



MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN DI MTs ISMARIA AL QUR'ANIYYAH RAJABASA RAYA KECAMATAN RAJABASA KOTA BANDAR LAMPUNG TAHUN AJARAN 2024/2025

¹ Ida Kurniati, ² Sunarto, ³ Umi Kulsum

^{1,2,3} Universitas Islam An Nur Lampung, Lampung, Indonesia,
Email: idaabdullah65@gmail.com

Abstract

This study aims to explore the implementation of marketing management in improving service quality at MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya, Rajabasa District, Bandar Lampung City, Academic Year 2024/2025. The data was collected through interviews, observations, and documentation with the headmaster, teachers, students, and parents. The findings indicate that the marketing management applied at the school is still suboptimal. The marketing efforts are more ad-hoc and lack coordination in a structured strategy. The quality of services at this school is adequate in terms of Qur'anic-based education but limited in facilities and administration. Parents generally express satisfaction with the educational quality but expect improvements in communication between the school and parents, as well as administrative efficiency. This study suggests the need for a more structured marketing strategy and investment in technology-based learning facilities to enhance the quality of services at the school.

Keywords: marketing management, service quality, Qur'anic-based education

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan manajemen pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya, Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Tahun Ajaran 2024/2025. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran yang diterapkan di madrasah masih belum optimal. Pemasaran yang dilakukan lebih bersifat ad-hoc dan belum terkoordinasi dengan baik dalam sebuah strategi yang terstruktur. Kualitas layanan di madrasah ini cukup baik dalam hal pembelajaran berbasis Al Qur'an, tetapi masih terbatas dalam hal fasilitas dan administrasi. Orang tua siswa umumnya merasa puas dengan kualitas pendidikan yang diberikan, namun mengharapkan perbaikan dalam komunikasi antara pihak madrasah dan orang tua serta efisiensi dalam pengelolaan administrasi. Penelitian ini menyarankan perlunya penerapan strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan investasi dalam fasilitas pembelajaran berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan madrasah.

Kata kunci: manajemen pemasaran, kualitas layanan, pendidikan berbasis Al Qur'an

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan aspek yang sangat penting dalam membentuk karakter dan kemampuan peserta didik untuk mencapai masa depan yang lebih baik (Aslamiyah et al., 2022). Dalam konteks pendidikan Islam, salah satu lembaga yang memiliki peran penting adalah Madrasah Tsanawiyah (MTs). MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya di Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung, sebagai salah satu lembaga pendidikan di Indonesia, turut berkontribusi dalam menciptakan generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga memiliki karakter yang baik sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan sangatlah penting.

Kualitas layanan di dunia pendidikan, terutama di madrasah, sangat bergantung pada manajemen yang diterapkan (Putri et al., 2021). Manajemen pemasaran dalam konteks pendidikan adalah pendekatan yang mengintegrasikan strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan yang diberikan kepada peserta didik. Pemasaran pendidikan bukan hanya sekadar kegiatan promosi atau kampanye untuk menarik perhatian calon siswa, tetapi juga mencakup upaya untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan agar memenuhi harapan siswa dan orang tua. Dalam hal ini, manajemen pemasaran pendidikan berfungsi untuk meningkatkan kualitas pembelajaran, layanan administrasi, serta menciptakan pengalaman belajar yang lebih baik bagi peserta didik (Cahyani & Trihantoyo, 2020).

MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya sebagai lembaga pendidikan Islam di Kota Bandar Lampung memiliki tantangan dan peluang tersendiri dalam meningkatkan kualitas layanannya. Meskipun memiliki reputasi yang baik di lingkungan sekitar, banyak pihak yang berpendapat bahwa manajemen pemasaran yang diterapkan di MTs Ismaria masih perlu ditingkatkan. Hal ini dapat terlihat dari adanya beberapa masalah terkait dengan kualitas layanan yang diterima oleh siswa, orang tua, serta masyarakat sekitar.

Salah satu masalah yang perlu diatasi adalah belum optimalnya pemahaman dan penerapan manajemen pemasaran di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah. Banyak pihak yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya manajemen pemasaran dalam dunia pendidikan. Pemasaran pendidikan seringkali dianggap sebagai sebuah kegiatan yang tidak terlalu penting, dan lebih banyak difokuskan pada aspek akademik. Padahal, kualitas layanan yang diberikan kepada siswa tidak hanya dipengaruhi oleh kurikulum dan pengajaran, tetapi juga oleh bagaimana lembaga pendidikan tersebut mengelola komunikasi dengan siswa, orang tua, dan masyarakat, serta bagaimana mereka memperkenalkan diri kepada khalayak luas.

Pengelolaan kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah yang belum optimal dapat berdampak pada citra madrasah, daya tarik calon siswa, serta kepercayaan

masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Siswa yang merasa tidak puas dengan layanan yang diterima, baik dalam hal administrasi, fasilitas, maupun pengalaman belajar, mungkin akan mencari lembaga pendidikan lain yang dirasa lebih mampu memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, sangat penting bagi manajemen MTs Ismaria Al Qur'aniyyah untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan manajemen pemasaran yang lebih baik dalam rangka meningkatkan kualitas layanan di madrasah.

Selain itu, perubahan sosial dan perkembangan teknologi juga menjadi tantangan tersendiri dalam dunia pendidikan. Di era digital saat ini, berbagai lembaga pendidikan dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan maksimal, baik dalam hal promosi, pelayanan administrasi, maupun dalam meningkatkan interaksi dengan siswa dan orang tua (Pandi, 2022). Namun, masih banyak lembaga pendidikan yang belum mampu mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam kegiatan pemasaran dan layanan mereka. Hal ini menjadi salah satu alasan mengapa penelitian ini penting dilakukan, untuk melihat bagaimana penerapan manajemen pemasaran di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah dapat lebih mengoptimalkan teknologi dan strategi pemasaran lainnya dalam meningkatkan kualitas layanan di lembaga pendidikan ini.

Selain itu, di tengah persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan, baik itu madrasah maupun sekolah umum, MTs Ismaria Al Qur'aniyyah perlu memiliki strategi yang tepat untuk menarik perhatian calon siswa. Persaingan yang semakin ketat ini mengharuskan setiap lembaga pendidikan untuk memiliki keunggulan kompetitif, salah satunya melalui pengelolaan manajemen pemasaran yang efektif. Dalam hal ini, upaya untuk meningkatkan kualitas layanan menjadi salah satu keunggulan yang dapat memberikan dampak positif terhadap citra lembaga Pendidikan (Maison et al., 2022).

Berbagai faktor yang mempengaruhi kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah, seperti kualitas pengajaran, fasilitas, dan layanan administrasi, menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam manajemen pemasaran pendidikan. Untuk itu, perlu dilakukan analisis terhadap bagaimana manajemen pemasaran dapat diterapkan secara efektif guna meningkatkan kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah. Pendekatan yang tepat dalam manajemen pemasaran akan membantu lembaga ini untuk meningkatkan kualitas layanan, baik dalam hal pengajaran, pelayanan administrasi, maupun komunikasi dengan pihak eksternal seperti orang tua dan masyarakat.

Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana manajemen pemasaran dapat diterapkan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya dalam meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran di lembaga pendidikan Islam, khususnya di madrasah, serta memberikan pemahaman

yang lebih mendalam mengenai pentingnya manajemen pemasaran untuk mencapai kualitas layanan yang optimal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajemen MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya dalam meningkatkan kualitas layanan dan mencapai tujuan pendidikan yang lebih baik di masa yang akan datang.

Dengan demikian, fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan manajemen pemasaran yang ada di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya dalam meningkatkan kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali berbagai tantangan yang dihadapi oleh lembaga pendidikan ini dalam hal manajemen pemasaran dan memberikan solusi serta rekomendasi strategis yang dapat diterapkan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi MTs Ismaria Al Qur'aniyyah, tetapi juga bagi lembaga pendidikan Islam lainnya yang ingin meningkatkan kualitas layanan mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif (Sugiyono, 2019). Penelitian deskriptif dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dan menyeluruh tentang penerapan manajemen pemasaran dalam meningkatkan kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya dan kompleks, yang dapat memberikan pemahaman lebih baik tentang peran manajemen pemasaran dalam konteks pendidikan Islam.

Lokasi penelitian ini adalah MTs Ismaria Al Qur'aniyyah yang terletak di Rajabasa Raya, Kota Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa madrasah ini merupakan lembaga pendidikan Islam yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan melalui manajemen pemasaran yang masih perlu dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, MTs Ismaria Al Qur'aniyyah telah dikenal di lingkungan sekitarnya, namun masih terdapat tantangan dalam optimalisasi manajemen pemasaran untuk meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder (Hoy, 2010). Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan kepala sekolah, guru, staf administrasi, dan orang tua siswa. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait dengan pelaksanaan manajemen pemasaran di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah, persepsi mereka tentang kualitas layanan yang diberikan, serta kendala yang dihadapi dalam upaya meningkatkan layanan pendidikan. Selain wawancara, observasi langsung terhadap kegiatan yang berhubungan dengan manajemen pemasaran juga dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana pemasaran diterapkan di madrasah, baik dalam hal promosi, pengelolaan komunikasi dengan orang tua, maupun pelayanan administrasi.

Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, yaitu menganalisis berbagai laporan kegiatan sekolah, hasil evaluasi sebelumnya, dan dokumen terkait lainnya yang dapat memberikan informasi tambahan mengenai manajemen pemasaran di MTs Ismaria Al

Qur'aniyyah. Data sekunder ini digunakan untuk melengkapi data primer dan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kondisi madrasah.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan induktif (Suryabrata, 1998). Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis secara sistematis untuk menemukan pola, tema, atau kategori yang relevan terkait dengan manajemen pemasaran dan kualitas layanan. Proses analisis dimulai dengan mengorganisir data, mengidentifikasi tema-tema utama, kemudian menarik kesimpulan dari informasi yang diperoleh.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji dengan teknik triangulasi, yaitu memeriksa konsistensi antara data yang diperoleh dari berbagai sumber (wawancara, observasi, dan dokumentasi) (Sidiq & Choiri, 2019). Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan secara akurat kondisi yang ada di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah dalam hal manajemen pemasaran dan kualitas layanan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya, dapat ditemukan beberapa temuan yang terkait dengan penerapan manajemen pemasaran dan kualitas layanan di madrasah ini. Hasil penelitian dibagi dalam beberapa subtopik yang mencakup berbagai aspek manajemen pemasaran yang diterapkan di madrasah serta persepsi yang berkembang mengenai kualitas layanan yang diberikan kepada siswa dan orang tua. Temuan-temuan ini menjadi landasan penting untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan pemasaran yang dilakukan madrasah, serta seberapa baik kualitas layanan yang diterima oleh seluruh stakeholder, terutama siswa dan orang tua, dalam rangka mendukung perkembangan dan keberlanjutan madrasah.

1. Penerapan Manajemen Pemasaran di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah

Penerapan manajemen pemasaran di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya, meskipun sudah dilakukan, masih menunjukkan adanya keterbatasan dalam implementasinya. Secara umum, madrasah ini melakukan beberapa kegiatan pemasaran yang meliputi promosi melalui brosur, pengumuman di media sosial, dan kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat sekitar, seperti pengajian umum dan acara-acara keagamaan. Namun, kegiatan pemasaran yang dilakukan lebih bersifat sporadis dan belum terkoordinasi dengan baik dalam sebuah strategi pemasaran yang terstruktur. Hal ini terlihat dari belum adanya tim khusus yang menangani pemasaran secara profesional di madrasah, dan kebanyakan kegiatan pemasaran dilakukan oleh kepala sekolah dan beberapa guru yang memiliki waktu luang.

Promosi melalui media sosial menjadi salah satu saluran pemasaran yang paling sering digunakan. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan di madrasah, seperti acara-acara keagamaan, pendaftaran siswa baru, serta prestasi yang telah dicapai oleh madrasah dan siswanya. Meskipun demikian, penggunaan media sosial belum optimal karena belum ada

konten yang bersifat profesional dan terjadwal. Selain itu, tidak ada perencanaan jangka panjang untuk meningkatkan visibilitas madrasah di dunia maya, sehingga potensi pemasaran yang bisa dimanfaatkan melalui media sosial belum dapat dimaksimalkan.

Salah satu faktor yang membatasi efektivitas kegiatan pemasaran adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang memiliki keterampilan khusus dalam bidang pemasaran. Tanpa adanya tim atau staf yang terlatih, promosi yang dilakukan terkesan tidak terencana dan tidak mencakup seluruh saluran yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Padahal, di era digital saat ini, pemasaran berbasis teknologi dapat menjadi alat yang sangat kuat untuk menarik minat masyarakat, terutama orang tua yang mencari lembaga pendidikan terbaik untuk anak-anak mereka. Dengan pemanfaatan yang tepat, media sosial bisa menjadi sarana yang sangat efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan keunggulan-keunggulan madrasah ini.

2. Kualitas Layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah

Kualitas layanan yang diterima oleh siswa dan orang tua di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah secara umum cukup baik, namun masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Layanan pendidikan di madrasah ini mencakup kegiatan pembelajaran yang berlangsung dengan cukup baik. Para guru di madrasah ini memiliki kompetensi yang memadai dalam mengajar, dan sistem pembelajaran berbasis Al Qur'an menjadi keunggulan yang membedakan madrasah ini dengan lembaga pendidikan lainnya. Pembelajaran agama yang mengintegrasikan hafalan Al Qur'an menjadi daya tarik tersendiri bagi orang tua yang ingin anak-anak mereka mendapat pendidikan berbasis agama yang kuat.

Namun, meskipun kualitas pembelajaran cukup baik, beberapa kendala muncul terkait dengan pengelolaan fasilitas, administrasi, serta interaksi antara guru, siswa, dan orang tua. Fasilitas yang ada di madrasah, meskipun cukup memadai untuk kegiatan belajar mengajar, masih terbatas dalam hal teknologi pendidikan. Beberapa ruang kelas belum dilengkapi dengan fasilitas multimedia yang dapat mendukung pembelajaran berbasis teknologi, yang saat ini menjadi tuntutan dalam dunia pendidikan. Keberadaan teknologi dalam kelas sangat penting untuk memperkaya proses pembelajaran dan meningkatkan keterlibatan siswa. Sebagai contoh, penggunaan proyektor, komputer, dan perangkat lain yang dapat mengakses materi pembelajaran secara interaktif akan sangat membantu memperkaya materi yang diajarkan dan membuat proses belajar lebih menarik.

Begitu pula, meskipun kegiatan pembelajaran sudah dilakukan dengan cukup baik, ada beberapa keluhan dari orang tua terkait dengan proses administrasi yang cukup memakan waktu, terutama dalam hal pendaftaran siswa baru dan pengurusan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan pendidikan siswa. Beberapa orang tua mengungkapkan bahwa prosedur administrasi yang cukup rumit dan membutuhkan waktu cukup lama membuat mereka merasa kurang nyaman. Dalam hal ini, madrasah perlu mempertimbangkan untuk mengimplementasikan sistem manajemen sekolah berbasis digital yang lebih efisien. Proses pendaftaran siswa baru, pengurusan dokumen, dan komunikasi antara sekolah dengan orang tua bisa dipermudah dengan sistem digital yang terintegrasi.

3. Persepsi Orang Tua terhadap Kualitas Layanan

Dari hasil wawancara dengan beberapa orang tua siswa, mayoritas mengaku puas dengan kualitas pendidikan yang diberikan oleh MTs Ismaria Al Qur'aniyyah. Mereka menilai bahwa madrasah ini mampu memberikan pendidikan yang berbasis pada nilai-nilai keagamaan yang kuat, dan sistem pengajaran yang dilakukan oleh guru sudah cukup baik. Orang tua juga mengapresiasi pembelajaran yang berbasis pada Al Qur'an, yang menjadi ciri khas dari madrasah ini. Mereka merasa bahwa anak-anak mereka memperoleh pendidikan yang tidak hanya mengajarkan pengetahuan umum, tetapi juga memperkuat aspek spiritualitas dan kedisiplinan.

Namun, mereka juga menyatakan bahwa ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti pelayanan administrasi yang terkadang kurang efisien dan lambat, serta kurangnya komunikasi yang terstruktur antara sekolah dan orang tua mengenai perkembangan siswa. Beberapa orang tua juga mengungkapkan keinginan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dan teratur mengenai kegiatan madrasah, perkembangan akademik siswa, dan prestasi yang diraih. Hal ini mencerminkan bahwa komunikasi yang lebih baik dan lebih terstruktur antara madrasah dan orang tua sangat diperlukan untuk menciptakan hubungan yang lebih harmonis dan saling mendukung.

Meskipun demikian, beberapa orang tua juga memberikan masukan terkait dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh madrasah. Mereka merasa bahwa informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh madrasah, seperti pendaftaran siswa baru, kurang tersebar luas di masyarakat. Banyak orang tua yang merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup mengenai kegiatan yang diadakan oleh madrasah, baik melalui media sosial maupun pengumuman di lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan pemasaran yang lebih terorganisir dan penggunaan berbagai saluran komunikasi yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas, baik di dalam maupun di luar komunitas madrasah.

Dengan demikian, meskipun MTs Ismaria Al Qur'aniyyah telah berhasil menciptakan lingkungan pendidikan yang berbasis pada nilai-nilai agama yang kuat, masih ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal manajemen pemasaran dan kualitas layanan administrasi. Peningkatan di bidang ini akan membantu madrasah dalam meningkatkan citra dan menarik lebih banyak siswa baru, sekaligus memberikan layanan yang lebih baik kepada siswa dan orang tua.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, dapat dibahas beberapa temuan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini, yaitu penerapan manajemen pemasaran yang belum optimal dan kualitas layanan yang masih perlu ditingkatkan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya. Pembahasan ini akan mengaitkan temuan-temuan tersebut dengan teori-teori manajemen pemasaran pendidikan serta implikasinya terhadap pengelolaan madrasah. Mengingat pentingnya kualitas pendidikan dan pemasaran dalam meningkatkan daya saing madrasah, pembahasan ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana manajemen pemasaran dan kualitas layanan yang ada saat ini dapat ditingkatkan

untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih baik dan lebih profesional (Hasan & Anita, 2024).

1. Penerapan Manajemen Pemasaran yang Belum Optimal

Manajemen pemasaran pendidikan merupakan suatu strategi yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas layanan di sebuah lembaga pendidikan. Pemasaran pendidikan bukan hanya soal mempromosikan sekolah atau madrasah, tetapi juga tentang membangun citra dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan siswa, orang tua, serta masyarakat sekitar. Dalam konteks MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya, penerapan manajemen pemasaran yang dilakukan masih bersifat ad-hoc dan belum terorganisir dengan baik. Beberapa kegiatan pemasaran dilakukan tanpa adanya rencana strategis yang jelas, sehingga dampaknya tidak maksimal. Salah satu temuan yang signifikan adalah tidak adanya tim khusus yang bertanggung jawab atas pemasaran, yang seharusnya dapat menangani tugas-tugas promosi secara profesional dan terstruktur.

Salah satu teori yang dapat diterapkan untuk memperbaiki kondisi ini adalah konsep marketing mix yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi. Dalam konteks madrasah, produk yang ditawarkan adalah pendidikan berbasis Al Qur'an yang sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat sekitar. Produk ini bisa dianggap sebagai keunggulan madrasah yang membedakannya dari lembaga pendidikan lainnya. Meskipun demikian, dalam hal promosi, masih banyak hal yang perlu diperbaiki. Sebagai contoh, penggunaan media sosial yang tidak terkoordinasi dengan baik menjadi salah satu kelemahan utama dalam pemasaran madrasah ini. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sudah digunakan untuk menyebarkan informasi, namun pemanfaatannya belum optimal. Konten yang diunggah tidak terjadwal dan belum menunjukkan profesionalisme dalam mengelola tampilan dan informasi yang disampaikan (Hasan & Anita, 2024).

Secara umum, pemasaran melalui media sosial memiliki potensi yang sangat besar, mengingat semakin banyak masyarakat yang bergantung pada informasi digital. Dengan adanya pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur, tidak hanya dapat meningkatkan visibilitas madrasah di dunia maya, tetapi juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Seharusnya ada tim yang bertugas untuk membuat rencana pemasaran yang mencakup jadwal posting, jenis konten yang sesuai dengan karakteristik audiens, dan platform yang tepat untuk menjangkau berbagai kelompok. Misalnya, Instagram lebih banyak diakses oleh kalangan muda, sementara Facebook masih cukup populer di kalangan orang tua. Oleh karena itu, pemilihan platform yang tepat dan pembuatan konten yang relevan dapat memberikan dampak yang lebih besar bagi promosi madrasah.

Lebih jauh lagi, pendekatan pemasaran yang lebih strategis ini dapat membantu meningkatkan minat calon siswa dan orang tua, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat sekitar (Darojat et al., 2022). Misalnya, promosi melalui pengajian umum dan acara keagamaan yang sudah dilakukan oleh madrasah bisa lebih diperluas dengan menyertakan informasi tentang prestasi akademik dan kegiatan siswa, sehingga dapat memperlihatkan keunggulan akademik dan keagamaan yang dimiliki madrasah.

2. Kualitas Layanan yang Perlu Ditingkatkan

Kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah dapat dikatakan cukup baik dalam hal proses pembelajaran, namun masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Salah satu yang paling mencolok adalah keterbatasan fasilitas yang mendukung pembelajaran berbasis teknologi. Pada era digital seperti sekarang, fasilitas pembelajaran berbasis teknologi menjadi keharusan untuk mendukung metode pengajaran yang lebih efektif dan menarik bagi siswa. Penggunaan teknologi dalam pendidikan tidak hanya membantu mempercepat akses terhadap informasi, tetapi juga meningkatkan interaktivitas dan keterlibatan siswa dalam proses belajar.

Sebagai contoh, banyak siswa yang lebih tertarik dengan penggunaan perangkat multimedia dalam pembelajaran yang memungkinkan mereka untuk belajar dengan cara yang lebih kreatif dan inovatif. Ruang kelas yang dilengkapi dengan proyektor, layar interaktif, atau penggunaan aplikasi pembelajaran dapat memperkaya pengalaman belajar siswa. Namun, kenyataannya fasilitas yang ada di madrasah masih terbatas, dan tidak semua ruang kelas dilengkapi dengan teknologi yang mendukung. Oleh karena itu, perlu adanya investasi dalam pengadaan perangkat teknologi yang dapat mendukung kegiatan belajar mengajar. Penggunaan perangkat ini tidak hanya meningkatkan kualitas pembelajaran, tetapi juga dapat membantu guru untuk menyampaikan materi secara lebih menarik dan beragam.

Selain itu, masalah administrasi yang belum efisien juga menjadi salah satu hambatan yang perlu segera diatasi. Proses administrasi yang lambat dan berbelit-belit dapat mengurangi kenyamanan bagi siswa dan orang tua dalam menjalankan kegiatan pendidikan. Hal ini tidak hanya berdampak pada citra madrasah, tetapi juga dapat mempengaruhi kepercayaan orang tua terhadap kualitas manajemen madrasah (Shidiq et al., 2018). Penerapan sistem manajemen pendidikan berbasis teknologi informasi dapat menjadi solusi yang sangat efektif dalam meningkatkan efisiensi administrasi. Sistem digital yang terintegrasi dapat mempercepat proses pendaftaran, pengelolaan data siswa, dan mempermudah komunikasi antara pihak sekolah dan orang tua. Dengan penerapan sistem ini, madrasah dapat lebih cepat dalam merespon kebutuhan dan pertanyaan orang tua, sekaligus meningkatkan transparansi dalam pengelolaan administrasi.

3. Persepsi Orang Tua sebagai Indikator Kualitas Layanan

Persepsi orang tua terhadap kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah menunjukkan adanya kepuasan yang cukup tinggi terkait dengan kualitas pendidikan yang diberikan, namun mereka juga memberikan masukan terkait beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Salah satunya adalah pengelolaan komunikasi antara pihak madrasah dan orang tua siswa yang masih belum optimal. Komunikasi yang kurang efektif antara sekolah dan orang tua dapat menyebabkan kesalahpahaman atau ketidakpuasan dalam hal pemahaman tentang perkembangan anak, kebijakan sekolah, atau kegiatan yang dilakukan madrasah. Hal ini menunjukkan pentingnya manajemen komunikasi yang baik dalam pemasaran pendidikan. Dalam hal ini, madrasah perlu mengembangkan sistem komunikasi yang lebih terbuka dan

efektif, baik melalui media sosial, aplikasi pesan, atau pertemuan rutin dengan orang tua siswa untuk membahas perkembangan pendidikan dan permasalahan yang ada.

Komunikasi yang efektif antara madrasah dan orang tua akan membantu meningkatkan keterlibatan orang tua dalam pendidikan anak-anak mereka. Orang tua yang terinformasi dengan baik akan lebih mudah mendukung proses pembelajaran anak mereka di rumah. Dengan adanya komunikasi yang terbuka, orang tua juga dapat memberikan masukan yang konstruktif untuk perbaikan madrasah, sehingga hubungan antara pihak madrasah dan orang tua dapat menjadi lebih harmonis (Rahmad, 2020).

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun MTs Ismaria Al Qur'aniyyah telah melakukan beberapa upaya dalam penerapan manajemen pemasaran, masih ada banyak hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Penerapan strategi pemasaran yang lebih terstruktur dan pengelolaan fasilitas serta administrasi yang lebih efisien akan dapat meningkatkan kualitas layanan dan menciptakan pengalaman belajar yang lebih baik bagi siswa dan orang tua. Pembenahan dalam hal pemanfaatan teknologi, sistem administrasi yang lebih efisien, dan komunikasi yang lebih efektif dengan orang tua akan berkontribusi besar pada upaya madrasah dalam memperbaiki dan mengoptimalkan kualitas layanan yang ada. Dengan demikian, untuk dapat bersaing dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, MTs Ismaria Al Qur'aniyyah perlu melakukan perbaikan-perbaikan ini secara terus-menerus.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa MTs Ismaria Al Qur'aniyyah Rajabasa Raya masih menghadapi beberapa tantangan dalam hal penerapan manajemen pemasaran dan kualitas layanan. Meskipun terdapat upaya yang telah dilakukan dalam meningkatkan kedua aspek tersebut, masih banyak ruang untuk perbaikan agar madrasah ini dapat lebih optimal dalam memberikan layanan pendidikan yang berkualitas. Beberapa temuan utama dari penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut:

Pertama, penerapan manajemen pemasaran di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah masih belum optimal. Pemasaran yang dilakukan lebih bersifat ad-hoc tanpa perencanaan yang terstruktur. Hal ini mengakibatkan rendahnya efektivitas promosi yang dilakukan oleh madrasah, meskipun produk pendidikan yang ditawarkan, yaitu pendidikan berbasis Al-Qur'an, memiliki keunggulan yang cukup menarik di mata masyarakat. Oleh karena itu, penerapan konsep marketing mix yang lebih terstruktur dan profesional, seperti pengelolaan media sosial yang lebih terencana, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan menarik minat calon siswa. Pemasaran yang terencana dengan baik akan berpengaruh positif terhadap citra madrasah, serta meningkatkan jumlah pendaftaran siswa baru.

Kedua, kualitas layanan di MTs Ismaria Al Qur'aniyyah juga masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal fasilitas dan sistem administrasi. Keterbatasan fasilitas pembelajaran berbasis teknologi menghambat efektivitas proses pembelajaran yang lebih menarik dan interaktif. Investasi dalam perangkat teknologi yang mendukung proses pembelajaran sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan di madrasah ini. Selain itu, pengelolaan administrasi yang kurang efisien juga menjadi hambatan, di mana penerapan sistem manajemen berbasis teknologi informasi dapat membantu mempercepat dan mempermudah proses administrasi, serta meningkatkan komunikasi antara madrasah dan orang tua siswa.

Ketiga, persepsi orang tua terhadap kualitas layanan di madrasah menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi terhadap pendidikan yang diberikan. Namun, orang tua juga memberikan masukan mengenai perlunya perbaikan dalam hal komunikasi antara madrasah dan orang tua siswa. Pengelolaan komunikasi yang lebih terbuka dan efektif akan memperkuat hubungan antara pihak madrasah dan orang tua, serta mendukung perkembangan anak di luar lingkungan madrasah.

Secara keseluruhan, meskipun MTs Ismaria Al Qur'aniyyah sudah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan manajemen pemasaran dan kualitas layanan, masih banyak yang perlu dilakukan untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Dengan perbaikan dalam hal strategi pemasaran, fasilitas pembelajaran, serta administrasi yang lebih efisien, madrasah ini dapat meningkatkan kualitas layanan pendidikan dan menciptakan pengalaman belajar yang lebih baik bagi siswa dan orang tua.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslamiyah, N., Supriyanto, A., Harahap, N., & Murtafiah, N. H. (2022). Kebijakan Pengambilan Keputusan Pimpinan Dilingkungan Pondok Pesantren untuk Meningkatkan Kualitas Manajerial Pendidikan Formal. *Attractive : Innovative Education Journal*, 4(3), 154–165. <https://doi.org/10.51278/AJ.V4I3.471>
- Cahyani, G. H. N., & Trihantoyo, S. (2020). Pengaruh Kinerja Dosen Dan Layanan Administrasi Akademik Tenaga Kependidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Jurusan Manajemen In *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*.
- Darojat, A. Z., Kulsum, U., & Iqbal, R. (2022). IMPLEMENTASI MANAJEMEN MUTU BERBASIS MADRASAH PADA MADRASAH IBTIDAIYAH AL KHOIRIYAH KOTA BANDAR LAMPUNG. *UNISAN JURNAL*, 1(1), 432–440. <http://journal.an-nur.ac.id/index.php/unisanjournal/article/view/254>
- Hasan, M., & Anita, A. (2024). PENERAPAN MANAJEMEN MUTU TERPADU TERHADAP EFISIENSI ADMINISTRASI SEKOLAH DALAM MENINGKATKAN AKREDITASI UNGGUL DI MTS AL HIDAYAH MARGA AGUNG LAMPUNG SELATAN. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(001), 217–232. <https://doi.org/10.30868/IM.V7I001.7494>
- Hoy, M. (2010). Metode Penelitian Kualitatif & RND. In *Bandung: Alfabeta*.
- Maison, Khair, D., & Murtafiah, N. H. (2022). MUTU LAYANAN PENDIDIKAN DI SMK

- NEGERI 2 SEMENDAWAI SUKU III KABUPATEN OKU TIMUR PROVINSI SUMATERA SELATAN. *JURNAL AN-NUR: Kajian Ilmu-Ilmu Pendidikan Dan Keislaman*, 8(01).
<https://www.journal.an-nur.ac.id/index.php/annur/article/view/162>
- Pandi, A. (2022). Peran tenaga administrasi dalam meningkatkan mutu layanan administrasi di MTs. Hidayatul Muhsinin. *Mudir: Jurnal Manajemen Pendidikan*.
<http://ejournal.insud.ac.id/index.php/MPI/article/view/137>
- Putri, N. T., Satria, B., Amrina, E., & Alfadhlani, A. (2021). Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Moderasi Budaya Organisasi dan Reputasi. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 10(2), 121–130. <https://doi.org/10.26593/JRSI.V10I2.4200.121-130>
- Rahmad, R. (2020). Dinamika Komunikasi Pendidikan pada Era Disrupsi. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 19(2), 64–73. <https://doi.org/10.18592/ALHADHARAH.V19I2.3896>
- Shidiq, Ma., Sariatmi, A., Pawelas Arso Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, S., & Kesehatan Masyarakat, F. (2018). ANALISIS BUDAYA ORGANISASI PUSKESMAS SEBAGAI BADAN LAYANAN UMUM DAERAH (BLUD) DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.14710/JKM.V6I2.20771>
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN PENDIDIKAN. In *Bandung:Alfabeta*.
- Suryabrata, S. (1998). *METODOLOGI PENELITIAN*. 116.
<https://www.rajagrafindo.co.id/produk/metodologi-penelitian/>