

ABSTRAK

Ahmad Rayyan; Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Madrasah Tsanawiyah Diniyah, Madrasah Tsanawiyah Muallimin dan Madrasah Tsanawiyah Darul Istiqamah Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah dengan pembimbing I: **Dr. Hj. Sessi Rewetty Rivilla, M. M. Pd,** dan Pembimbing II: **Dr. Inna Muthmainnah, MA.,** pada Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin, 2021.

Kata Kunci: *Manajemen, Pemasaran, Jasa, Pendidikan, Madrasah Tsanawiyah dan Kabupaten Hulu Sungai Tengah.*

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih kini sudah menjadi sarana baru bagi manusia untuk mencari jalan keluar atas segala masalah yang hadir dalam hidupnya. Saat ini seseorang dan bahkan sebuah negara dapat dikatakan maju apabila seseorang atau bangsa tersebut menguasai ilmu pengetahuan. Sejalan dengan kemajuan iptek tersebut kini muncul berbagai persaingan yang terjadi pada semua aspek kehidupan manusia tanpa terkecuali dunia pendidikan. Beberapa lembaga pendidikan kini mulai ditinggalkan para pelanggannya dengan berbagai macam alasan. Keadaan semacam ini memicu lembaga pendidikan agar selalu meningkatkan mutu layanan dan menjawab permintaan pasar serta melakukan pemasaran agar lembaga mereka tetap eksis bahkan menjadi semakin maju dan berkembang.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah dengan mengambil tiga lokasi yakni; Madrasah Tsanawiyah Diniyah, Madrasah Tsanawiyah Muallimin dan Madrasah Tsanawiyah Darul Istiqamah. Adapun jenis dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Objek dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran jasa pendidikan dengan subjek penelitiannya kepala madrasah, ketua yayasan, dewan guru dan staf tata usaha. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode wawancara dan dokumentasi yang kemudian di analisis melalui reduksi data, penyajian data dan simpulan. Guna memastikan keabsahan data yang diperoleh maka penelitian ini juga menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian ini mendiskripsikan bahwa pemasaran jasa pendidikan yang ada pada madrasah tsanawiyah Diniyah, madrasah tsanawiyah Muallimin dan madrasah tsanawiyah Darul Istiqamah dimotori oleh kepala madrasah. Kepala madrasah terlebih dahulu melakukan perencanaan dan membagi tugas-tugas operasional, kemudian dilanjutkan dengan memberikan pengarahan kepada tenaga

pendidik maupun kependidikan, melakukan pengawasan dan menilai hasil kerja terkait dengan pencapaian. Adapun strategi yang dilakukan oleh kepala madrasah dalam memasarkan jasa pendidikan adalah sebagai berikut; Madrasah tsanawiyah Diniyah diperkenalkan sekaligus dipasarkan oleh H. M Nawawi Hs melalui pengajian-pengajian yang beliau bawakan dari mushalla hingga masjid ditambah dengan strategi lainnya yang dilakukan pihak madrasah; Madrasah tsanawiyah Muallimin diperkenalkan dan dipasarkan melalui berbagai media seperti spanduk dan brosur-brosur yang dibagikan kepada masyarakat; Madrasah tsanawiyah Darul Istiqamah lebih banyak dipasarkan melalui media sosial dan media elektronik. Selain itu tersedianya asrama atau tempat tinggal pada madrasah tsanawiyah ini juga menjadi nilai tambah tersendiri bagi para orang tua untuk menyekolahkan anak mereka di madrasah tsanawiyah Darul Istiqamah.

ABSTRACT

Ahmad Rayyan; Marketing Management of Educational Services at Madrasah Tsanawiyah Diniyah, Madrasah Tsanawiyah Muallimin and Madrasah Tsanawiyah Darul Istiqamah Barabai, Hulu Sungai Tengah Regency with supervisor I: **Dr. Hj. Sessi Rewetty Rivilla, M. M. Pd**, and Supervisor II: **Dr. Inna Muthmainnah, MA.**, At the Postgraduate Program at UIN Antasari Banjarmasin, 2021.

Keywords: *Management, Marketing, Services, Education, Madrasah Tsanawiyah and Hulu Sungai Tengah District.*

The development of science and technology, which is increasingly sophisticated, has now become a new means for humans to find solutions to all the problems that arise in their lives. Currently a person and even a country can be said to be advanced if that person or nation masters science. In line with the advancement of science and technology, various competitions have occurred in all aspects of human life without exception in the world of education. Some educational institutions are now starting to be abandoned by their customers for various reasons. This kind of situation triggers educational institutions to always improve service quality and respond to market demands and carry out marketing so that their institutions continue to exist and even become more advanced and developing.

This research was conducted in Barabai District, Hulu Sungai Tengah Regency by taking three locations, namely; Madrasah Tsanawiyah Diniyah, Madrasah Tsanawiyah Muallimin and Madrasah Tsanawiyah Darul Istiqamah. The type in this research is field research with a qualitative approach. The object of this research is the marketing management of educational services, with the research subjects being the head of madrasah, the head of the foundation, the board of teachers and administrative staff. The data in this study were collected by interview and documentation methods which were then analyzed through data reduction, data presentation and conclusions. In order to ensure the validity of the data obtained, this study also uses triangulation.

The results of this study describe that the marketing of educational services in Madrasah Tsanawiyah Diniyah, Madrasah Tsanawiyah Muallimin and Madrasah Tsanawiyah Darul Istiqamah is driven by the head of the madrasah. The head of the madrasah first plans and divides operational tasks, then continues by giving direction to both educators and education staff, supervises and assesses work results related to achievement. The strategies adopted by the head of madrasah in marketing educational services are as follows; The Madrasah Tsanawiyah Diniyah was introduced and marketed by H. M Nawawi Hs through the recitations he brought from mushalla to mosques coupled with other strategies carried out by the madrasah; Muallimin Tsanawiyah Madrasah was introduced and marketed through various

media such as banners and brochures that were distributed to the public; Darul Istiqamah Islamic school is mostly marketed through social media and electronic media. In addition, the availability of a dormitory or a place to live in this Tsanawiyah madrasah is also an added value for parents to send their children to the Darul Istiqamah Tsanawiyah madrasah.