakan program bimbingan konseling secara efektif sehingga setiap peserta didik mampu berkembang secara optimal sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- 4) Melaksanakan ekstrakurikuler secara efektif sesuai bakat dan minat peserta didik sehingga memiliki keunggulan dalam berbagai kejuaraan.
- 5) Melaksanakan pengelolaan madrasah dengan manajemen partisipatif yang melibatkan seluruh warga madrasah dan *stakeholder* menuju Terwujudnya Peserta Didik yang Unggul, Modern, Islami, dan Berwawasan Lingkungan (UMI-BELIAN)
- 6) Melaksanakan tata tertib madrasah dengan baik dan penuh tanggung jawab.

- 7) Menumbuhkan penghayatan dan pembiasaan terhadap ajaran agama islam sehingga menjadi peserta didik yang Unggul, Modern, Islami, dan Berwawasan Lingkungan (UMI-BELIAN).
- 8) Mewujudkan lingkungan madrasah yang bersih, sehat, asri, dan peduli dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup.

c. Tujuan

Tujuan madrasah mengacu pada visi dan misi madrasah, serta tujuan umum pendidikan dasar. Tujuan madrasah dalam mengembangkan pendidikan adalah sebagai berikut.

- 1) Terwujudnya peserta didik yang mampu berprestasi dalam bidang akademis maupun non akademis.
- 2) Meningkatkan kedisiplinan peserta didik dalam melaksanakan tata tertib madrasah.
- 3) Terbentuknya kebiasaan peserta didik untuk sholat fardu berjamaah, sholat dhuha, dan kebiasaan-kebiasaan yang islami.
- 4) Hafal surat dalam Juz ‘Amma sesuai dengan tingkatan kelas.
- 5) Mengembangkan keseimbangan antara pengembang sikap spriritual dan sosial, rasa ingin tahu, kreativitas, kerja sama dengan kemampuan intelektual dan psikomotorik.
- 6) Mengembangkan sikap, pengetahuan, dan keterampilan serta menerapkannya dalam berbagai situasi di madrasah dan masyarakat.
- 7) Terciptanya pengelolaan madrasah dengan manajemen partisif yang melibatkan seluruh warga madrasah dan *stakeholder* menuju

terbentuknya peserta didik yang Unggul, Modern, Islami, dan Berwawasan Lingkungan (UMI-BELIAN).

8) Terwujudnya lingkungan madrasah yang bersih, sehat, asri, dan peduli dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup.

4. Keadaan Sumber Daya Manusia

Dalam keberlangsungan proses pendidikan di madrasah membutuhkan sumber daya manusia diantaranya pengelola pendidikan, tenaga pendidikan, dan pelayanan administrasi. Jumlah keseluruhan sumber daya manusia yang ada di MTs Negeri 4 Cilacap 61 orang. Sehingga madrasah mampu mencapai tujuannya dalam memberikan pelayanan secara maksimal kepada peserta didik, orang tua peserta didik, dan *stakeholder* untuk mencapai kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui rincian sumber daya manusia di madrasah bisa melihat pada lampiran.

5. Keadaan Peserta didik

Daya tampung peserta didik MTs Negeri 4 Cilacap dari tahun 2019-2022:

Tabel 1.2 Keadaan peserta didik 4 tahun terakhir di MTs Negeri 4 Cilacap:

No.	Tahun Ajaran	Kelas VII	Kelas VIII	Kelas IX	Jumlah
1.	2019/2020	274	240	211	725
2.	2020/2021	235	271	239	745
3.	2021/2022	259	234	270	763
4.	2022/2023	278	257	232	767

6. Sarana Prasarana

Tabel 1.3 Keadaan sarana prasarana MTs Negeri 4 Cilacap:

No.	Jenis Fisik	Jumlah	Kondisi
1.	Ruang Kamad	1	Baik
2.	Ruang TU	1	Baik
3.	Ruang Waka	1	Baik
4.	Ruang Guru	1	Baik
5.	Ruang BK	1	Baik
6.	Ruang OSIS	1	Baik
7.	Ruang UKS	1	Baik
8.	Ruang Perpustakaan	1	Baik
9.	Ruang Lab Komputer	1	Baik
10.	Ruang Lab IPA	1	Baik
11.	Ruang Komite	1	Baik
12.	Gedung Olahraga	1	Baik
13.	Mushola 2 Lantai	1	Baik
14.	Toilet	20	Baik
15.	Gudang	2	Baik
16.	Koperasi	1	Baik
17.	Kantin	5	Baik
18.	Ruang Satpam	1	Baik
19.	Ruang Kelas	23	Baik

7. Fasilitas Madrasah

Tabel 1.4 Keadaan fasilitas MTs Negeri 4 Cilacap:

No.	Jenis fisik	Jumlah	Kondisi	
			Baik	Rusak
1.	LCD	10	7	3
2.	Laptop	63	52	11
3.	Komputer	35	14	21
4.	Organ	1	1	-
5.	AC	21	17	5
6.	Sound system	1	1	-
7.	Mega phone	5	5	-
8.	Peta dunia	3	2	1
9.	Peta Indonesia	4	3	1
10.	Mobil Mpv/penumpang	1	1	-
11.	Mobil pick up	1	1	-
12.	Sepeda motor matic	1	1	-
13.	Drumband	1 set	1	-
14.	Globe	2	1	1
15.	Alat pemadam kebakaran	1	1	-
16.	Gitar	3 buah	2	1
17.	Pengukur suhu	3 buah	3	-
18.	Pengukur suhu digital	1 buah	1	-

19.	Kerucut rambu-rambu jalan	10 buah	10	-
20.	Meja ruang kamad	3 set	3	-
21.	Meja ruang Tata usaha	7 set	7	-
22.	Meja ruang guru	41 set	41	-
23.	Meja ruang perpustakaan	3 set	3	-
24.	Meja ruang BK	4 set	4	-
25.	Meja ruang komite	3 set	3	-
26.	Meja ruang satpam	1 set	1	-
27.	Gerobag sampah	1 buah	1	-

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peneliti sudah melaksanakan observasi dilapangan mulai bulan Oktober 2022 sampai Mei 2023, yaitu mengenai Penerapan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 4 Cilacap, berdasarkan rumusan masalah di Bab I peneliti menemukan jawaban dengan melakukan wawancara kepada pihak sekolah yaitu kepala madrasah, waka humas, waka kesiswaan, waka kurikulum, operator, dan peserta didik. Peneliti akan menjelaskan mengenai data-data yang peneliti dapatkan saat melaksanakan penelitian.

1. Penerapan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri 4 Cilacap.

Pemasaran jasa pendidikan adalah kegiatan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas melalui promosi dengan

menetapkan segala aspek kebutuhan dan keinginan untuk mendapatkan layanan jasa pendidikan agar mencapai tujuan bersama. MTs Negeri 4 Cilacap menawarkan produk seperti program pendidikan, proses pelayanan pendidikan, dan hasil lulusan (*output*) dari madrasah. Pentingnya pemasaran bagi madrasah untuk tetap berkembang di era digitalisasi, sehingga mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mathori selaku Kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

“Pemasaran jasa pendidikan adalah bagaimana mempromosikan sebuah jasa pendidikan dalam hal ini adalah madrasah. satu agar diketahui masyarakat dan sehingga orang tua atau masyarakat tahu sebagai pangsa pasarnya mau mendekat atau menggunakan jasa pendidikan di MTS Negeri 4 Cilacap. jadi pemasaran itu penting sekali makanya di era digitalisasi sekarang ini apalagi peran humas bukan hanya hubungan dengan masyarakat saja kami juga menyediakan banner di depan madrasah yang terpampang di sini adapun menggunakan media baik grup-grup lewat digitalisasi coba kami sampaikan.” (Mathori, 2022: PE1)

Pemasaran jasa pendidikan merupakan aktivitas untuk merancang penawaran jasa pendidikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dengan menyertakan kebijakan penentuan harga, komunikasi, distribusi jasa pendidikan yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi, serta melayani pasar jasa pendidikan (Wijaya, 2016).

Kegiatan Pemasaran jasa pendidikan sebagai cara untuk menjalin hubungan dan menginformasikan kepada masyarakat melalui promosi menggunakan media manual dan media online, dengan menetapkan produk yaitu jasa pendidikan sebagai aspek untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan layanan jasa dalam mencapai kebutuhan bersama. MTs Negeri 4 mempunyai tujuan dari pemasaran jasa yang mengacu pada visi dan misi

yang berbunyi "terwujudnya menciptakan peserta didik yang unggul, modern, islami, dan sekaligus berwawasan lingkungan". Perwujudan MTs Negeri 4 tahun 2023 sebagai madrasah adiwiyatama sesuai slogan yaitu MTs Negeri 4 Cilacap MANTAP merupakan akronim dari "Moderat, Agamis, Nyaman, Terukur, Akuntabel, dan Prestatif". Produk yang dihasilkan madrasah antara lain program madrasah yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dengan melihat kriteria anak seperti minat dan bakat dalam mengembangkan prestasi peserta didik, serta membutuhkan dukungan orang tua peserta didik. Dengan itu madrasah mempunyai program *Panotofondation* yaitu pendekatan orang tua untuk mengenal tipe-tipe belajar anak sesuai dengan kecerdasan secara intelektual ataupun kecerdasan kinestetik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Mathori selaku kepala MTS Negeri 4 Cilacap bahwa:

“Oke kayanya tadi di atas sudah kami sampaikan ketika kami sudah menggaet peserta didik di madrasah bagaimana program madrasah makanya harus nyambung harapan kami ibaratnya ketika kami masyarakat butuhnya sebuah A maka kita sodorkan A, ketika masyarakat punya B kita sudah punya B. dan alhamdulillah dalam rangka meningkatkan elektabilitas itu sudah sedikit menjadi apa tanggapan di masyarakat semakin meningkat itu punya peserta didik. Makanya setelah masuk sesuai program kami karena kami punya visi adalah menciptakan peserta didik yang unggul, modern, islami, dan sekaligus berwawasan lingkungan. Perwujudan itu untuk mewujudkan 2023 MTs Negeri 4 Cilacap sebagai madrasah adiwiyata dan kami juga punya slogan yaitu MTs Negeri 4 Cilacap MANTAP merupakan akronim dari Moderat, Agamis, Nyaman, Terukur, Akuntabel, dan Prestatif itu mungkin slogan kami ke anak-anak untuk tetap bisa mendukung program madrasah visi madrasah sekaligus untuk memacu mereka berprestasi. Dan untuk program orang tua peserta didik kami mengadakan rapat untuk wali murid asumsinya bukan hanya uang saja kami juga ada semacam modering parenting dan kemarin juga ada program program panotofondation pendekatan atau bimbingan orang tua yang harus kami dampingi. Ya ternyata

mereka juga cukup antusias ya contohnya bagaimana mengenal dirinya adalah bagaimana mengenal tipe-tipe belajar seperti auditing atau itu bisual, kinestetik anak-anak kita orang tuanya tahu ini ternyata anak ini pintar atau pandai bukan hanya di intergeni saja, kalau anak pintar olahraga nggak mungkin pintar pintar semuanya atau mungkin saja sih anaknya multitalenta.” (Mathori, 2022: G12)

Penerapan *marketing mix* di MTs Negeri 4 Cilacap sebagai strategi pemasaran dalam menyesuaikan pelaksanaan pemasaran jasa dengan menawarkan kepuasan melalui program, kesiapan karir, layanan dan manfaat bersama. seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mastur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

"Marketing mix ini yang kita lakukan menggandeng stakeholder yang ada melakukan kerjasama dengan dunia luar madrasah dalam hal ini bursa mushola masjid kemudian tokoh masyarakat atau diantaranya bisa komite, nanti kerjasama ada mic campuran gitu istilahnya untuk bisa menjadi strategi bagaimana madrasah nanti dikenal oleh masyarakat. di samping itu juga melalui medsos itu otomatis, produknya juga produk kita ketika nanti di luar sudah bisa bicara dengan prestasi dengan peran serta anak-anak di lingkungan itu sudah bisa menjadi bentuk produk yang bisa membuka pemasaran bagaimana madrasah dikenal." (Mastur, 2022: PE2)

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa MTs Negeri 4 Cilacap menerapkan *marketing mix* sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan, Berikut penjelasannya.

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan unsur yang paling penting dalam sebuah pemasaran karena dapat memberikan pengaruh terhadap strategi pemasaran, karena produk sendiri hal utama dalam madrasah yang akan dijual kepada pelanggan jasa pendidikan. Lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa pendidikan menawarkan berbagai produk seperti program

madrasah, ekstrakurikuler, pelayanan, reputasi, dan kelulusan sebagai peluang bagi peserta didik untuk menentukan pilihan yang diinginkan dalam keberhasilan masa depan (Bunyamin, 2021).

MTs Negeri 4 Cilacap menyesuaikan tujuan dari madrasah yang tertuai dalam visi dan misi madrasah yaitu terwujudnya peserta didik yang unggul, modern, islami, dan berwawasan lingkungan (UMI BERLIAN). Dalam menghasilkan peserta didik yang unggul madrasah membekalinya dengan berapa hal penting diantaranya sebagai berikut:

1) Jenis program Madrasah

- a) Program kelas bintang, terdapat beberapa program unggulan di MTs Negeri 4 Cilacap diantaranya yaitu kelas bintang ini yang dituju kepada peserta didik berprestasi dalam bidang akademik, setiap tahun ajaran baru peserta didik di MTs Negeri 4 Cilacap akan disaring kembali untuk mencari peserta didik yang akan dimasukkan ke kelas bintang sesuai dengan nilai akademiknya yang bisa menjadi motivasi tersendiri bagi para peserta didik, sehingga lebih optimal dalam belajar.
- b) Program khusus tahfidz, diperuntukan kepada peserta didik agar lebih bisa memperdalam ilmu agama dan hafalan-hafalan al-qur'an agar dapat menghasilkan peserta didik berkarakter penghafal al-qur'an sebagai modal untuk melanjutkan ditingkat yang lebih tinggi seperti di pondok pesantren maupun terjun dalam masyarakat.

- c) Program khusus bahasa inggris, diperuntukkan kepada peserta didik yang akan masuk dalam program kelas bahasa sesuai bidang minat dan bakat dengan kecakapan dalam bidang bahasa khususnya bahasa inggris, agar peserta didik dapat meningkatkan dan mengembangkan penggunaan bahasa inggris dengan cara madrasah bekerja sama dengan *Gaza English School* dari Pare untuk menunjang kegiatan belajar mengajar. Sehingga dapat meningkatkan kemampuan *output* madrasah sesuai dengan mutu yang dimiliki oleh madrasah sebagai daya saing.
- d) Program khusus *digital*, dalam memanfaatkan teknologi modern MTs Negeri 4 Cilacap membuat kelas program digital yang merupakan sebuah ruang kelas belajar dalam proses pembelajarannya menggunakan perangkat-perangkat teknologi informasi agar dapat menjangkau informasi yang lebih luas lagi dengan sumber yang lebih banyak juga meningkatkan akses peserta didik terhadap informasi digital, yang difasilitasi oleh madrasah diantaranya peserta didik kelas digital diperbolehkan membawa *smartphone*, tersedianya *TV touchscreen*, *wifi*, sehingga peserta didik mampu memanfaatkan teknologi sebagai media pembelajaran berbasis multimedia seperti mengoperasikan aplikasi dasar penggunaan *microsoft office* dan *gadget* contohnya penggunaan *canva*, *kinemaster*, *videostory*.

e) Program khusus olah raga, diperuntukkan bagi peserta didik yang memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan prestasi dibidang non akademik dengan syarat pernah menjuarai event-event olahraga baik ditingkat kecamatan, kabupaten, provinsi, atau bahkan nasional. Peserta didik lulusan dari kelas khusus olahraga ini, nantinya akan dapat diterima di sekolah atau madrasah favorit melalui jalur prestasi non akademis.

2) Jenis Ekstrakurikuler Madrasah

Kegiatan ekstrakurikuler adalah kegiatan pendidikan diluar mata pelajaran dan pelayanan konseling yang dapat membantu pengembangan peserta didik sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, dan minat mereka melalui kegiatan yang secara khusus diselenggarakan oleh pendidik atau tenaga kependidikan yang berkemampuan dan berkewenangan di madrasah. MTs Negeri 4 Cilacap mempunyai dua kegiatan ekstrakurikuler yaitu ekstrakurikuler wajib seperti pramuka bagi peserta didik baru dan ekstrakurikuler pilihan, yang meliputi:

- a) Pramuka
- b) Futsal
- c) PMR atau UKS
- d) Pembina PKS
- e) Kaligrafi
- f) MTQ

- g) Rohis
- h) Hadroh
- i) Marching
- j) Tari
- k) Jurnalistik
- l) Basket
- m) Karate
- n) Badminton
- o) Volley
- p) Tenis meja
- q) Robotik

MTs Negeri 4 Cilacap memiliki mutu yang bisa dilihat sebagai pemenuhan target sebagai riset pasar dalam menghasilkan kelulusan (*output*) sesuai dengan standar yang madrasah tentukan. Madrasah hanya mengarahkan peserta didik dalam memilih sekolah yang lebih tinggi dan favorit, namun pilihan tersebut sesuai dengan minat peserta didik itu sendiri. Data kelulusan tahun 2022 dengan jumlah peserta didik 270 yang lulus. Kategori peserta didik yang melanjutkan ke jenjang Pendidikan MA/SMA/SMK sebanyak 206 peserta didik (76,3%) diantaranya, peserta didik yang di terima di MA/SMA/SMK Negeri sejumlah 65 peserta didik (31,5%), peserta didik yang diterima di MA/SMA/SMK Swasta sejumlah 141 peserta didik (68,5%), dan

peserta didik yang tidak melanjutkan ada 64 (23,7%). seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ahmad Fauzan selaku wakakurikulum bahwa:

"Bisa ke mana saja kalau MTS itu paling sekitar sini saja yang mana banyak kalau ke MAN, ya SMA maos, SMA jeruk legi. kalau sini kan ada yang masuk MAN 2 kebumen ya sedikit favorit lah di sana itu yang diterima. kalau SMK ya banyak SMK boedut, SMK Negeri. Kita kan hanya mengarahkan saja silahkan mendaftar ke mana saja. Terkait kelulusan datanya ada di guru BK." (Fauzan, 2023: A6)

Terkait prestasi yang diraih MTs Negeri 4 Cilacap dengan menyalurkan peserta didik secara akademik ada kegiatan AKSIOMA juara umum itu sebelum terjadinya pandemi, namun untuk kejuaraan itu melalui event-event online banyak dari yang mendapatkan piala, mendali emas, mendali perak, dan mendali perunggu, serta prestasi secara non akademik juara bulu tangkis. prestasi-prestasi yang diraih oleh MTS Negeri 4 Cilacap bisa dibuktikan melalui data-data prestasi dan nama peserta didik yang meraih juara, adapun yang terpapar di papan baliho depan madrasah. Semua ini tidak lepas dari usaha dan bimbingan guru yang ada di madrasah. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mastur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

"Kalau prestasi apa yang diraih siswa oleh MTs ini banyak kalau dari cabangnyakan banyak ada akademik dan non akademik. Kalau akademik semacam ada kegiatan AKSIOMA itu juara umum pada dua tahun yang lalu sebelum pandemi. Kalau sekarang ini event-event baru pandemi jarang ada event, Eventnya online kalau event online banyak itu dipapan depan dipasang mendali emas, mendali perak yang online-online itu kalau dibilang berkasnya apa saja bisa dilihat dipintu gerbang tadi itukan pialanya banyak dari tahun ke tahun tapi kalo tahun terbaru ada di sana datanya juga kita punya kalau ingin melihat itu dipapan baliho didalam itu ada beberapa namanya data prestasi siswa mendali emas berapa perak berapa perunggu

beberapa banyak mba. Untuk prestasi yang ditorehkan MTs sini termasuk gurunya juga memiliki prestasi yang cukup bisa dibanggakan untuk MTs sini.” (Mastur, 2022: A3)

Berdasarkan hal diatas, MTS Negeri 4 Cilacap memiliki produk jasa Pendidikan yang dapat dijual yaitu *branding* yang berasal dari prestasi peserta didik dan dari program khusus seperti kelas bintang, kelas digital, kelas bahasa inggris, kelas tahfidz, dan kelas olahraga. Dari program khusus tersebut madrasah mengelola peserta didik dengan dibimbing semaksimal mungkin untuk mencapai prestasi. Salah satunya dari kelas tahfidz mampu mendapatkan kejuaraan peringkat 10 kabupaten, lalu kelas Bahasa inggris mendapatkan juara *story telling* peringkat 7 provinsi jawa tengah. Semua itu bisa dibuktikan dengan data-data prestasi peserta didik yang diraih melalui sosial media MTs Negeri 4 Cilacap. Agar madrasah dikenal oleh masyarakat karena keunggulan madrasah dan prestasi peserta didik serta hasil kelulusan dari madrasah. Seperti pernyataan dari Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

”Karena penjualan yang kita jual ialah branding itu berasal dari peserta anak. Otomatis kita nggak bisa ngarang-ngarang ya. Karena itu pasti sudah berbasis data ada fotonya ya juara popda apa ya yang pasti kita ada data-datanya, ya kalo foto pasti anaknya memegang piala itu. Ya salah satunya juga program-program madrasah yaitu PK program khusus. Untuk kedepannya itu ya masih berjalan juga. Apalagi kelas tahfidz kemarin juga juara kabupaten kan itu kita yang mengantar sampai provinsi walaupun baru masuk 10 besar, mungkin belum sampai nasional. Lalu story telling kita disini peringkat 7 ya dari seprovinsi jawa tengah. Itu kita mengelola semaksimal mungkin dari kelas-kelas PK, dari kelas PK itu kita bimbing untuk mencapai prestasi itu. Jadi yang masuk kelas PK itu sudah

berprestasi itu kita branding kita jual kepada masyarakat.”
(Fauzan, 2023: PE2)

b. Harga (*Price*)

Harga atau biaya pendidikan yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan (Rahmat, 2020). Sumber biaya pendidikan di MTs Negeri 4 Cilacap bahwa yang pertama yaitu biaya operasi atau biaya BOS (Bantuan Operasional Sekolah), kedua biaya investasi itu bisa dari orang tua contohnya yang menyumbang untuk madrasah dalam mendukung pendidikan. Selain itu untuk peserta didik yang orang tuanya tidak mampu khususnya yatim piatu ada bantuan lain yaitu PIP (Program Indonesia Pintar) yang ditanda tangani kepala madrasah ada 202 peserta didik yang menerinya, dan juga sumbangan dana dari pendidik dan tenaga pendidik madrasah.

Biaya BOS yang ada di MTS negeri 4 Cilacap kemudian dikomunikasikan dan didiskusikan agar dapat digunakan secara maksimal. Namun setelah pandemi dana BOS menjadi kurang maksimal apalagi akhir-akhir tahun ini karena banyak potongan dan masih diblokir anggarannya, maka dari itu pihak pengelola madrasah menerima sumbangan atau bantuan dari peserta didik yang dimusyawarahkan sesuai dengan kemampuan orang tua peserta didik. Jadi sumber dana yang ada di MTs Negeri 4 Cilacap berasal dari dana BOS dan dari sumbangan orang tua peserta didik, seperti yang dikatakan oleh Bapak Mathori selaku Kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

“Sumber biaya pendidikan di madrasah kita harus tahu bahwa yang pertama biaya operasi atau biaya BOS (Bantuan Operasional Sekolah), kedua biaya investasi itu bisa dari orang tua contohnya yang menyumbang untuk madrasah untuk mendukung dalam kependidikan di madrasah, ketiga biaya pribadi yaitu peralatan pribadi yaitu mau sekolah pake sepatu apa, jajan atau tidak. Biaya yang ada di madrasah itu ini dikomunikasikan dari BOS kami maksimalkan dan perlu diketahui dana BOS apalagi akhir-akhir tahun ini setelah pandemi kurang maksimal karena banyak potongan dan masih diblokir anggarannya dan kami pengelola yaitu anggaran negara belum maksimal akhirnya kami boleh menggandeng sesuai dengan kementrian agama nomor 16 tahun 2020 terkait komite madrasah, kita diperbolehkan menerima sumbangan atau bantuan dari peserta didik sepanjang itu dimusyawarahkan sesuai kemampuan orang tua peserta didik ya makanya kami juga mengkomodirkan anak yang tidak mampu khusus anak yatim piatu kami gratiskan full tidak bayar sama sekali kecuali biaya pribadi. Kemudian selanjutnya terkait anak yang tidak mampu kami upayakan lewat bantuan PIP (Program Indonesia Pintar) untuk tahun ini baru saya tanda tangani ada 202 peserta didik yang menerima PIP dan lewat itu pengajuan desa dan dari kami hanya mencairkannya dan tidak lewat itu, kami masih mengumpulkan zakat dari teman-teman yang belum terkomodir oleh PIP dan mungkin masih perlu banyak bantuan kami bantu lewat zakat teman-teman dan kami punya juga punya tiga juga lebih dan kami komunikasikan meskipun kami wajib setiap pekan kami setor 30% kami transferkan ke madrasah. lalu selanjutnya untuk kakak beradik kami bantu untuk satu saja yang membayar misalkan ada kelas 7 dan kelas 9 nya tidak bayar ini untuk membantu orang tua yang belum mampu dan kami apresiasikan atas kepercayaan mereka terhadap madrasah. Jadi jelas sumbernya dari BOS dari sumbangan orang tua peserta didik.” (Mathoti, 2022: B5)

Begitu juga pendapat dari Bapak Akhmad Fauzan pelaku

Waka Kurikulum mengungkapkan bahwa:

“Saya tahu sebagian karena pengelolaannya bukan mengelola tapi menganggarkan bareng-bareng karena pengeluaran madrasah itu macam-macam ya mbak. yang ini terkait Waka ini maka perlu pajak mulai dari tes atau dari apa kita yang menganggarkan. kita masukkan ke TU nanti dari kepala madrasah mungkin bisa dari karena anggaran itu ada dari bos dari dipa dan dari komite itu tiga sumber. DIPA (Daftar Isian

Pelaksanaan Anggaran) itu saya tidak tahu persis tapi yang jelas itu berasal dari negara tidak hanya untuk siswa kalau bos itu kan lebih ke siswa. kalau komite itu tahunan atau berasal dari sumbangan atau lebih ke infaq orang tua yang fokusnya untuk kegiatan pembangunan ya mungkin 80% untuk itu yang 20% itu ada hal-hal yang tidak tercover oleh BOS atau DIPA contoh misalkan koh ini ada perpisahan tidak bisa dari BOS atau DIPA mungkin duit itu bisa dimasukkan untuk kegiatan perpisahan gitu.” (Fauzan,2023: B7)

Dapat disimpulkan bahwa sumber biaya yang ada di MTs Negeri 4 Cilacap itu berasal dari beberapa sumber yaitu sumber biaya yang fokusnya pada peserta didik antara lain dari sumber dana BOS, PIP, dan Komite madrasah, serta zakat dari komponen yang ada di madrasah yang masuknya juga ke komite madrasah. Adapun DIPA (Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran) lebih kepada anggaran madrasah semua itu saling menopang.

MTs Negeri 4 Cilacap mayoritas komponen madrasah sudah PNS. Namun beberapa yang masih honorer, sehingga pembiayaan pada tenaga dan guru honorer berasal dari DIPA dan komite madrasah. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka kurikulum bahwa:

"Kalau tenaga pendidik itu kebetulan di sini sekolah Negeri walaupun di sini honorer itu memang ada yang honorer kalau yang di sini ada honorer dua yaitu tenaga seperti tukang kebun gitu itu kan masih belum lama jadi belum bisa masuk ke provinsi tapi dari komite tapi kalau yang lain itu memang tidak mutlak Dipa tapi tetap komite menyumbang masih ditopang dari DIPA juga DIPA untuk pembayaran guru honorer." (Fauzan, 2023: B8)

Biaya pendidikan pada lembaga pendidikan negeri itu sebenarnya tidak ada, sesuai dengan kewenangan pemerintah 9 tahun

dari SD dan SMP tidak ada pembiayaan untuk yang bersekolah di negeri. Namun terdapat kebijakan dari pemerintah yang memperbolehkan sekolah negeri untuk menerima sumbangan atau infaq dari orang tua peserta didik, dengan kesepakatan dan kebijakan MTS Negeri 4 Cilacap memberikan pilihan kepada orang tua peserta didik sesuai dengan kemampuan orang tua. Rata-rata sumbangan orang tua peserta didik berjumlah 1.000.000 sampai 1.200.000 dibayarkan dalam waktu satu tahun, pembiayaan tersebut orientasi utamanya adalah untuk pembangunan fisik salah satunya yaitu GOR yang ada di madrasah. Namun tidak menutup kemungkinan ada beberapa orang tua yang tidak membayar sama sekali mungkin karena faktor ekonomi dengan menyampaikan surat keterangan tidak mampu. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

"Kalau biaya pendidikan seperti SPP itu tidak ada untuk negeri karena dari pemerintahan kan 9 tahun SD sama SMP kan tidak ada tapi kalau untuk swasta mungkin ada, tapi kalau untuk negeri tidak ada, adanya cuma infaq kalau infak kan tidak terpaku gitu walaupun pada prakteknya ada beberapa yang menjadi kesepakatan ya sudahlah segini saja, iya nanti kan dari sekolah memberikan pilihan nanti mereka kalau hubungi biasanya mereka milih di tengah-tengah lah ada satu apa dua itu malah yang tidak bayar karena mungkin tidak mampu nanti menyampaikan surat gitu. rata-ratanya itu 1000.000, 1100.000, 1200.000 gitu ya itu dibayarkan dalam waktu satu tahun biasanya orientasi utama adalah untuk pembangunan fisik yang tidak bisa digunakan dengan nah karena itu ya masuknya itu ya pembangunan salah satunya itu untuk GOR infaknya itu adalah nyahur hutang kalau anggaran ke itu sampai 700 juta satu tahun. juga banyak yang belum lunas sampai akhir tahun pun masih ada yang belum bayar." (Fauzan, 2023: B9)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kebijaksanaan harga atau biaya di madrasah terbilang cukup terjangkau, dengan pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh MTs Negeri 4 Cilacap.

c. Lokasi (*Place*)

Lokasi merupakan suatu tempat di mana lembaga beroperasi dalam melakukan aktivitas kegiatan, yang mempertimbangkan keberadaan lingkungan nya mudah diakses oleh transportasi serta lingkungan belajar yang kondusif (Rahmat, 2020). MTs Negeri 4 Cilacap berlokasi di desa Planjan, akses jalan yang dilalui semua mudah di jangkau selain itu semua jalan juga sudah betonisasi dan cor sehingga memudahkan peserta didik menuju madrasah (Mathori, 2022: C6). Selain lokasi yang berada di sebelah jalan raya sehingga mudah di temukan MTs Negeri 4 Cilacap. hal ini menjadi kan nilai tambah bagi madrasah karena keberadaannya yang cukup strategis.

d. Promosi (*Promotion*)

Strategi promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi terhadap produk jasa yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan meningkatkan loyalitas terhadap lembaga pendidikan. Tujuan dari promosi sebagai salah satu strategi *marketing mix* sebagai berikut: (Ariyanto, 2021)

1) Mengidentifikasi dan menarik pelanggan baru.

- 2) Mengomunikasikan produk jasa pendidikan melalui platform yang dimiliki madrasah.
- 3) Menentukan target sasaran pasar untuk meningkat jumlah pelanggan jasa pendidikan.
- 4) Menginformasikan kepada pelanggan tentang kualitas produk.
- 5) Memotivasi pelanggan jasa pendidikan agar memilih dan berminat terhadap produk madrasah.

Pelaksanaan kegiatan pemasaran yang ada di MTS Negeri 4 Cilacap dilakukan sebelum tahun ajaran baru atau mendekati PPDB yaitu Penerimaan Peserta Didik Baru. Penanggung jawab utama adalah Humas dan dibantu oleh tim pemasaran. MTs Negeri 4 Cilacap mempromosikan produk jasa pendidikan berupa program madrasah, sarana prasarana atau fasilitas, prestasi yang diraih, kegiatan belajar di madrasah, ekstrakurikuler.

Dalam hal ini dapat dijelaskan oleh Bapak Imam Prayogo selaku Operator mengungkapkan bahwa:

"Isi konten berkaitan dengan program program madrasah mungkin fasilitas disediakan atau berprestasi-prestasi yang sudah diraih oleh madrasah." (Imam, 2022: D3)

Madrasah mencari cara untuk mengomunikasikan produknya kepada masyarakat agar tertarik dan ingin menggunakan pelayanan jasa dari madrasah. Terdapat empat saluran dalam mempromosikan MTs Negeri 4 Cilacap seperti yang sudah dilampirkan, sebagai berikut penjelasannya:

- a) Pemasaran secara langsung yaitu mengkomunikasikan produk secara langsung. MTs Negeri 4 Cilacap mempromosikan madrasah dengan mendatangi beberapa SD atau MI untuk melakukan sosialisasi untuk mengenalkan produk madrasah terhadap peserta didik dan guru kelas 6 untuk mengikuti program yang ada di madrasah, serta orang tua peserta didik. Hal ini yang diungkapkan oleh Bapak Mathori selaku kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

"Strategi yang dilakukan baik pemasaran secara langsung terhadap orang tua peserta didik dan juga melalui forum rapat orang tua peserta didik juga disosialisasikan kami juga melakukan door to door kami masuk ke SD atau MI lewat sosialisasi dan ada juga semacam parenting tapi khusus untuk guru kelas 6nya atau salah satu guru kami undang ke sini untuk menjalankan program yang ada di madrasah ini penting bagi kami Karena bagaimanapun apalagi sekelas kami madrasah kelasnya madrasah perguruan tinggi sekali buruk kami juga masih melakukan promosi." (Mathori, 2022: PE2)

- b) Pemasaran tidak langsung yaitu pemasangan benner di pinggir jalan raya yang mudah terakses oleh masyarakat, dan penyebaran selebaran brosur. Seperti yang diungkapkan Bapak Imam Prayogo selaku Operator bahwa:

"Yang pertama billboardnya di depan madrasah atau tampak muka depan di belakang kantor kepala, terus di tengah itu juga kan Billboard di tengah lokasi madrasah ada terus kemudian kalau yang besar ada di biasanya di pinggir-pinggir jalan itu ada kalau untuk mendekati PPDB biasanya banyak dipasang di lokasi-lokasi yang strategis." (Imam, 2022: D4)

- c) Pemasaran melalui media sosial yaitu pemasaran melalui platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *YouTube* terkait MTs Negeri 4 Cilacap.

d) Pemasaran online yaitu pemasaran menggunakan internet *e-marketing* seperti *website*. Madrasah menggunakan *website* sebagai platform calon peserta didik yang mendaftar melalui *website* ppdb.mtsn4cilacap.sc.id, serta terdapat akun *website* madrasah yaitu MTSN4Cilacap.sch.id.

Dapat disimpulkan oleh peneliti, bahwa MTs Negeri 4 Cilacap menggunakan *marketing mix* sebagai strategi komunikasi dalam pemasaran untuk menawarkan produk jasa pendidikan untuk menarik pelanggan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan melalui pelayanan yang akan diberikan madrasah dalam pemenuhan sumber daya manusia, dengan begitu madrasah menggunakan saluran pemasaran secara langsung, tidak langsung, melalui media sosial, dan menggunakan media online untuk menarik minat pelanggan.

e. *People* (SDM)

Orang yang dimaksud dalam strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu seluruh sumber daya manusia yang berpartisipasi secara aktif dalam memberikan dan menyajikan jasa pendidikan dalam proses pemberian layanan pendidikan kepada peserta didik atau pelanggan jasa pendidikan (Azan & dkk, 2021). Pengelolaan tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan sangat penting bagi kemajuan madrasah. Rekrutmen tenaga pendidik dan kependidikan di MTs Negeri 4 Cilacap sebagai lembaga pendidikan negeri harus melewati seleksi penerimaan calon guru minimal sarjana pendidikan S1 atau S2 lebih

baik, *mikro teaching*, serta faktor usia. Disini juga hampir 80% tenaga pendidik berstatus ASN sekitar 48 dari 68 karyawan yang mana membuktikan bahwa tenaga pendidik di MTs Negeri Cilacap sudah cukup profesional. Tenaga pendidik ada beberapa yang belum PNS karena masuk pada perekrutan guru terdahulu. Sehingga standar dan kebutuhan sumber daya manusia menjadi kewenangan pemerintah. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Matori selaku Kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

“Alhamdulillah, dan kalau ditinjau dari kualitas mungkin standarnya mungkin untuk sarjana semua sudah sarjana dan ada juga yang S2 ada 7 selebihnya S1 baik dari perguruan tinggi agama maupun umum. Sesuai pasti disini disini hampir 80% PNS, kalo PNS kan didatangkan dari kementerian agama.” (Mathori, 2022: E9)

Sama halnya yang di sampaikan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

“Iya, kalau indikator ya tentu pasti ada misalkan, persyaratannya harus S1 harus linier, ya setelah itu paling tidak ada micro teaching gitu ya, seperti itu ya minimal gitu ya umum. Selain itu faktor usia itu kan. Dulu kalau sekarang kan itu kan tidak bisa merekrut tenaga non kalau pegawai kan mungkin. Kalau dari guru ada yang sudah lama tidak merekrut. Kalau kita kan dapat droppings pindahan kalau guru kurang ya di kasih dari pemerintah. Kemarin dikasih dua guru ada yang dari sasta kemarin itu PNS. Tenaga pendidik disini kan mayoritas PNS paling Cuma beberapa yang masih honorer. Kalau disini kan non PNS kebanyakan masih pegawai tukang kebun, satpam. Kalau masih ada yang non PNS kan perekrutan zaman dahulu itu yang masih lama sampai sekarang belum PNS masih honorer. Kalau bekerja yang lama bisa kalau sekarang kan udah nggak boleh. Kita sudah tidak pernah merekrut guru, kita tinggal bilang saja ke pemerintah nanti di kasih gitu di droppings kan langsung dikirim. Intinya yang standar itu ya pemerintah yang tahu. Kalau kita kan hanya melaporkan saja, nantikan dikirim

dari sana. Jadikan standar itu dari pemerintah langsung.”
(Fauzan, 2023: E11)

Sebagai kepala madrasah harus memiliki kemampuan untuk memotivasi mengatur dan mengarahkan karyawannya dalam meningkatkan produktivitas dan keprofesionalan kerja. MTs Negeri 4 Cilacap mempunyai anggaran rutin dari DIPA melalui program yang ada untuk meningkatkan kinerja tenaga pendidik dan kependidikan diantaranya; meningkatkan kemampuan guru dalam bidang teknologi informasi pendidikan dalam pembelajaran canva, aplikasi quisis. Penulisan dan penyusunan soal-soal HOTS dari madrasah, diklat, serta yang baru itu IKM (Implementasi Kurikulum Merdeka) sebagai penyesuaian sistem sehingga mereka dapat bekerja sesuai dengan bidangnya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

“Kalau kita kan ada rutin masuk anggaran DIPA itu kita mengadakan kalau ada itu seperti pelatihan offline bukan online ya. Kalau online itu banyak ya, kalau offline itu langsung kita satu tahun tiga kali, yang kemarin itu yang pertama ada meningkatkan kemampuan guru semua itu dalam bidang teknologi Pendidikan informasi Pendidikan jadi ada pembelajaran canva, aplikasi quisis, itu untuk apa Namanya suplemen tambahan materi-materi dalam mengajar guru semuanya dalam rangka untuk memunculkan media sesuai dengan perkembangan zaman, yang kedua itu penulisan soal-soal penyusunan soal-soal HOTS dari madrasah. Besok itu kita diklat untuk tahun ini kita empat kali, ya besok itu kita akan mengadakan baru mendaftar IKM (Implementasi Kurikulum Merdeka) untuk upgrading sebagai penyesuaian.” (Fauzan, 2023: E12)

Dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia yang ada di MTS Negeri 4 Cilacap sebagai bentuk pelayanan jasa pendidikan yang

memiliki peranan sangat penting dalam memberikan dampak langsung pada proses pembelajaran peserta didik di madrasah dalam meningkatkan kualitas peserta didik untuk menggapai prestasi, sehingga memberikan pelayanan secara langsung dan mendapatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan jasa pendidikan.

f. *Physical Evience* (bukti fisik)

Bukti fisik yang ada MTs Negeri 4 Cilacap digunakan sebagai alat untuk mendukung kegiatan didalam suatu pemasaran. Hal ini dapat ditampilkan sebagai segmentasi pasar sasaran. Pemenuhan bukti fisik sebagai dorongan kepada peserta didik agar lebih maksimal dalam proses pembelajaran, dan memberikan pengaruh terhadap mutu dan kualitas pendidikan yang baik, sehingga dapat menjadi pilihan bagi pelanggan jasa pendidikan untuk berinvestasi bagi masa depannya. Seperti yang diungkapkan Ibu Nina Dwi Rosida selaku Waka Humas bahwa:

“Semakin meningkat dari jumlah peserta, sarana prasarana semakin bertambah kualitasnya, untuk fasilitas prasarananya semakin banyak mba. Terakhir itu di belakang ada GOR kalo dulu engga ada, lapangan bola dulu engga ada juga dan lain sebagainya lah mba. Kalau missal dilihat nih dulu masih kaya desa banget lah. Apalagi jalannya dulu kan kaya gitu belum pernah lihat kan? Jadi kalau misalnya lihat sekarang akses jalannya juga baik kan jadi nambah muridnya.” (Nina, 2022: PE4)

Bukti fisik di MTs Negeri 4 Cilacap dibagi menjadi dua jenis diantaranya:

- 1) Sarana fisik. MTs Negeri 4 Cilacap memiliki fasilitas untuk menunjang kegiatan belajar mengajar agar terkondisikan secara aman dan kebutuhan peserta didik tercukupi. Sarana prasarana yang ada di madrasah seperti gedung sekolah, halaman yang luas, GOR, lapangan bola, tempat parkir, kamar mandi, uks, ruang kepala sekolah, ruang TU, ruang guru Dapat dilihat madrasah memiliki 24 kelas yang berisi meja dan kursi sesuai dengan jumlah peserta didik, serta papan tulis. Tersedianya internet, kamera, *soundsystem* sebagai alat pendukung yang bisa digunakan oleh peserta didik untuk mengasah kreatifitasnya.
- 2) Bukti pendukung, merupakan nilai tambahan dari adanya bukti fisik yang mana bila berdiri sendiri tidak akan berperan apa-apa, dalam kearsipan madrasah berada di TU. Adapun bukti pendukung bagi peserta didik seperti raport hasil belajar peserta didik, jadwal kegiatan belajar peserta didik dari awal mulainya belajar hingga selesai, catatan prestasi yang diraih dan kedisiplinan peserta didik. Secara tidak langsung dijadikan sebagai bukti fisik dalam proses pembelajaran.

Jadi bukti fisik dalam jasa pendidikan memberi pengaruh besar terhadap keberlangsungan sebuah madrasah karena dapat menjadi salah satu tolak ukur kesiapan dalam menerima pelanggan dan memproses madrasah itu sendiri.

g. *Process* (Proses)

Proses merupakan segala kegiatan yang dilakukan di madrasah berupa prosedur tugas-tugas jadwal mekanisme kegiatan dan rutinitas di mana akan disampaikan kepada pelanggan jasa pendidikan yang tujuannya untuk memberikan pelayanan jasa dan mencapai tujuan yang diinginkan (Rahmat, 2020). Proses kegiatan belajar mengajar di MTs Negeri 4 Cilacap sudah tersusun dalam jadwal kegiatan belajar peserta didik sehingga dalam pelaksanaan kegiatan tersebut cukup efektif dan kondusif. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mastur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

"Alhamdulillah bisa terkondisikan kondisi kanak-kanak madrasah sini itu kalau berangkat ke madrasah jam 07.00 itu sudah ada anak MTS di jalan artinya sudah masuk di lingkungan madrasah, karena jam 07.00 itu sudah mulai kegiatan pembiasaan berdoa bersama melalui radio operator dipandu oleh petugas anak-anak itu sudah di kelas semuanya jam 07.00 itu sudah menjadi karakter diri. Alhamdulillah untuk pembelajaran dari jam awal sampai selesai kondusif sampai pulang di sini kan ada yang namanya kelas PK kelas khusus ada 5 kelas yang pulangnya berbeda dari kelas yang reguler kalau yang reguler pulangnya jam 13.50 kalau yang PK itu jam 15.15 sholat ashar dulu kondusif. Alhamdulillah." (Mastur, 2022: G13)

MTS Negeri 4 Cilacap juga memberikan *reward* kepada peserta didik yang sifatnya resmi dan non resmi. *Reward* berbentuk beasiswa yang diberikan secara resmi kepada peserta didik masuk dalam kategori peserta didik yang berprestasi dilihat dari nilai rapot atau nilai UN yaitu ada 20 peserta didik yang masuk kelas unggulan dan peserta didik yang mendapat kejuaran dalam bidang akademik maupun non

akademik akan mendapatkan *reward* berupa piagam dan uang pembinaan dari kepala madrasah. Adapun *punishment* yang diberikan kepada peserta didik karena tidak mematuhi peraturan madrasah yaitu berbentuk pembinaan. seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mastur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

“Kalau reward ada untuk siswa yang berprestasi Alhamdulillah sini banyak prestasinya anak-anak yang diselenggarakan oleh lembaga-lembaga resmi maupun non resmi. seperti OSN kemudian KSM itu banyak sini. kemudian anak yang bermasalah kalau punishment sifatnya hukuman sih enggak tapi pembinaan iya jadi anak-anak yang bermasalah itu tidak ada punishment semacam skor dan sebagainya tapi pembinaannya tetap dibina ketika kemudian dibina misalnya sudah tidak bisa dibina ya orang tua dipanggil jadi intinya diserahkan kembali dalam arti ini mau melanjutkan untuk pembelajaran di sini atau mau mencari sekolah lembaga pendidikan yang sesuai keinginan anak kan gitu. reward ada beasiswa karena di madrasah ini ada yang namanya kelas khusus ada juga kelas bintang kelas bintang ini hanya anak-anak berprestasi dari setiap rombongan jumlahnya hanya 20 anak semuanya itu beasiswa itu diambil dari SD atau MI yang anak-anaknya berprestasi dari mapel UN dan nilai-nilai yang lain itu prestasi itu bentuk reward. Kemudian anak-anak yang memiliki keluaran yang sifatnya olahraga ataupun apa itu juga ada rewardnya yang bentuknya penghargaan berupa uang pembinaan biasanya kalau juara 3 kabupaten provinsi nasional itu berbeda berdasarkan SK dari kepala madrasah.” (Mastur, 2022: G14)

Adapun bentuk pelayanan yang diberikan oleh MTs Negeri 4 Cilacap kepada pelanggannya mencakup beberapa hal antara lain:

- 1) Sistem pembelajaran dengan menggunakan kurikulum 2013 dan penggunaan aplikasi pendukung seperti Quisis yang digunakan oleh guru dalam kegiatan pembelajaran secara professional. Hal ini juga disampaikan oleh yashinta selaku peserta didik:

“Ada menggunakan aplikasi quisis kadangan ada Bahasa Inggris, trus PPKN, dan lain sebagainya itu pakai quisis itu aplikasi dari google tapi digunakan untuk pembelajaran.” (Yashinta, 2023: G9)

- 2) Sarana dan prasarana yang memadai.
- 3) Media pembelajaran bagi peserta didik seperti tersedianya LCD monitor yang ada di setiap kelas. Seperti yang disampaikan oleh Yashinta selaku peserta didik bahwa:

“Sebenarnya engga ada, kemaren ada LCD yang rusak tapi sudah dibenerin. tapi ada mungkin mejanya itu kurang ada lacinya.” (Yashinta, 2023: F8)

- 4) Pelayanan yang baik oleh tenaga kependidikan dan non pendidikan di dalam madrasah. Seperti pernyataan dari Ibu Nina Rosdiana selaku waka humas bahwa:

“Sudah memenuhi, kalau misal untuk memuaskan ya gak mungkin. Tapi kami selalu berusaha kalau indikatornya ya sudah memuaskan karena kita masih laku dan diburu.” (Nina, 2022:)

Adapun pendapat lain yang di sampaikan oleh Yashinta selaku peserta didik bahwa:

“Pelayanannya bagus, kalau butuh apa-apa dijawab, ga sombong, gurunya juga asyik.” (Yashinta, 2023: E6)

- 5) Keterlibatan orang tua peserta didik dalam mendukung kegiatan madrasah seperti mengikuti parenting yang disediakan madrasah dan pertemuan antar wali kelas dengan orang tua peserta didik. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nina Rosdiana selaku waka humas bahwa:

“Sangat antusias, terbukti banyak yang kesini, pokoknya dari tahun kemaren ke tahun sekarang naik terus, sering pertemuan wali murid, parenting.” (Nina, 2022: PE5)

Tujuan dari pemasaran jasa pendidikan yaitu untuk mengembangkan strategi terhadap visi dan misi sebagai bahan acuan dalam pelaksanaan pasar, peningkatan kualitas koordinasi dalam tim pemasaran jasa pendidikan, bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan, instrumen dalam evaluasi pemasaran produk jasa pendidikan agar dapat mengembangkan pasar secara luas serta membangun reputasi lembaga pendidikan (Surveyandini, 2018). Lembaga pendidikan menggunakan strategi pemasaran sebagai sektor jasa pendidikan yang membutuhkan orientasi pemasaran yang meliputi unsur-unsur pada strategi pemasaran jasa pendidikan: (Rusdiana & kodir, 2022)

- a. Identifikasi pasar, sebagai tahapan untuk mengetahui kapasitas dan potensi lembaga pendidikan dalam kegiatan pemasaran dengan melakukan riset pasar pendidikan untuk mengetahui keadaan sesungguhnya yang menjadi kepentingan pelanggan.

Lembaga pendidikan dalam mencapai pemasaran dilihat dari penerimaan pelanggan yang sesuai dengan target melalui riset pasar yang ditentukan dari kualitas dan kuantitas calon pelanggan, sehingga membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas sesuai dengan tupoksinya masing-masing untuk mensukseskan proses pemasaran jasa pendidikan dan menghasilkan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelaksanaan pemasaran bukan hanya menjadi tugas Waka Humas saja

tetapi seluruh komponen yang ada di madrasah. MTs Negeri 4 Cilacap menentukan jumlah penerimaan peserta didik yaitu 260, namun yang mendaftar di madrasah sekitar 350 berarti itu melebihi batas yang dibutuhkan, salah satunya menjadi tugas panitia PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dalam mencari peserta didik yang sesuai dengan kebutuhan madrasah untuk memenuhi standar madrasah. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Mathori selaku Kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

"Ya ujung-ujungnya semua komponen madrasah bukan hanya tugas humas saja, humas mungkin lebih kepada info atau promo tapi ya mungkin contoh mbaknya itu betul sih. panitia PPDB katakanlah seperti itu tapi sebetulnya tugas ini adalah semua komponen madrasah sesuai dengan tupoksinya masing-masing. ya jelas antara kami sebagai kepala madrasah kemudian kepala tu kemudian guru atau panitia ia juga berbeda peran tapi semuanya dalam rangka untuk mempromosikan madrasah. tujuan dari sekolah atau madrasah yang bagaimana madrasah ini di kesan oleh masyarakat dan kemudian lebih jauh lagi dibutuhkan oleh masyarakat sebagai pangsa pasarnya sehingga masyarakat mau menyekolahkan atau mungkin berburu ke sini ya dengan branding kita semakin naik. sehingga elektabilitasnya juga naik sehingga masyarakat berbondong-bondong dan alhamdulillah tahun kemarin untuk elektabilitas kita sudah sedikit naik meskipun belum begitu signifikan ya dari pendaftar sekitar 300 sampai 350-an lah kemarin tapi yang kami terima sekitar 280-an itu pun sudah lebih kapasitasnya. ya mungkin target saya mungkin hanya 260 tapi alhamdulillah yang daftar begitu banyaklah itu sebagai bukti promosi kita sedikit berhasil meskipun belum maksimal." (Mathori, 2022: E8)

- b. Segmentasi pasar, tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pelanggan secara terpisah sesuai dengan karakteristik kebutuhan produk dan bauran pemasaran sendiri (Nina, 2021).

MTs Negeri 4 Cilacap melakukan segmentasi pasar untuk melihat keadaan lingkungan agar mengetahui pemasaran yang dilakukan tepat sasaran, sehingga target pemasaran produk madrasah yaitu semua SD atau MI yang keberadaan wilayahnya masih bisa dijangkau oleh madrasah, khususnya masih Kecamatan Kesugihan kurang lebihnya ada 41 SD dan MI yang menjadi target pemasaran. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nina Dwi Rosida selaku Waka Humas bahwa:

“Semuanya kalau misal sekolah MI atau SD sekitar sini kebanyakan di kesugihan aja. Kalau kejauhan dari jauh ya ada paling jauh itu cilacap kota jalan semen.” (Nina, 2022: PE2)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

“Khususnya Kecamatan Kesugihan itu ada MI 1 MI 2 ada juga SD dan MI di Karang kandri, Kuripan, ada juga Tritih, Jangrana, Sumingkir, Dondong. ya itu wilayah sini aja sih mbak intinya ada 41 SD dan MI yang kami sosialisasikan.” (Fauzan, 2023: D10)

- c. *Targeting*, yaitu proses memilih salah satu atau lebih segmen yang akan dijadikan pasar sasaran atau target pasar.

Kualitas MTS Negeri 4 Cilacap menjadi tolak ukur target pada jumlah peserta didik sesuai dengan sumber daya manusia dan kapasitas ruang di madrasah. Sumber daya manusia dalam proses kegiatan belajar mengajar yaitu tenaga pendidik. Mayoritas tenaga pendidiknya ASN yang telah diuji kualitas kinerjanya oleh pemerintah sehingga tenaga pendidik mempunyai kualitas dalam mengajar. Kewenangan dalam

mengelola sumber daya manusia tidak sepenuhnya diatur oleh madrasah karena statusnya itu adalah Madrasah Negeri. Dilihat dari tahun sebelumnya, penerimaan peserta didik melebihi target memberi dampak pada pergerakan madrasah yang semakin ke depan semakin sulit pada kegiatan pembelajaran menjadi kurang kondusif. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Mastur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

"Yang pertama kalau keadaan kan dari jumlahnya ada kapasitasnya atau bagaimana. kalau jumlahnya kuantitas 3 tahun terakhir ini jumlahnya naik mungkin ini imbas dari pergerakan madrasah yang semakin ke depan semakin sulit tentunya di dalam untuk mendidik anak-anaknya sehingga outputnya bisa dilihat dalam masyarakat. buktinya apa? Buktinya PPDB tahun ini membludak atau melebihi target gitu kalau jumlah bapak ibu guru karena ini di sini kan ada yang ASN itu dari jumlah 63 karyawan asn-nya itu 48 jadi nggak nambah. Karena nambah tidaknya itu bukan kewenangan dari madrasah tapi dari pusat droppingnya dari pusat kalau ASN. Sekarang untuk menerima honorer itu pun tidak bisa tidak seperti dulu karena sudah masuk negeri Karena kita kan lembaga Negeri jadi dropping tenaga ASN tentunya dari negara ya kadang madrasah tidak tahu tiba-tiba ada dropping kan bisa saja karena kementerian agama itu berpusat lain dengan Dispora itu kan kabupaten otonomi gitu." (Mastur, 2022: E9)

Berdasarkan hal tersebut, MTs Negeri 4 Cilacap melakukan perbaikan dalam menentukan target jumlah peserta didik yang lebih dibatasi sesuai dengan kebijakan pemerintah dan agar dalam proses pembelajarannya lebih kondusif. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

"Jumlah peserta didik per kelasnya dari 278 itu dibagi 8 kelas. Untuk kelas 7 kelas 8 juga ada 18 dan untuk kelas 9 adalah 7 kelas. Tapi besok kita batasi lagi untuk penerimaan peserta didik karena

kebijakan pemerintah karena standarnya maksimalnya 36 per kelasnya. karena biar lebih kondusif saja karena mungkin psikologi psikolog itu jadi dikasih standar kelas untuk lebih kondusif saja." (Fauzan, 2023: PE3)

- d. *Positioning*, yaitu rancangan tindakan dan Citra dari lembaga pendidikan untuk mencapai sebuah posisi di antara para pesaing yang diterapkan dalam mencapai pasar sasaran sehingga diperlukan kreativitas yang dilakukan terhadap produk (Nina, 2021). MTS Negeri 4 Cilacap memperlihatkan bagaimana kegunaan produk dan layanan yang diberikan madrasah kepada pelanggan jasa pendidikan yang sudah diterapkan dalam mencapai sasaran. Madrasah menampilkan program unggulannya dan fasilitas belajar yang berkualitas serta melakukan kerjasama dengan *stakeholder* untuk mencapai tujuan madrasah. Pada program khusus yaitu kelas bahasa inggris, madrasah bekerja sama dengan *Gaza English School* dari Pare. Adapun kelas *digital* untuk fasilitasnya berbasis digital untuk lebih memanfaatkan teknologi seperti tersedianya *smartphone, tv touchscreen, wifi* agar memudahkan dalam pembelajaran. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Nina Dwi Rosida selaku Waka Humas bahwa:

"Banyak ada program khusus PK-nya kita berani beda terdepan di seluruh pesugihan gada Selain Kita kaya program tahfidnya biasanya kan ada pelajaran tambahan kelas bintang yang kedua digital super mewah fasilitas satu programnya banyak biasanya terkait digitalisasi madrasah salah satunya nanti dari serba apapun itu pakai digital pakai smartphone tv-nya pakai touchscreen ada wi-fi proses kbm-nya sampai assessment-nya pakai digital selain digital juga ada namanya kelas tahfidz ya udah biasa lah iya di mana-mana ada tapi yang jelas yang jadi unggulan itu digital. terus yang kedua ada kelas bahasanya bahasa Inggris kita punya mou dengan Gaza English school dari

pare ini besok dilaksanakan di akhir tahun Desember. kalau kelas khusus boleh bawa HP. obsesinya ke depannya tidak hanya kelasnya tapi madrasahnyanya berarti semuanya. siswa begitu termasuk guru-guru juga sama semua memanfaatkan teknologi digital. tahun kemarin pas karena belum masih belajar-belajar kita kan ada dua kali simulasi untuk mengasah inovasi.” (Nina, 2022: PE6)

Menentukan pelanggan yang berkualitas itu penting sekali dalam proses pembelajaran. MTS Negeri 4 Cilacap mengarahkan calon peserta didik (*input*) untuk bisa memilih program yang ada di madrasah berdasarkan pada minat yaitu melalui program khusus dan berdasarkan nilai raport dengan mengikuti tahapan seleksi. Hal ini sesuai yang disampaikan oleh ibu Nina Dwi Rosida selaku Waka Humas bahwa:

"Bisa melalui yang satu jalur unggulan terus tahun kemarin ada jalur PK (program khusus) jadi peminatan. kalau maaf yang suka digital ada di sini bahasa Inggris tahfid olahraga kelas bintang atau unggulan tidak bayar kelas VIP. ada seleksi khusus lewat raport dengan nilai rata-rata yang ditentukan. kalau yang kurang mampu lewat afirmasi kita nggak ada zonasi mungkin SMP kali ya." (Nina, 2022: PE3)

Berdasarkan hal tersebut, melalui tahapan seleksi ini dapat menghasilkan peserta didik yang berkualitas dari lulusan SD atau MI yang berprestasi, kemudian dari madrasah di masukkan ke kelas bintang atau kelas unggulan agar lebih fokus untuk di bimbing dan dibekali secara khusus dalam mempersiapkan dan dapat mengikuti olimpiade-olimpiade nantinya. Seperti pernyataan Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka kurikulum bahwa:

"Yang tadi sudah saya sampaikan, jadikan kita ada kelas-kelas unggulan kalau kelas bintang kita kan ngambil kelas paling terpintar yang dari SD atau MI kemudian kita bekali khusus mempersiapkan untuk mengikuti olimpiade olimpiade yang

termasuk PK dari kelas tahfidz bahasa biar mereka bisa fokus dalam belajar." (Fauzan, 2023: A5)

- e. *Diferensiasi*, yaitu suatu proses dalam memberikan penawaran yang berbeda dari pesaing dengan mengisyaratkan lembaga pendidikan mempunyai jasa yang berkualitas menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu kepada pelanggan jasa pendidikan. Adanya program khusus termasuk inovasi pada madrasah dalam bidang pendidikan yang terkait dengan kurikulum. Program khusus ini sangat mempengaruhi minat peserta didik dan animo masyarakat, sehingga ini menjadi salah satu *branding* di madrasah yang menjadi semakin meningkatnya jumlah peserta didik apalagi dua tahun terakhir ini. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Akhmad Fauzan selaku Waka Kurikulum bahwa:

"Inovasi yang terbaru yaitu kelas PK itu karena berjalan baru tahun ini besok baru tahun kedua di dalam bidang pendidikan yang terkait dengan kurikulum PK itu. kebetulan 2 tahun ini kami banyak siswanya ya kalau terima semua jelas tidak muat semua, ini juga cukup bagus dari anime masyarakat dari pembukaan secara online dan offline. kelas PK itu sangat mempengaruhi minat mungkin itu pengaruh dari branding-branding program madrasah jadi semakin meningkat jumlah pendaftar sekarang." (Fauzan, 2023: PE4)

Dengan begitu, masyarakat bisa menilai mutu dari MTS negeri 4 Cilacap dalam memberikan pelayanan jasa pendidikan yang nantinya mampu menghasilkan output atau hasil lulusan yang sesuai dengan standar kelulusan madrasah dan harapan masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Masrur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

"Sementara ini di MTs Negeri 4 Cilacap terkait jasa pemasaran dalam hal ini yang kita ketahui kan apa namanya output yang kita miliki sebagai sarana bagaimana masyarakat kita bisa

menilai mutu dari sebuah pendidikan itu ketika outputnya sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat, maka ini menjadi branding dari madrasah sehingga dengan sendirinya masyarakat bisa menilai bahwa MTs Negeri 4 Cilacap memiliki mutu yang bisa dilihat." (Mastur, 2022: PE1)

Pendapat lain juga disampaikan oleh Bapak Mathori selaku

Kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

"Lulusannya variatif, namun meski ada juga yang tidak melanjutkan ya presentasinya ada 5% logikanya kalau lulus 200 berarti hanya 20 anak yang tidak melanjutkan karena tidak ada biaya. perlu dicatat bahwa di sini ada yang dari gunung." (Mathori, 2022: A4)

Proses pemasaran jasa pendidikan meliputi pemahaman terhadap misi sekolah dalam menjalankan pemasaran, menyusun sasaran pemasaran, analisis lingkungan pengembangan dan implementasi strategi pemasaran melalui target pasar, penerapan marketing mix, mendesain pengukuran kinerja, inovasi manajemen dan evaluasi upaya pemasaran serta pembuatan perubahan juga dibutuhkan (Juliana & dkk, 2019). MTs Negeri 4 Cilacap menetapkan strategi pemasaran jasa pendidikan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dan keadaan madrasah. Sehingga dalam proses pemasaran madrasah mengkombinasikan segala aspek yang ada sebagai tujuan untuk mencapai target keberhasilan madrasah. Pada penentuan strategi madrasah menerapkan *marketing mix* sebagai pertimbangan keadaan sumber daya dan kemampuan yang tersedia untuk memperoleh keterampilan baru dalam mengembangkan sebagai strategi pemasaran secara efektif dan efisien. Dengan demikian, kegiatan pemasaran dapat dikendalikan oleh madrasah dalam mencapai tujuan untuk memberikan

manfaat layanan jasa dan membangun hubungan kerjasama dengan pemerintah masyarakat orang tua peserta didik dan peserta didik untuk menciptakan nilai bagi madrasah secara berkelanjutan.

Hal ini dapat membangun citra madrasah dalam memberikan layanan jasa pendidikan untuk mencapai kepuasan dan mampu mempertahankan pelanggan lama menjadi loyal dan mendatangkan pelanggan baru (*income*) yang dapat membantu kegiatan pemasaran.

2. Kendala dan tantangan dalam pemasaran jasa pendidikan di MTS Negeri 4 Cilacap.

Proses pemasaran jasa Pendidikan terdapat berbagai kendala atau faktor penghambat dan tantangan sebagai cara untuk mengukur keberhasilan madrasah dalam mencapai tujuan. Dapat dilihat bahwa pelaksanaan pemasaran memiliki unsur-unsur jasa pendidikan salah satunya yaitu produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik. Dengan begitu, bagaimana MTs Negeri 4 Cilacap dalam menjalankannya pemasaran jasa pendidikan sesuai strategi yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini peneliti menemukan beberapa hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh MTs Negeri 4 Cilacap.

- a. Kendala pertama yaitu terjadi pada sumber daya manusia seperti yang sudah di sampaikan oleh Ibu Nina Dwi Rosida bahwa kendala utamanya ada pada sumber daya manusia terkait pelaksanaan pemasaran, karena kurangnya kesadaran guru dalam membantu mempromosikan madrasah melalui platform guru. Selanjutnya, kurangnya tenaga ahli dalam

mengoperasikan *website* madrasah sehingga menjadi terbengkalai dan tidak digunakan secara maksimal dalam pelaksanaan pemasaran madrasah. Permasalahan yang terjadi terkait pemasaran sudah dievaluasi, namun belum ada tindakan untuk memperbaikinya. Seperti yang di ungkapkan oleh Bapak Imam Prayogo selaku Operator bahwa:

“Kendalanya satu yang mengoperasikan contoh yang di website itu belum maksimal. Karena kan mungkin keterbatasan waktu jadi gak maksimal loh. Harusnya kalau website itu kan setiap hari update tapi ya karena yang pegang engga ada kan jadi engga maksimal. Evaluasinya juga ada, cuman yaitu tindak lanjutnya belum ada, mungkin kedepannya diperbaiki secepatnya.” (Imam, 2022: K9)

- b. Kendala kedua, karena madrasah berada di wilayah desa yang prasarana internet belum merata menyebabkan penggunaan internet kurang stabil atau terdapat gangguan sinyal, sehingga dalam pelaksanaan pemasaran promosi yang terhubung dengan sinyal menggunakan *wifi* di madrasah kurang maksimal, serta belum tersedianya kamera untuk membuat konten terkait pemasaran madrasah. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Nina Dwi Rosida selaku Waka Humas bahwa:

“Kendalanya pasti ada, kalau pemasaran kita belum bisa se full-fullnya, untuk HP karena karena sinyal, kendala yang jelas di madrasah. Namanya tim kan tidak semuanya kompak, tetap saja ada yang bikin status siapa yang tidak siapa. Kalau sosmed ada semua IG, FB, Tiktok isi kontennya masih dari madrasah, sebenarnya kemarin mengadakan lomba untuk membuat konten untuk madrasah kontennya lumayan ada yang fyp. Kendala utama di SDM, kalau untuk sarana prasarana kaya kamera kita masih belum ada, ad aitu punya pak fauzan.” (Nina, 2022: K16)

Adapun kendala prasarana yang belum maksimal seperti dalam ruang kelas ada beberapa meja yang tidak ada lacinya sehingga

mengurangi kenyamanan peserta didik. (Yashinta, 2023:F8). Sehingga madrasah harus lebih memperhatikan kenyamanan peserta didik dalam kegiatan belajar.

- c. Kendala ketiga, yaitu terkait keterlambatan dalam informasi. Karena madrasah berbeda dengan SMP yang mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah daerah, sedangkan dari madrasah belum maksimal. Pemerintah hanya mendukung program-program madrasah saja, dan secara finansial pun ada dari dana BOS yang dikelola apa yang ada, sehingga madrasah menggandeng masyarakat untuk mendukung program yang ada di madrasah. Seperti pernyataan dari Bapak Mathori selaku Kepala MTs Negeri 4 Cilacap bahwa:

“Mungkin hambatan kami dalam promosi ini ya satu ini berbeda dengan sekolah ya karena sekolah dalam hal ini SD atau SMP dukungan pemerintah begitu kuat, sementara kita di madrasah meskipun kami negeri dukungannya tetp ya, karena konsep Pendidikan di madrasah mandiri berprestasi jadi kita didukung dengan napa, program-program dari pemerintah itu ya hanya dukungan program saja. Dukungan finansial kita tetap. Kita hanya mengelola yang apa yang ada seperti madrasah lain yaitu dengan dana BOS dan kita menggandeng masyarakat dalam hal ini komite juga dipacu madrasah yang mandiri juga berprestasi.” (Mathori, 2022:K13)

Dapat disimpulkan oleh peneliti, bahwa kendala yang berada di madrasah sebagai acuan untuk bisa lebih baik lagi dalam melakukan perbaikan. Ada beberapa kendala di atas, mengenai sumber daya manusia yang belum sadar akan pentingnya sebuah promosi bagi kemajuan madrasah, dibutuhkannya tenaga ahli dalam penggunaan teknologi informasi untuk mengoperasikan *website*, kurang maksimal dalam

penggunaan internet karena sinyal internet kurang stabil, serta kurang optimalnya dukungan dari pemerintah. Hal ini bukan menjadi kelemahan bagi madrasah namun untuk menunjukkan bahwa MTs Negeri 4 Cilacap memiliki nilai lebih yang bisa unggul melalui produk madrasah yang menghasilkan prestasi peserta didik dan kepercayaan masyarakat untuk meningkatkan reputasi MTs Negeri 4 Cilacap.

MTs Negeri 4 Cilacap harus bisa mengatasi hambatan dengan cara memaksimalkan kekuatan internal dalam artian aspek-aspek sudah berjalan dengan efektif seperti program madrasah dan sumber daya manusia yang masih kompeten, sehingga ini menjadi tantangan untuk dapat meningkatkan kemampuan untuk mengatasi hambatan tersebut. Tantangan dalam pemasaran jasa pendidikan adalah persaingan yang semakin ketat di jalur Pendidikan tentunya pada lembaga pendidikan membuka ruang untuk program-program kelas, ini menjadi bagian persaingan untuk mendapat animo dari masyarakat untuk meningkatkan jumlah peminat. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Bapak Mastur selaku Waka Kesiswaan bahwa:

“Tantangan kedepan tentu, karena sekarang ini lembaga-lembaga Pendidikan diluar madrasah pun membuka ruang untuk program-program kelas plus di sekolah umum, ini menjadi saingan si bukan, tapi sebagai bagian dari kompetisi sebuah Lembaga Pendidikan. Jadi kita ambil sebagai positifnya siapa yang berusaha tentu dia akan mendapatka hasil, siapa yang bersungguh-sungguh dia akan mendapat apa dari hasil kesungguhannya, itu menjadi tantangannya, yang jelas siap bersaing di jalur Pendidikan tentunya untuk mendapatkan animo dari masyarakat yang positif tentunya animonya.” (Mastur, 2022: T17)

Pendapat lain disampaikan Ibu Nina Dwi Rosida selaku Waka

Humas bahwa:

“Persaingan semakin ketat, kalau mereka gak lari ke SMP 1 ya larinya kesini. Secara eksternal dari sekolah negeri.” (Nina, 2022:T17)

Dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa MTs Negeri 4 Cilacap mempunyai beberapa hambatan yang mungkin bisa di perbaiki oleh kepala madrasah untuk mengembangkan pada pengelolaan pada perangkat manajemen pemasaran yang memadai, dengan tersedianya sumber daya manusia yang berkompeten dalam menguasai IPTEK. Sehingga dalam menghadapi tantangan yang berkaitan dengan persaingan antar lembaga pendidikan mampu berkompetisi secara kompetitif, dengan menentukan kehandalan dalam sistem manajemen pemasaran jasa Pendidikan. Dengan demikian MTs Negeri 4 Cilacap mampu membuat evaluasi perubahan upaya pemasaran serta memiliki pemikiran yang inovatif dalam program-program layanan jasa Pendidikan agar memberikan manfaat dan berjalan secara efektif dan efisien.