BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

a. Sejarah Singkat Berdirinya MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

Gambar 4. 1 Sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin Tahun 2025



Sumber: Dokumentasi peneliti

Tepatnya pada tanggal 1 Juli 2012 telah dibangun sekolah yang bernama MTsS Ibnu Katsir dan kemudian pada tanggal 31 Oktober 2012 Kementerian Agama Kota Banjarmasin mengeluarkan surat izin operasional dan tepatnya pada tanggal 3 Januari 2013 diterbitkan sertifikat yang menyatakan NSN dan NPSN, setelah diterbitkannya sertifikat maka MTsS Ibnu Katsir resmi terdaftar sebagai sekolah formal secara nasional.

MTsS Ibnu Katsir adalah salah satu satuan Pendidikan dengan jenjang MTsS di Jl. 9 Oktober Komp. Nusa Indah Gg.1 Rt.22 No.12, Pekauman, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan dengan Kode Pos 70243. Dalam menjalankan kegiatannya, MTsS Ibnu Katsir berada dibawah naungan Kementrian Agama.[1]

b. Identitas Sekolah

1) Lokasi Sekolah

Nama Madrasah	: MTsS Ibnu Katsir
NSM	: 121263710028
NPSN	: 69755427
Alamat Sekolah	: Jl. 9 Oktober Komp.Nusa Indah Gg. 1 RT.22 Kecamatan Banjarmasin Selatan
Kelurahan	: Pekauman
Kota	: Banjarmasin
Provinsi	: Provinsi Kalimantan Selatan
Kode Pos	: 70243
Nama Kepala Madrasah	: Suriani, S.Ag, S.Pd.I
Tahun Berdiri	: 1 Juli 2012

2) Ditinjau dari segi geografisnya MTsS Ibnu Katsir

Sebelah Utara	: Rumah Penduduk
Sebelah Selatan	: Rumah Penduduk

[1] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 20 Februari 2025.

Sebelah Barat : Rumah Penduduk

Sebelah Timur : Rumah Penduduk

3) Dokumen dan Perizinan

Naungan : Kementrian Agama

No. SK Pendirian : Kd.17.10/4/Mts/02/2012

Tanggal SK Pendirian : 31-10-2012

No SK Operasional : Kd.17.10/4/PP.00/464/2012

Tanggal SK Operasional : 31-10-2012

Akreditasi : C

No. SK Akreditasi : 1336/BAN-SM/SK/2019

Tanggal Akreditasi : 30-11-2019

c. Visi dan Misi MTsS Ibnu Katsir

1) Visi MTsS Ibnu Katsir

Menjadikan lulusan madrasah yang beriman, berilmu, berakhlak terpuji dan bertaqwa.

2) Misi MTsS Ibnu Katsir

a. Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT dan Rasul-Nya

b. Mempraktekkan akhlak yang mulia dalam kehidupan sehari-hari.

c. Menimbulkan semangat menuntut ilmu sampai akhir masa dan mengaplikasikannya dalam kehidupan.

d. Menjadikan lulusan madrasah yang berguna bagi semua

d. Tujuan MTsS Ibnu Katsir

Untuk mencetak anak didik yang berilmu, berakhlak serta berguna bagi bangsa, masyarakat dan agama.

e. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sekolah MTsS Ibnu Katsir yang beralamatkan di Jl. 9 Oktober Komp. Nusa Indah Gg.1 Rt.22, Kel. Pekauman Kec. Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin.

f. Keadaan Siswa MTsS Ibnu Katsir

Siswa siswi di Mtss Ibnu Katsir terbagi menjadi 3 kelas yaitu mulai dari kelas VII, VIII, IX. Dan pada tahun ajaran 2024-2025 MTsS Ibnu Katsir memiliki siswa sebanyak 17 orang. Berikut ini tabel jumlah siswa siswi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin pada tahun ajaran 2024-2025

Tabel 4.1 Data jumlah siswa 3 tahun terakhir di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

Tahun Ajaran	Jenis Kelamin		Jumlah Total Siswa
	Laki-laki	Perempuan	
2022-2023	5	-	5
2023-2024	6	11	17
2024-2025	12	5	17
Total	23	16	39

Sumber: Arsip MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

Tabel 4.1 merupakan tabel jumlah siswa siswi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Berdasarkan informasi yang didapat dari kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin beliau menjelaskan bahwa pada tahun 2022-2023 jumlah siswa di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, dikarenakan beberapa faktor salah satunya yaitu faktor

domisili siswa yang tidak menetap yang mengakibatkan siswa berpindah tempat tinggal dan juga harus pindah sekolah.[2]

g. Keadaan Guru MTsS Ibnu Katsir

Keadaan Guru di MTsS Ibnu Katsir pada tahun 2024-2025 berjumlah sebanyak 10 orang. Yang mana guru-guru tersebut mengajar sesuai dengan study nya masing-masing.[3] Untuk data tenaga guru lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Data Tenaga Guru MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin Tahun 2025

No	Nama Guru	L/P	Jabatan
1.	Suriani, S.Ag.S.Pd.I	L	Kepala Madrasah
2.	Ricky Yamani, S.Pd.I	L	Wakamad & Wali kelas VIII
3.	Sam'ani, S.Pd.I	L	Guru
4.	Muhammad Hadi, S.Pd.I	L	Guru
5.	Muhammad Zuhdi, S.Pd	L	Guru
6.	Marlini, S.Pd	P	Wali Kelas IX
7.	Dewi, S.Pd	P	Wali Kelas VII
8.	Sima, S.Pd.I	P	Guru
9.	Sri Muthi'ah Rezeqi	P	Guru
10.	Kiki Rezki Amelia, S.Pd	P	Guru

Sumber: Arsip MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin.

[2] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 20 Februari 2025.

[3] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 20 Februari 2025.

Gambar 4. 2 Data Tenaga Guru MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin



DATA PERSONAL TENAGA PENDIDIK DAN KEPENDIDIKAN MTS IBNU KATSIR
TAHUN PELAJARAN
JL. 9 OKTOBER GANG NUSA INDAH 1 RT. 22 KEL. PEKAUMAN BANJARMASIN

NO	NPK / NIP	NAMA	L/P	JABATAN	PENDIDIKAN	TAHUN LULUS	MULAI BERTUGAS	ALAMAT	No. Hp
1	5732230078069	Suriani,S.Ag,S.Pd.I		KEPALA MADRASAH	S1.IAIN/STAI AL-Jami	1998/2011	01-Juli 2012		
2	1872590119079	Ricky Yamani, S.Pd.I		WAKAMAD.KESISWAAN	S1.FKIP UNLAM				
3	5801710145019			KEPALA PERPUSTAKAAN	S1.IAIN/STAI AL-Jami	2005/2010	01-Juli 2013		
4	375185044009	Sam'ani,S.Pd.I		GURU	S1.IAIN Tarbiyah	2015	01-Juli 2014		
5	3031529494092001	Muhammad Hadi,S.Pd.I		GURU	S1.IAIN Tarbiyah	2010	01-Juli 2016		
6				GURU	S1. UIN Syari'ah	2018	01-Juli 2017		
7	4930970005041	Muhammad Zuhdi, S.Pd		GURU	S1.FKIP UNLAM	2005	01-Juli 2013		
8	4891120143098	Marlini,S.Pd		WALIKELAS IX	S1.IAIN Tarbiyah	2013	01-Juli 2013		
9	2954080000013	Dewi, S.Pd		WALI KLS VII	S.1 FKIP STKIP PGRI	2011	10 Juli 2019		
10	6851460183096	Sima, S.Pd.I		GURU	S.1 STAI Kuala Kapuas	2011	26 Januari 2022		
11	3031529610200[illegible]	Siti Mufi'ah Rezeq		GURU	S1.FKIP STKIP PGRI	2010	15 Juli 2019		
12	6891530243090	Khd Rezki Amelia,S.pd		GURU	S1.FKIP UNISKA	2014	01-Juli 2015		

KEPALA MADRASAH
Suriani,S.Ag,S.Pd.I

Sumber: Dokumen MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

h. Keadaan Sarana dan Prasarana

Berdasarkan informasi yang di dapat dari kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin sarana dan prasarana yang dimiliki oleh MTsS Ibnu Katsir masih banyak kekurangannya namun MTsS Ibnu Katsir sudah memiliki Gerakan Pramuka Gugus Depan 04.903-02.904, memiliki Ekstrakulikuler di luar sekolah, memiliki ruang yang terdiri atas 1 ruang kepala madrasah, 3 ruang belajar, 1 ruang perpustakaan, 1 ruang guru. Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut. [4]

Tabel 4. 3 Data Sarana dan Prasarana MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Fisik
1.	Ruang kelas	3	Baik
2.	Ruang kepala madrasah	1	Baik
3.	Ruang perpustakaan	1	Baik
4.	Lapangan sekolah	1	Baik
5.	Musholla	1	Baik
6.	WC	2	Baik

[4] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 20 Februari 2025.

Lanjutan Tabel 4.3

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Fisik
7.	Tempat parkir	1	Baik
8.	Kursi siswa	96	Baik
9.	Kursi guru	12	Baik
10.	Meja siswa	96	Baik
11.	Meja guru	12	Baik
12.	Komputer	2	Baik

Sumber: Arsip MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

i. Kurikulum yang Digunakan

Untuk kurikulum yang digunakan oleh sekolah MTsS Ibnu Katsir adalah kurikulum merdeka.[5]

j. Jadwal Belajar

Penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan oleh sekolah MTsS Ibnu Katsir dilaksanakan setiap hari dari hari senin- sabtu. Adapun kegiatan belajar mengajar dimulai pada pukul 07:30 wita sampai pukul 13:30 wita.[6]

2. Strategi Bauran Promosi yang Dilakukan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam Meningkatkan Jumlah Siswa

Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mendorong dan mengingatkan konsumen akan keinginannya untuk memperoleh, membeli dan tetap loyal terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Di sisi lain, strategi bauran promosi adalah cara-cara yang dilakukan dan digunakan oleh lembaga, perusahaan jasa dan produk untuk memberikan informasi kepada masyarakat guna membangkitkan minat terhadap

[5] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 20 Februari 2025.

[6] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 20 Februari 2025.

produk dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Salah satu lembaga pendidikan yang menerapkan strategi bauran promosi adalah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Tujuan dari strategi bauran promosi ini adalah untuk meningkatkan jumlah siswa di sekolah tersebut.

Penelitian ini membahas berbagai pendekatan promosi yang berfokus pada bauran promosi untuk meningkatkan jumlah siswa dan mempertahankan identitas sekolah di masyarakat. Hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menunjukkan bahwa peneliti memperoleh berbagai informasi dan mempelajari berbagai metode promosi yang digunakan di sekolah untuk meningkatkan jumlah siswanya. Strategi promosi ini termasuk bauran promosi yang dirancang oleh kepala madrasah dan ketua PPDB untuk melakukan promosi. Adapun ketua panitia penerima peserta didik baru (PPDB) yaitu bapak Ricky Yamani dengan dibantu oleh bapak kepala madrasah yaitu bapak Suriani.

Hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan peneliti tentang strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah siswa di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin adalah sebagai berikut:

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*Advertising*) adalah strategi bauran promosi pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan atau lembaga yang bertujuan untuk mengenalkan, membujuk, dan mengingatkan pembeli tentang produk atau jasa yang ditawarkan. MTsS Ibnu Katsir telah menggunakan periklanan untuk

melakukan promosi yaitu dengan menggunakan media cetak yang berupa spanduk dan brosur.

Berdasarkan informasi yang diperoleh saat wawancara bersama bapak Suriani, selaku kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dan bapak Ricky Yamani, selaku ketua PPDB disampaikan bahwa setiap tahunnya, di awal masa penerimaan siswa baru, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin melakukan pemasangan spanduk yang berisi informasi tentang pendaftaran. Setiap tahunnya, sekolah ini menempatkan spanduk di beberapa lokasi strategis yang mudah dijangkau dan terlihat oleh masyarakat. Pemasangan tersebut dilakukan di sekitar madrasah seperti di depan pagar madrasah dan tempat strategis lainnya agar dapat dilihat oleh masyarakat.[7]

Selain spanduk promosi berikutnya yang diterapkan oleh pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin yaitu brosur, berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suriani, selaku kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin brosur ini merupakan media cetak yang digunakan untuk memperkenalkan keberadaan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, adapun informasi yang dimuat dalam brosur tersebut diantaranya seperti informasi PPDB, syarat pendaftaran, nomor telepon yang bisa dihubungi, serta visi dan misi sekolah tersebut. Untuk penyebaran brosur sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin saat ini tidak memiliki strategi khusus dalam penyebarannya. Brosur dapat diperoleh dengan mengambilnya

[7] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

langsung di sekolah atau meminta kepada siswa yang bersekolah di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin.[8]

Masih dengan pertanyaan yang sama peneliti ajukan kepada bapak Ricky Yamani, peneliti mendapatkan hasil yang sama yaitu setiap tahun ajaran baru sekolah ini selalu mencetak brosur untuk periklanan, akan tetapi untuk sekolah ini masih belum memiliki strategi khusus dalam penyebaran brosur. Penyebaran brosur dilakukan secara terbatas, biasanya brosur dapat diperoleh langsung di sekolah dengan menemui kepala madrasah atau guru-guru lainnya, tempat brosur tersebut tersedia. Brosur juga ditempelkan di papan pengumuman sekolah agar siswa dapat mengetahui dan membacanya. [9]Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menggunakan spanduk dan brosur sebagai salah satu bentuk bauran promosi periklanan.

Gambar 4.3 Brosur MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin



Sumber: Dokumen MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

[8] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Febuari 2025

[9] Wawancara dengan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

b. Penjualan personal *(personal selling)*

Penjualan personal *(personal selling)* adalah pertemuan langsung antara penjual dan calon pembeli secara tatap muka untuk menginformasikan serta memberikan pemahaman tentang suatu produk dan jasa yang ditawarkan, dengan tujuan agar calon pembeli bersedia mencoba dan mau membelinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suriani selaku kepala madrasah, dalam penjualan personal sekolah ini melakukan interaksi langsung dengan calon konsumen, sekolah mempersilahkan masyarakat untuk datang secara langsung ke sekolah. Masyarakat atau calon konsumen bisa langsung menemui panitia PPDB maupun kepala madrasah untuk mencari informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, tentang biaya pendaftaran dan lain sebagainya. Penjualan personal yang digunakan oleh MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin lebih kepada *standby* di sekolah. Kepala madrasah dan salah satu guru berada di kantor kemudian bertugas melayani calon orang tua siswa/i yang datang, dengan memberikan pemaparan mengenai keunggulan dan lain sebagainya. Melalui kegiatan tersebut, pihak sekolah dapat melakukan hubungan komunikasi yang terjalin antara pihak sekolah yang mempromosikan dengan calon konsumen, yang diharapkan dapat menjadi magnet tersendiri bagi calon konsumen untuk lebih penasaran dan tertarik sehingga berminat untuk sekolah di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin.

Selain itu, penjualan personal atau promosi tatap muka ini tidak hanya dilakukan oleh kepala madrasah atau panitia PPDB saja akan tetapi juga dilakukan semua pihak yang terkait. Dengan kata lain, setiap guru di MTsS Ibnu

Katsir secara langsung dianjurkan untuk mempromosikan sekolah kepada keluarga atau tetangga tempat tinggalnya. seperti yang dilakukan oleh bapak Suriani selaku kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, ketika ada yang bertanya diluar dari jam kerja, beliau tetap menjelaskan mengenai MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, bapak Suriani akan memberikan penjelasan mengenai kegiatan belajar mengajar, dan lain sebagainya yang merupakan upaya mempengaruhi calon minat orang tua siswa baru. Tentunya melalui perbincangan-perbincangan tersebut, masyarakat akan lebih paham secara langsung mengenai informasi sekolah. Dengan cara seperti itulah beliau mempromosikan sekolah ini kepada orang yang bertanya, baik itu yang bertanya keluarga, tetangga dan teman-teman beliau. Sejauh ini tidak ada strategi yang dikhususkan oleh pihak sekolah dalam mempromosikan sekolah di MTsS Ibnu Katsir ini dalam promosi penjualan personal. Promosi hanya dilakukan dengan melakukan *retail selling*.[10]

Bapak Ricky Yamani, selaku ketua PPDB juga menyampaikan bahwa, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam promosi penjualan personal lebih *standby* di sekolah. MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin masih belum melakukan *roadshow* ke sekolah-sekolah dasar maupun sekolah madrasah untuk memperkenalkan sekolah secara khusus ke pihak luar. Meskipun belum melakukan *roadshow* ke sekolah-sekolah atau *Field selling* tapi sekolah ini mampu melakukan *Retail Selling* yaitu

[10] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Febuari 2025

tenaga penjual akan memperkenalkan produknya dengan melayani konsumen yang datang secara langsung ke perusahaan atau sebuah lembaga sekolah.[11]

Gambar 4. 4 Penerimaan Peserta Didik Baru di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin



Sumber: Dokumen Mts Ibnu Katsir Banjarmasin

c. Promosi penjualan *(sales promotion)*

Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah berbagai kumpulan alat-alat intensif, yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk mendorong penjual atau konsumen membeli produk atau jasa lebih cepat dan dalam jumlah lebih banyak. Alat-alat insentif tersebut salah satunya berupa diskon atau potongan harga. Berdasarkan wawancara dengan bapak Suriani, diketahui bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menerapkan promosi penjualan dengan menawarkan gratisnya beberapa biaya seperti biaya pendaftaran, uang pangkal, serta atribut sekolah. Meskipun biaya masuk sekolah tersebut gratis, tetapi pihak madrasah tetap memberikan pelayanan dan pendidikan terbaik bagi para siswa.

[11] Wawancara dengan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

Hal ini menjadi daya tarik bagi orang tua untuk menyekolahkan anak-anak mereka di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin.[12]

Selanjutnya peneliti juga mendapatkan jawaban yang sama dan dilengkapi dari hasil wawancara bersama bapak Ricky Yamani, bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam promosinya telah menerapkan promosi penjualan yaitu gratisnya biaya masuk atau biaya pendaftaran, gatisnya uang pangkal, dan gratisnya atribut sekolah. Meskipun ada pembayaran lain, tetapi biaya yang dikeluarkan di sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini terjangkau dan tidak mahal dibandingkan sekolah MTsS lainnya. [13]Adapun hasil wawancara dengan salah satu orang tua dari siswa baru di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin beliau merincikan sebagai berikut:[14]

Tabel 4. 4 Rincian harga seragam siswa baru MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

No	Rincian Barang	Satuan	Harga
1.	Baju Olahraga	1 Stel	Rp. 100.000
2.	Baju Sasirangan	1 Stel	Rp. 80.000
3.	Jilbab	1 Stel	Rp. 35.000
4.	Kaos Kaki	1 Stel	Rp. 25.000
5.	Ikat Pinggang	1 Buah	Rp. 25.000
		Total	Rp. 265.000

Sumber: Hasil wawancara bersama salah satu orang tua siswa

[12] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Febuari 2025

[13] Wawancara dengan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

[14] Wawancara dengan Ibu Fitriah, Orang Tua Siswa Baru MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 18 Februari 2025.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan informan, dapat disimpulkan bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menerapkan promosi penjualan *(sales promotion)* sebagai alat untuk meningkatkan jumalah siswanya.

d. Hubungan Masyarakat *(Public Relation)*

Hubungan masyarakat *(public relation)* mencakup kerjasama antara suatu organisasi atau perusahaan dengan entitas lain, termasuk masyarakat. Fungsi hubungan masyarakat sangat penting dalam menciptakan citra positif bagi suatu lembaga. Untuk itu, lembaga perlu membangun komunikasi yang efektif guna menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat berkontribusi pada perkembangan dan kemajuan lembaga. Melalui peranannya, hubungan masyarakat dapat membantu lembaga memperoleh dukungan yang diperlukan serta meningkatkan efisiensi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada bauran promosi hubungan masyarakat ini peneliti menemukan hasil dari wawancara dengan bapak Suriani, bahwa pihak sekolah mampu menjalin hubungan baik dan dukungan yang kuat dari masyarakat disekitar saja, termasuk orang tua siswa yaitu dengan menyampaikan informasi-informasi yang berhubungan dengan sekolah. Dukungan tersebut membantu sekolah dalam memperoleh respons positif sekaligus menciptakan citra yang baik di mata masyarakat. Sedangkan dengan perusahaan dan lembaga, sekolah ini tidak melakukan yang namanya bauran promosi berupa hubungan masyarakat (*public relation)*, karena sekolah ini memiliki keterbatasan sumber daya guru dan pegawai sehingga tidak memiliki staf atau divisi khusus yang mampu menjalankan strategi hubungan masyarakat, selain tidak memiliki staf atau divisi khusus sekolah ini

juga memiliki kendala waktu dalam melakukan hubungan masyarakat sehingga menyebabkan kegiatan promosi berjalan sangat terbatas, dan menghambat efektifitas upaya yang dilakukan.[15]

Selanjutnya peneliti juga menemukan hasil dari wawancara dengan bapak Ricky Yamani, beliau menjelaskan pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin memang tidak menerapkan promosi hubungan masyarakat *(public relation)* karena, pada kenyataannya sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini masih memiliki keterbatasan sumber daya guru sehingga MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin belum memiliki staf khusus hubungan masyarakat yang mampu memahami atau menjalankan strategi hubungan masyarakat secara efektif. MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin juga memiliki keterbatasan anggaran sehingga MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin belum pernah mengadakan ataupun menjalin hubungan dengan media lokal ataupun kegiatan yang melibatkan masyarakat yaitu seperti mengadakan seminar, ikut pameran, melakukan kegiatan bersama masyarakat dan belum menjalin relasi dari berbagai lembaga untuk mempromosikan sekolahnya.[16]

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti bersama kepala madrasah dan ketua panitia PPDB di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, diketahui bahwa pihak MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin tidak melakukan bauran promosi hubungan masyarakat (*public relation*).

---

[15] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Febuari 2025

[16] Wawancara dengan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

e. Pemasaran Langsung dan Digital *(Direct and Digital Marketing)*

Pemasaran langsung dan digital (*direct and digital marketing)* adalah metode promosi yang melibatkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen melalui berbagai media komunikasi, yang mana ini bersifat segera dan cepat disampaikan informasinya, seperti surat, telepon, atau platform digital seperti *WhatsApp,* website, Instagram, *email*, *YouTube,* dan lainnya. Tujuannya adalah untuk memperoleh respons langsung dari konsumen terkait produk atau layanan yang ditawarkan. Di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, penerapan pemasaran langsung ini juga belum diterapkan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin belum menggunakan media komunikasi, seperti telepon, atau platform digital seperti website, Instagram, *email*, *YouTube,* dan lainnya. MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menggunakan *WhatsApp* dan surat akan tetapi bukan untuk tujuan promosi, melainkan sebagai sarana untuk menginformasikan kegiatan sekolah. Hal ini sesuai dengan penjelasan yang disampaikan oleh bapak Suriani dan bapak Ricky Yamani yaitu,

1) Surat

Berdasarkan wawancara dengan bapak Suriani, kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, pihak sekolah hanya menggunakan surat untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan sekolah. Surat tersebut diberikan langsung kepada siswa untuk kemudian diserahkan kepada orang tua mereka. [17] Bapak Ricky Yamani juga mengonfirmasikan hal yang sama, bahwa sekolah belum menerapkan promosi pemasaran langsung melalui surat. Surat yang

[17] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Febuari 2025

digunakan oleh sekolah semata-mata berfungsi sebagai media informasi mengenai kegiatan yang berlangsung di sekolah, bukan sebagai alat promosi.[18] Berdasarkan wawancara dan observasi yang peneliti lakukan dengan kedua informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin tidak menggunakan alat promosi pemasaran langsung (*direct marketing*) seperti surat dalam mempromosikan sekolahnya.

2) *Whatsapp*

Berdasarkan wawancara dengan bapak Suriani, diketahui bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menggunakan *whatsapp* sebagai media digital marketingnya. Sekolah membuat grup *whatsapp* yang mencakup guru dan orang tua siswa, guna memudahkan penyampaian informasi terkait kegiatan sekolah atau informasi lainnya secara langsung. Dan untuk *whatsapp* tersebut lebih sering digunakan untuk menginformasikan tentang kegiatan sekolah seperti adanya rapat orang tua baik untuk pemberitahuan penting, pengumuman kegiatan, atau bahkan untuk memberikan informasi terkait pembelajaran, acara ekstrakurikuler ataupun kegiatan-kegiatan lainnya. Melalui grup yang dibuat oleh pihak sekolah maka orang tua bisa bertanya secara langsung baik itu mengenai kegiatan sekolah ataupun bertanya tentang perkembangan anak-anak mereka. Selain itu, sekolah juga melakukan komunikasi pribadi, baik melalui chat atau panggilan telepon di *whatsapp*, kepada orang tua siswa yang relevan.[19]

---

[18] Wawancara dengan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

[19] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Febuari 2025

Peneliti juga memperoleh informasi serupa melalui wawancara dengan bapak Ricky Yamani, yang menjelaskan bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menggunakan grup *whatsapp* untuk mempermudah komunikasi dengan orang tua siswa, sedangkan untuk mempromosikan sekolah hanya dilakukan ketika adanya penerimaan siswa baru, yang mana guru yang ada di grup *whatsapp* menyebarkan gambar brosur dan meminta tolong kepada para orang tua yang ada di grup *whatsapp* dan juga siswanya untuk menyebarkan brosur tersebut melalui status *whatsapp.* Grup *whatsapp* ini memungkinkan orang tua untuk bertanya langsung, sementara orang tua lainnya juga dapat mengetahui informasi yang disampaikan. [20]Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan kedua informan, dapat disimpulkan bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin masih belum mengimplementasikan bauran promosi pemasaran langsung dan digital (*direct marketing and digital marketing*). Penggunaan *whatsapp* di sekolah ini terbatas pada grup *whatsapp* saja yang hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan sekolah, bukan alat untuk mempromosikan sekolah secara langsung kepada individu yang dituju.

3. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Bauran Promosi Mts Ibnu Katsir Banjarmasin

Tidak diragukan lagi, setiap strategi promosi perusahaan atau sebuah lembaga pasti memiliki faktor pendukung ataupun faktor penghambat yang mendukung atau menghalangi tindakan sebuah perusahaan atau lembaga. Seperti, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin memiliki faktor pendukung dan penghambat

[20] Wawancara dengan Bapak Ricky Yamani, Ketua Panitia Penerima Peserta Ddik Baru (PPDB) MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 21 Februari 2025.

sebagaimana yang telah disampaikan oleh bapak Suriani, kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin,

1. Keterbatasan Biaya

Keterbatasan biaya atau dana dalam melaksanakan promosi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menjadi hambatan bagi sekolah untuk menjangkau target audiens yang lebih luas dan menarik minat calon siswa baru secara optimal. Bapak Suriani, menyampaikan bahwa sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini tergolong sebagai sebuah lembaga yang masih baru, yang mana sekolah ini memerlukan biaya yang cukup besar untuk menjalankan sebuah kegiatan promosi yang berskala besar. Selain itu MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini belum memiliki staf khusus atau divisi khusus yang mampu menjalankan strategi promosi, oleh karena itu sekolah ini memiliki kesulitan dan menjadi tantangan tersendiri untuk mempromosikan sekolahnya. Keterbatasan anggaran ini turut mempengaruhi kemampuan sekolah untuk mengrekrut atau melatih staf yang berfokus pada strategi bauran promosi, sehingga upaya promosi yang dilakukan cenderung kurang efisien dan kurang terkoordinasi.[21]

2. Persaingan yang ketat

Persaingan adalah suatu proses sosial di mana individu atau kelompok berupaya untuk mengungguli pihak lain secara sehat, tanpa melibatkan ancaman, intimidasi, atau kekerasan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak suriani, menyampaikan bahwa radius atau jarak antar lembaga sekarang sangat dekat

[21] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 24 Febuari 2025

dengan jarak yang hanya beberapa meter saja terdapat dua atau tiga lembaga pendidikan dengan tingkat dan jenis pendidikan yang sama, sehingga mengakibatkan MTsS Ibnu Katsir ini kesulitan dalam bersaing, terutama kerana lembaga pendidikan lain melakukan promosi secara besar-besaran untuk menarik minat calon siswa dan orang tua dan kondisi ini membuat MTsS Ibnu Katsir tertinggal dalam menarik perhatian masyarakat dibandingkan madrasah lainnya.[22]

3. Kendala waktu

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suriani, menyampaikan bahwa, selain keterbatasan biaya dan pesaing, kendala waktu juga menjadi salah satu faktor penghambat dalam pelaksanaan promosi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Hal ini berdampak pada upaya menjangkau target audiens yang lebih luas. Umumnya para pengajar memiliki tanggung jawab utama, seperti mengajar, menyiapkan materi pelajaran, mengevaluasi siswa, dan mengelola administrasi kelas. Dengan jadwal mengajar yang padat setiap hari, mereka tidak memiliki waktu luang bahkan untuk sekedar memikirkan, merencanakan dan melaksanakan kegiatan promosi. Akibatnya, kegiatan seperti menghadiri acara promosi, pameran pendidikan, atau mengelola media sosial sekolah menjadi sulit untuk dilakukan. Kondisi ini menyebabkan kegiatan promosi berjalan sangat terbatas, sehingga menghambat efektifitas upaya yang dilakukan. Bapak Suriani juga menyampaikan bahwa di MTsS Ibnu Katsir ini tidak ada staf khusus yang ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan promosi sekolah. Akibatnya kegiatan

[22] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 24 Febuari 2025

promosi sepenuhnya bergantung pada sumber daya yang ada, yang sudah memiliki tanggung jawab utama di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin.[23]

Adapun untuk faktor pendukung dari MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini yaitu:

1. Kepuasan pelayanan yang diberikan dan biaya yang ditawarkan sangat terjangkau

Perpaduan antara kepuasan pelayanan yang diberikan dan biaya yang ditawarkan sangat terjangkau menjadikan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menjadi pilihan yang tepat bagi orang tua yang ingin menitipkan putra-putinya untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas, pendidikan yang menggabungkan antara nilai-nilai agama dengan ilmu pengetahuan umum tanpa memberatkan biaya yang berlebihan bagi para orang tua. Lembaga pendidikan ini sangat menyadari pentingnya menyiapkan pendidikan berkualitas yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Oleh karena itu, mereka memprioritaskan penetapan struktur biaya yang fleksibel dan terjangkau dan sekolah ini juga memiliki keunggulan yang dimiliki yaitu sebagian besar guru sudah memiliki pengalaman mengajar yang cukup lama dan beberapa diantaranya telah mengantongi sertifikat guru profesional. Hal ini ditegaskan oleh bapak suriani selaku kepala madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin yang menyatakan bahwa dengan hanya membayar biaya seragam sekolah, demi menciptakan kesan keseragaman para siswa sudah bisa mendapatkan pembelajaran tentang nilai-nilai agama dan ilmu pengetahuan

[23] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 24 Febuari 2025

umum lainnya.[24] Berdasarkan wawancara tersebut, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin terus berkomitmen untuk memberikan kontribusi besar kepada masyarakat, memastikan pendidikan yang berkualitas dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat.

2. Dukungan dari media cetak dalam mempromosikan lembaga

Dengan memanfaatkan media cetak yang ada, yang telah digunakan dari awal berdirinya madrasah, lembaga pendidikan ini dapat memperluas jangkauan promosinya terutama dalam memperluas jangkauan mereka ditengah masyarakat, serta dapat menarik perhatian calon siswa maupun orang tua siswa. Media cetak ini dapat berkontribusi dalam memperkuat citra sekolah sehingga MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dapat dikenal lebih luas. Oleh karena itu, media cetak menjadi elemen penting dalam mendukung promosi lembaga kepada masyarakat. Adapun media cetak yang digunakan berupa media cetak seperti brosur dan spanduk.

Adapun faktor pendukung dan faktor penghambat dari bauran promosi yang digunakan yaitu:

a. Periklanan (*Advertising*)

Faktor pendukung dari promosi periklanan tentunya yaitu dalam media cetak yang berupa spanduk dan brosur. Pemasangan spanduk ini biasanya dipasang di sekitar madrasah seperti didepan pagar madrasah dan tempat strategis lainnya agar dapat dilihat oleh masyarakat sedangkan brosur dapat diperoleh dengan mengambil langsung ke sekolah inilah salah satu penunjang untuk mengenalkan identitas sekolah kepada masyarakat. Adapun untuk kendala yang

[24] Wawancara dengan Bapak Suriani, Kepala Madrasah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin, 24 Febuari 2025

merupakan faktor penghambat dalam melakukan promosi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini yaitu belum mencoba mengenalkan informasi menggunakan media yang lebih luas seperti menggunakan koran, pamflet, benner dan kalender.

b. Penjualan Personal *(Personal Selling)*

Faktor yang mendukung promosi penjualan personal terletak pada aspek pelayanan yang diberikan kepada orang tua calon siswa yang ingin memperoleh informasi terkait produk atau layanan yang ditawarkan. Pelayanan yang baik dan responsif dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah, karena mereka merasa diperhatikan dan dibantu dalam memahami berbagai hal yang berkaitan dengan pendidikan di sekolah tersebut. Baik itu mengenai biaya pendaftaran, bertanya secara rinci tentang program pembelajaran yang digunakan oleh sekolah. MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini mampu memaksimalkan penjualan bahkan proses promosi yang dilakukan secara penjualan antar pribadi. Faktor penghambat kegiatan ini yaitu belum mampu memaksimalkan proses promosi yang dilakukan secara tatap muka. Sekolah itu masih belum melakukan *roadshow* ke sekolah-sekolah seperti SD dan MI untuk memperkenalkan sekolah secara khusus kepada pihak luar.

c. Promosi Penjualan *(Sales Promotion)*

Faktor pendukung dari promosi penjualan yaitu mampu menerapkan promosi penjualan *(Sales Promotion)* seperti menggunakan promosi dengan menawarkan gratis biaya masuk, biaya pendaftaran, uang pangkal, serta atribut sekolah. Meskipun biaya masuk sekolah tersebut gratis, pihak madrasah tetap berkomitmen untuk memberikan pelayanan dan pendidikan terbaik bagi para

siswa. Faktor penghambat dari promosi penjualan ini adalah biaya yang dikeluarkan dari pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin jauh lebih besar dibandingkan bentuk promosi lainnya.

d. Hubungan Masyarakat *(Public Relation)*

Faktor pendukung promosi hubungan masyarakat ini adalah terjalinnya hubungan baik dari masyarakat sekitar, termasuk orang tua siswa. Dukungan tersebut membantu sekolah dalam memperoleh respons positif sekaligus menciptakan citra yang baik di mata masyarakat. Namun, ada juga faktor penghambat yang dihadapi oleh pihak sekolah yaitu, masih belum menggunakan bauran promosi hubungan masyarakat secara luas baik itu dengan perusahaan ataupun dengan lembaga lain, tidak adanya penugasan khusus untuk mengawasi dan menjalankan kegiatan publisitas, baik secara langsung maupun melalui media sosial, keterbatasan sumber daya yang mengakibatkan kegiatan promosi sepenuhnya bergantung pada sumber daya yang ada.

e. Pemasaran langsung dan Digital *(Direct and Digital Marketing)*

Faktor pendukung dalam bauran promosi pemasaran langsung ini adalah keaktifan sekolah di media sosial khususnya media sosial *whatsapp*, yang mempermudah sekolah memberikan informasi kepada orang tua siswa. Faktor penghambat pemasaran langsung ini yaitu belum menggunakan bauran promosi pemasaran langsung dan digital seperti belum menggunakan media komunikasi, atau platform digital seperti *website,* Instagram, *email*, *YouTube,* dan lainnya.

B. Pembahasan

1. Analisis Strategi Bauran Promosi yang Dilakukan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam Meningkatkan Jumlah Siswa

Semenjak berdirinya MTsS Ibnu katsir Banjarmasin pada tahun 2012 hingga sekarang MTsS Ibnu katsir Banjarmasin memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pendidikan di masyarakat, lembaga ini dirancang untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan nilai pengetahuan umum, tanpa membebani orang tua dengan biaya yang tinggi. Lembaga ini sangat memahami tentang pentingnya menyiapkan pendidikan berkualitas yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. MTsS Ibnu katsir Banjarmasin selalu berusaha memberikan yang terbaik, baik itu dari pelayanan maupun fasilitas yang memadai kepada siswa yang bersekolah, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin terus berkomitmen memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat, sehingga menjadi salah satu faktor pendukung dari promosi yang ditawarkan.

Berdasarkan hasil penelitian dan menganalisis tentang strategi promosi MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin maka dapat dikatakan bahwa naik turunnya jumlah siswa per tahunnya sudah menandakan bahwa masyarakat sudah mulai dan cukup banyak mengetahui mengenai informasi tentang produk atau jasa yang sudah disediakan oleh pihak sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin. Strategi promosi yang diterapkan oleh lembaga sudah cukup efektif, meskipun masih terbatas dan belum dilakukan secara maksimal dan besar-besaran.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti melakukan analisis strategi promosi yang di lakukan oleh MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam upaya meningkatkan jumlah siswa berdasarkan teori bauran promosi menurut

Kotler dan Armstrong, Adapun bauran promosi menurut Kotler dan Amstrong yaitu: Periklanan (*Advertising*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), dan Pemasaran Langsung dan Digital (*Direct and Digital Marketing*). Peneliti menemukan bahwa ada tiga bauran promosi yang diterapkan dengan baik dan optimal, yaitu Periklanan (*Advertising*), dan Penjualan Personal (*Personal Selling*), dan Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Adapun bauran promosi yang belum diterapkan oleh MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin yaitu Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), dan Pemasaran Langsung dan Digital (*Direct and Digital Marketing*) Berikut ini penjelasan mengenai strategi promosi yang diterapkan di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin berdasarkan teori bauran promosi menurut Kotler dan Amstrong.

a. Periklanan *(Advertising)*

Peneliti melakukan analisis bauran promosi berdasarkan teori Kotler dan Amstrong bahwa periklanan *(Advertising)* merupakan suatu pesan secara persuasif yang dilakukan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat melalui media massa dengan tujuan untuk memberikan informasi, membujuk mempengaruhi serta mengingatkan masyarakat mengenai produk yang mereka tawarkan.[25] Peneliti menganalisis bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin telah menerapkan beberapa alat promosi periklanan dalam kegiatan promosinya. Adapun alat promosi yang diterapkan di sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin yaitu berupa media cetak seperti spanduk dan brosur. Meskipun hanya dua alat

[25] Vichqi Fathanul, "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's. (Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur)" (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022).

promosi periklanan yang digunakan, tetapi telah sesuai dengan tujuan dari periklanan yaitu memberikan informasi, membujuk mempengaruhi serta mengingatkan masyarakat mengenai sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menerapkan bauran promosi periklanan menurut teori Kotler dan Amstrong dengan cukup baik. Meskipun hanya memanfaatkan media periklanan berupa media cetak yaitu brosur dan spanduk dan strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah siswa di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin.

b. Penjualan Personal *(Personal Selling)*

Peneliti menganalisis teori bauran promosi menurut Kotler dan Amstrong, yang menyatakan bahwa penjualan personal (*personal selling*) merupakan presentasi langsung dari tenaga penjualan perusahaan dengan tujuan menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Philip Kotler mengemukakan bahwa tujuan dari penjualan personal adalah untuk mempengaruhi pilihan, keyakinan, dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu dalam proses pembelian. Dan Lupiyoadi juga mengemukakan bahwa penjualan personal yaitu bentuk komunikasi yang dilakukan secara langsung oleh tenaga penjual perusahaan atau tenaga promosi lembaga dengan mendatangi ke tempat-tempat tertentu untuk mengenalkan, menawarkan, dan memberikan pemahaman mengenai produk atau jasa kepada calon konsumen atau masyarakat agar mereka tertarik untuk mencoba dan membeli produk atau jasa tersebut.

Peneliti menganalisis bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menerapkan salah satu dari jenis *personal selling* dalam kegiatan

promosinya, yaitu *Retail Selling,* yang mana tenaga penjual akan memperkenalkan produknya dengan melayani konsumen yang datang secara langsung ke perusahaan atau sebuah lembaga. Dengan demikian peneliti menyimpulkan berdasarkan analisis dari hasil wawancara dan observasi bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin telah menerapkan dengan baik bauran promosi penjualan personal *(personal selling)*. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Amstrong yang menyampaikan bahwa penjualan personal adalah presentasi pribadi oleh tenaga penjualan perusahaan yang bertujuan menarik pelanggan, melakukan penjualan, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Meskipun masih belum melakukan semua jenis dari *personal selling* tetapi dengan menggunakan *Retail Selling* cukup efektif untuk meningkatkan jumlah siswa di sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin.

c. Promosi Penjualan *(Sales Promotion)*

Peneliti menganalisis teori bauran promosi berdasarkan teori Kotler dan Amstrong, yang menyatakan bahwa promosi penjualan (*sales promotion*) adalah salah satu elemen dalam bauran promosi yang menggunakan alat promosi jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau layanan. Alat promosi ini dapat berupa diskon atau potongan harga dalam periode waktu yang terbatas, dengan tujuan untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan.[26] Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa tujuan dari promosi penjualan adalah untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa melalui alat intensif jangka pendek seperti diskon, pemotongan

[26] Kotler and Amstrong, *Principles of Marketing*.

harga dan lainnya. Dapat dipahami bahwa penerapan bauran promosi yang baik dan optimal adalah sesuai dengan tujuan dari promosi penjualan *(sales promotion)*.

Peneliti menganalisis berdasarkan hasil penelitian dari informan bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin telah menerapkan promosi penjualan *(sales promotion)* berupa gratiskan biaya masuk atau biaya pendaftaran, gratisnya uang pangkal, dan gratisnya atribut sekolah diberikan secara gratis. Meskipun biaya untuk masuk sekolah tersebut terjangkau, tetapi pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin selalu memberikan pelayanan dan pendidikan yang berbaik untuk para siswanya. Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menerapkan promosi penjualan dengan baik dan optimal. Hal ini terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah siswa karena sesuai dengan tujuan promosi penjualan *(sales promotion)* dan prinsip-prinsip yang terkandung dalam teori bauran promosi.

d. Hubungan Masyarakat *(Public Relation)*

Peneliti menganalisis teori bauran promosi berdasarkan teori Kotler dan Amstrong bahwa hubungan masyarakat *(Public Relation)* adalah kegiatan yang dirancang untuk melibatkan berbagai publik perusahaan atau lembaga dan membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan memperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan atau lembaga yang baik, dan menangani rumor-rumor yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, cerita atau isu-isu atau kejadian-kejadian.[27] Kotler dan Amstrong

[27] Kotler and Amstrong.

berpendapat bahwa tujuan dari promosi hubungan masyarakat adalah membangun hubungan baik dengan berbagai masyarakat perusahaan atau lembaga, dapat membangun citra positif perusahaan atau lembaga yang baik, memperoleh publisitas yang diinginkan dan mengatasi rumor, cerita dan kejadian yang tidak menyenangkan. Maka dapat dipahami bahwa penerapan bauran promosi yang baik dan optimal harus sesuai dengan tujuan dari promosi hubungan masyarakat tersebut.

Dari hasil penelitian, peneliti melakukan analisis bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin tidak menerapkan hubungan masyarakat karena beberapa alasan yang disampaikan oleh kepala madrasah dan ketua PPDB salah satunya yaitu tidak adanya penugasan khusus untuk mengawasi dan menjalankan kegiatan publisitas, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Dengan demikian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin tidak menerapkan promosi penjualan secara baik dan optimal, karena strategi yang dilakukan belum sejalan dengan tujuan utama bauran promosi hubungan masyarakat *(Public Relation)*.

e. Pemasaran Langsung dan Digital *(Direct and Digital Marketing)*

Peneliti melakukan analisis bauran promosi berdasarkan teori Kotler dan Amstrong bahwa pemasaran langsung dan digital *(Direct and Digital Marketing)* adalah hubungan langsung dengan konsumen individu dan komunitas pelanggan yang ditargetkan dengan hati-hati untuk mendapatkan tanggapan langsung dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng. Pemasaran langsung dan digital mencakup surat langsung, *email,* katalog, media online dan sosial, pemasaran

seluler, dan banyak lagi.[28] Adapun tujuan dari pemasaran langsung dan digital *(Direct and Digital Marketing)* yaitu untuk berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan untuk menghasilkan tanggapan atau transaksi penjualan sedangkan tujuan dari digital marketing sendiri yaitu untuk menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya dengan cara yang efisien dikarenakan digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform dan teknologi digital untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek.

Peneliti menganalisis bahwa pihak sekolah MTsS Ibnu katsir Banjarmasin belum sepenuhnya menerapkan strategi promosi pemasaran langsung dan digital dalam promosinya. Seperti *facebook, instagram, youtube* masih belum digunakan, padahal di zaman sekarang kehadiran media sosial sangat mendukung untuk dikenalnya sekolah secara virtual oleh para masyarakat. Namun MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin belum mencoba mengenalkan informasi mengenai produk atau jasanya menggunakan media yang lebih luas, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini hanya menerapkan media sosial dengan menggunakan status *whatsapp* dalam mempromosikan sekolah ini ke masyarakat.

Meskipun sekolah menggunakan alat promosi seperti surat dan media online berupa *Whatsapp,* penerapan tersebut belum sesuai dengan tujuan utama dari pemasaran langsung dan digital, yaitu untuk mempromosikan produk atau layanan dengan tujuan mendapatkan respons langsung dan segera dari konsumen. Sebaliknya, tujuan penggunaan kedua alat promosi tersebut oleh sekolah lebih

[28] Kotler and Amstrong.

difokuskan pada penyampaian informasi yaitu berkaitan dengan kegiatan sekolah, bukan untuk mendukung aktivitas pemasaran secara langsung.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa berdasarkan analisis hasil penelitian, pihak MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin tidak menerapkan bauran promosi pemasaran langsung dan digital (*Direct and Digital Marketing*) dengan baik.

2. Analisis Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Strategi Bauran Promosi MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin

a. Faktor Pendukung

Dalam menganalisis data, ada dua hal yang harus diperhatikan yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat dalam kegiatan promosi yang dapat mempengaruhi upaya suatu lembaga untuk meningkatkan target sasarannya. Peneliti harus menjelaskan faktor-faktor tersebut. Beberapa faktor pendukung yang dapat dianalisis oleh peneliti yaitu, kepuasan pelayanan yang diberikan dan biaya yang ditawarkan sangat terjangkau selain itu sekolah ini juga memiliki keunggulan yang dimiliki yaitu sebagian besar guru sudah memiliki pengalaman mengajar yang cukup lama dan beberapa diantaranya telah mengantongi sertifikat guru profesional. MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menawarkan perpaduan antara pelayanan yang berkualitas dan biaya pendidikan yang sangat terjangkau serta keunggulan, yang menjadikannya sebagai pilihan bagi orang tua yang menginginkan pendidikan bermutu untuk putra putrinya. Pendidikan di lembaga ini dirancang untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan ilmu pengetahuan umum, tanpa membebani orang tua dengan biaya yang tinggi.

Lembaga ini sangat memahami tentang pentingnya menyediakan pendidikan berkualitas yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Oleh karena itu, struktur biaya yang diterapkan bersifat fleksibel dan terjangkau, guna memastikan tidak ada hambatan finansial bagi orang tua. Hal ini ditegaskan oleh bapak suriani, yang menjelaskan bahwa dengan hanya membayar biaya seragam sekolah yang bertujuan untuk menciptakan keseragaman para siswa, maka sudah bisa mendapatkan pembelajaran tentang nilai-nilai agama dan ilmu pengetahuan umum. Berdasarkan hal tersebut, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin terus berkomitmen memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Lembaga ini memastikan bahwa pendidikan berkualitas tetap dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, sehingga mampu memberikan dampak positif yang lebih luas ditengah persaingan dunia pendidikan.

Selain kepuasan pelayanan yang diberikan dan biaya yang ditawarkan sangat terjangkau, dukungan dari media cetak juga menjadi salah satu faktor penting dalam mempromosikan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Media cetak seperti brosur dan spanduk telah menjadi elemen pendukung yang efektif untuk kegiatan promosi lembaga ini. Penggunaan media cetak terbukti efisien dalam menjangkau khalayak luas, sehingga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Dengan penyebaran informasi melalui brosur dan spanduk, masyarakat tidak hanya lebih mengenal lembaga ini tetapi juga terdorong untuk berpartisipasi aktif mendukung program-program yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa media cetak

memiliki peran strategis dalam memperkuat promosi dan meningkatkan daya tarik lembaga di tengah persaingan dunia pendidikan.

Faktor pendukung kegiatan promosi dalam menegembangkan kegiatan strategi promosi MTsS Ibnu katsir Banjarmasin dapat dilihat dari beberapa faktor. berikut beberapa faktor yang menjadi faktor pendukung yaitu:

1) Periklanan *(Advertising)*, Faktor pendukung dari promosi periklanan ini tentunya yaitu dalam media cetak yang masih dilakukan dari awal berdirinya sekolah hingga sekarang yang berupa spanduk dan brosur yang menjadi faktor pendukung kegiatan promosi ini.
2) Penjualan personal *(personal selling),* dapat memberikan pelayanan langsung dan memberikan informasi mengenai produk jasa kepada calon konsumen dengan alat fasilitas kantor yang menjadi tempat berinteraksi.
3) Promosi penjualan *(sales promotion),* mampu menerapkan dan melakukan promosi melalui alat intensif seperti penggratisan biaya
4) Hubungan Masyarakat *(Public Relation),* terjalinnya hubungan baik dan dukungan yang kuat dari masyarakat disekitar, termasuk orang tua siswa.
5) Pemasaran Langsung dan Digital *(Direct and Digital Marketing*) Dukungan media sosial yang dapat membantu dalam memberikan respon langsung melalui pesan, dapat memberikan respon langsung terhadap pertanyaan orang tua siswa khususnya melalui grup *whatsapp* yang telah disediakan oleh pihak sekolah, untuk mempermudah hubungan komunikasi terutama pada orang tua siswa.

b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat kegiatan promosi dalam mengembangkan strategi promosi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini dapat dilihat bahwa masih kurangnya dana yang dimiliki sehingga menjadi hambatan utama yang merugikan lembaga dalam memperluas jangkauan dan menarik perhatian calon siswa baru secara lebih efisien. Selain itu, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin ini belum memiliki staf khusus atau divisi khusus yang mampu menjalankan strategi promosi dan tidak adanya penugasan khusus untuk mencari sumber pendanaan tambahan atau donatur, yang mencerminkan lemahnya pengelolaan sumber daya manusia dalam lembaga tersebut. Keterbatasan dana ini turut mempengaruhi kemampuan sekolah untuk mengrekrut atau melatih staf yang berfokus pada strategi bauran promosi. Tanpa dukungan keuangan yang memadai, MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin menghadapi kesulitan dalam merancang strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan jumlah siswa dan memperluas daya tarik lembaga.

Selain faktor diatas faktor persaingan juga menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan jumlah siswa, dikarenakan persaingan yang semakin ketat, keberadaan lembaga-lembaga pendidikan semakin padat, sehingga jarak antara satu lembaga dengan lembaga lainnya menjadi sangat dekat. Bahkan dalam area yang sama atau hanya berjarak beberapa meter, dapat ditemukan dua hingga tiga lembaga pendidikan yang menawarkan tingkat dan jenis pendidikan serupa. Yang mana, kondisi ini menciptakan persaingan yang sangat ketat, termasuk bagi MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. MTsS Ibnu Katsir ini mengalami kesulitan untuk bersaing, terutama karena lembaga-lembaga pendidikan lain aktif melakukan

promosi besar-besaran. Promosi tersebut bertujuan untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua, yang pada akhirnya meningkatkan daya tarik lembaga-lembaga tersebut dimata masyarakat. Sementara itu, MTsS Ibnu Katsir belum mampu melakukan promosi yang sama persis dengan yang dilakukan sekolah lain, sehingga MTsS Ibnu Katsir kurang menonjol di tengah persaingan yang ada. Akibatnya, perhatian masyarakat lebih terfokus pada madrasah-madrasah lain, dan MTsS Ibnu Katsir tertinggal dalam menarik minat masyarakat untuk mendaftar dan memilih lembaga ini sebagai tempat pendidikan.

Selain dua faktor diatas, kendala waktu juga menjadi salah satu faktor penghambat yang dialami oleh MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Karena sumber daya pendidik di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin memiliki tanggung jawab yang kompleks dan mencakup berbagai aspek. Selain tugas utama mereka sebagai pengajar, yang meliputi menyiapkan materi pelajaran, mengajar di kelalas, serta mendampingi siswa dalam proses pembelajaran, para pendidik juga harus menangani berbagai urusan administrasi dan manajemen sekolah. Hal ini mencakup tugas-tugas seperti pengelolaan data siswa, penyusunan laporan, dan koordinasi internal sekolah. Dengan banyaknya tanggung jawab yang harus ditangani, para pendidik memiliki keterbatasan waktu untuk merancang, merencanakan, dan melaksanakan, kegiatan promosi sekolah. Padahal, kegiatan promosi memerlukan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang berkelanjutan agar dapat menarik minat masyarakat secara efektif. Namun, karena waktu mereka lebih banyak tersita untuk tanggung jawab utama, promosi sekolah menjadi kurang diprioritaskan dan tidak berjalan optimal.

Bapak Suriani juga menyampaikan bahwa keterbatasan waktu ini menjadi salah satu kendala kendala utama yang menghambat pelaksanaan strategi promosi di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Para pendidik juga memiliki kesibukan lain diluar tugas di lembaga ini, sehingga semakin mempersempit peluang mereka untuk terlibat aktif dalam kegiatan promosi. Akibatnya, keberhasilan promosi sekolah menjadi terhambat, yang pada gilirannya mempengaruhi daya tarik sekolah di tengah persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya. Adapun beberapa hal yang menjadi faktor penghambat dalam bauran promosi yang dilakukan yaitu:

1) Periklanan (*Advertising*), MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin belum mencoba mengenalkan informasi mengenai produk atau jasanya menggunakan media yang lebih luas seperti menggunakan pamflet, benner ataupun kalender.
2) Penjualan personal *(personal selling),* Faktor penghambat kegiatan promosi penjualan personal ini yaitu masih belum melakukan semua jenis dari *personal selling* sehingga sekolah belum pernah melakukan *roadshow* seperti mengunjungi ke sekolah SD maupun MI untuk memperkenalkan sekolah secara khusus kepada pihak luar.
3) Promosi penjualan *(sales promotion),* Faktor penghambat dari promosi penjualan ini adalah biaya yang dikeluarkan dari pihak sekolah jauh lebih besar dibandingkan bentuk promosi lainnya.
4) Hubungan Masyarakat *(Public Relation),* Faktor penghambat yang dihadapi oleh pihak sekolah saat ini yaitu masih belum menggunakan bauran promosi hubungan masyarakat secara luas, tidak ada penugasan khusus untuk

mengontrol dan menjalankan kegiatan publisitas baik secara langsung maupun di media sosial, dan memiliki keterbatasan sumber daya yang dimiliki yang mengakibatkan kegiatan promosi sepenuhnya bergantung pada sumber daya yang ada.

5) Pemasaran Langsung dan Digital *(Direct and Digital Marketing*) Faktor penghambat yang dihadapi MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin yaitu belum menggunakan semua alat pemasaran langsung dan digital seperti surat, telepon, atau platform digital seperti *WhatsApp, website*, Instagram, *email*, *YouTube,* dan lainnya untuk mempromosikan sekolah.