

**MANAJEMEN MARKETING MIX INTERNAL DALAM MENINGKATKAN DAYA
TARIK KONSUMEN MAN 1 JOMBANG**

Muhammad Ilyas

Program studi manajemen pendidikan islam, Fakultas tarbiyah dan keguruan

Institut Agama Islam Bani Fattah, Tambakberas, Jombang

muhammadilyas@mhs.iaibafa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan, pengendalian manajemen marketing mix internal dalam meningkatkan daya tarik konsumen memilih MAN 1 Jombang. Dengan menggunakan pendekatan memanfaatkan metode kualitatif, melalui pendekatan fenomenologis. Berarti pendekatan yaang memandang sesuatu yang dilakukan dan dikatakan oleh manusia untuk meneliti obyek dan menganalisis kinerja seseorang itu dalam menafsirkan dunianya. Proses yang terakhir untuk mengecek keabsahan informasi dan data yaitu dengan triangulasi. Triangulasi yakni metode memanfaatkan guna mencoba keaslian informasi yang dikerjakan oleh peneliti secara memantau semua data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Memberikan wawasan mengenai proses lapangan langsung tentang manajemen marketing mix minat dalam memilih madrasah, sehingga bisa menjadi rujukan para penyelenggara dan pengelola lembaga Pendidikan.

Kata Kunci : manajemen, marketing mix

Abstract

This study aims to determine the planning, implementation, control of internal marketing mix management in increasing consumer appeal in choosing MAN 1 Jombang. By using an approach utilizing qualitative methods, through a phenomenological approach. This means an approach that views something that is done and said by humans to examine objects and analyze a person's performance in interpreting their world. The last process to check the validity of information and data is by triangulation. Triangulation is a method of utilizing to try the authenticity of information worked on by researchers by monitoring all data from interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that Providing insight into the direct field process of marketing mix management of interest in choosing a madrasah, so that it can be a reference for organizers and managers of educational institutions.

Keywords: management, marketing mix

PENDAHULUAN

Kepemimpinan di madrasah pada era sekarang menunjukkan beragam model yang

dinilai baik dan disukai oleh banyak kalangan. Hal ini menunjukkan pentingnya memahami konsep dasar kepemimpinan, terutama dalam konteks lembaga atau organisasi. Kepemimpinan sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan.. Leadership SDM sebagai kunci dari keberhasilan dari sebuah organisasi, semua keputusan, Tindakan, dan kemajuan suatu oraganisasi tentu membutuhkan sebuah pemimpin, agar bisa sukses apa yang sudah menjadi rencana dalam sebuah organisasi. Visi dan misi bisa sukses karena adanya perjuangan di sebuah organisasi agar kinerjanya dapat sukses berjalan atas dampingan dari orang yang mempunyai sifat leadership yang berkualitas. menggunakan kekuatan sifat leadership yang baik dan berkualitas, maka baik pula pejabat yang berada di sebuah organisasi dalam menyelesaikan masalah dan hambatan yang ada di dalam atau diluar organisasi. Kepemimpinan menurut munajat ialah sebuah kemampuan yang di miliki beberapa orang untuk mempengaruhi orang lain, supaya manfaat dan tujuan dari organisasi yang telah di terapkan dan di rencanakan dapat tercapai. ¹

Pendidikan sebuah fungsi yang di gunakan untuk lantaran supaya manusia dapat meningkatkan kemampuan dirinya dari berbagai proses dan ujian pembelajaran. Secara gamblang atau global, Pendidikan harus di acukan dengan tujuan untuk berkompetisi. Oleh karena itu, madrasah dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas-kualitas peserta didik yang akan lulus di dalam madrasah tersebut.² Di dalam dunia Pendidikan juga, sangat penting bagi semua orang untuk melihat kualitas manusia yang juga berguna untuk orang lain dan terpenting penting bagi negaranya sendiri. Lembaga Pendidikan adalah suatu tempat yang tidak mungkin tidak dibutuhkan bagi seluruh manusia. Akan tetapi manusia juga menginginkan beberapa madrasah yang mempunyai kualitas yang baik dan unggul. Maka dari itu, banyak sekali madrasah-madrasah yang akhirnya tutup karena kalah dengan beberapa madrasah yang unggul dan yang banyak menarik minat dari Masyarakat. Akan tetapi, juga sangat banyak juga beberapa madrasah yang semakin unggul karena Lembaga tersebut sangat memperhatikan kualitas dan mengunggulkan minat dari masyarakat tanpa mengubah visi-misi yang telah dimiliki oleh Lembaga tersebut.³

¹ Munajat, Nani Hamdani Amir, Suwardi, Roy Setiawan, Ns Isni Hijriana Novita, Leroy Samy Ugu, Abdul Haris Muchtar, Barnedata Irmawati Dewi Andriani, Anna Marganingsih, Rahmisyari, Yeremia Niaga Atlantika Ramadhi, Daniel Kurniawan. 2023. *Manajemen Kepemimpinan Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Purbalingga. Eureka media aksara. Hal: 1

² Syahrial Labaso'. 2018. *Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*". Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Volume 3. Nomer 2

³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. 2008, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Peendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung. Alfabeta. Hal: 303

Madrasah suatu lembaga yang berfungsi untuk tempat pendidikan para pelajar atau lokasi untuk memberikan sebuah pembelajaran biasa masyarakat sebut sebagai madrasah yang merupakan istilah dari kata arab yang merupakan istilah dari kata tempat atau *dharaf makan*, dari asal istilah yang berbentuk “*darasa*”. Yang mana, tempat belajar bagi pelajar juga dapat disebut sebagai sekolah, sebutan bagi mayoritas orang Indonesia dan disebut dengan sebutan school bagi orang inggris. Secara teknis alur belajar-mengajar dengan formal, madrasah tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Akan tetapi, di Indonesia madrasah bukan hanya difahami sebagai sekolah saja. Akan tetapi, madrasah lebih berfokus lagi pada beberapa Pelajaran yang bersangkutan pada agama atau disebut dengan sekolah agama.⁴

Marketing Mix merupakan salah satu strategi pemasaran jasa pendidikan kepada masyarakat sebagai konsumennya. Strategi ini mencakup tempat, product, harga dan promosi yang menjadi alat dalam mengenalkan jasa pendidikan. Sebuah lembaga pendidikan atau perguruan tinggi akan mendapatkan perhatian dari mereka setelah mengetahui terhadapeksistensi dari pendidikan tersebut. Di dalamnya melalui beberapa person dan intenal driving team dan eksternal driving team yang bertugas melakukan pemasaran melalui media cetak maupun elektronik.⁵

Temuan wawancara peneliti mengenai hal ini, MAN 1 Jombang menggunakan kegiatan promosi yang disebut sebagai 'syiar'. Menurut Ibu Isna Kamalia, petugas humas di MAN 1 Jombang, sebagai berikut:

“lembaga ini menggunakan dua jenis syiar: internal dan eksternal. Pendekatan ini selaras dengan elemen promosi dari bauran pemasaran. Beliau menjelaskan bahwa untuk syiar internal di dalam madrasah, mereka memajang berbagai pamflet di seluruh area sekolah. Memang, ketika seorang siswa menunjukkan bakat luar biasa dalam bidang pendidikan tertentu, mereka diakui dan dirayakan. Prestasi mereka dipamerkan di dalam sekolah, menjadi inspirasi bagi siswa lain dan berpotensi untuk mengikuti kompetisi di berbagai bidang pendidikan. Sebagai contoh, program pendidikan tahfidz MAN 1 Jombang akan dilakukan para siswa dan siswi yang berhasil mendapatkan 5 juz al qur’an untuk menjalani ujian tasmi' setiap semester. Acara ini langsung diperlihatkan pada orang tua atau wali murid, dan disiarkan secara live online melalui chanel YouTube MAN 1 Jombang dan platform media sosial lainnya. Demikian pula, prestasi

⁴ Dr Hendro Widodo dan Etyk Nurhayati. 2020. *Manajemen Pendidikan Sekolah, Madrasah dan Pesantren*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya Offset. Hal: 231

⁵ Muhammad Zaki, Agus, “ strategi pemasaran jasa pendidikan sekolah tinggi agama islam Al-Fattah (STAIFA) Pamekasan dengan bauran pemasaran (Marketing Mix) 3 juni 2023

luar biasa di bidang lain juga mendapat apresiasi yang sama dari MAN 1 Jombang. Lebih lanjut, sebagai ajang unjuk prestasi, beliau menjelaskan bahwa acara wisuda akan digunakan untuk mempromosikan MAN 1 Jombang. Mengenai promosi eksternal, beliau menyebutkan bahwa selama bulan Ramadhan, ada kegiatan 'tarling' dimana siswa-siswi MAN 1 Jombang menjadi imam sholat tarawih di berbagai masjid di sekitar sekolah. Mereka juga membagikan takjil di area MAN 1 Jombang, yang diorganisir oleh anggota OSIS dan terkadang anggota kelas, dengan dana untuk kegiatan ini diambil dari dana sosial yang dikelola oleh MAN 1 Jombang. Selain itu, sebagai bagian dari penjangkauan eksternal, anggota OSIS melakukan bakti sosial yang diawasi langsung oleh MAN 1 Jombang. Beliau juga menceritakan bahwa sebelum MAN 1 Jombang berdiri seperti sekarang, sekolah ini bernama PGA (Pendidikan Guru Agama), dengan sebuah taman kanak-kanak di sebelah baratnya. TK ini digunakan untuk ujian praktik oleh para lulusan PGA. Namun, TK tersebut sudah tidak digunakan lagi setelah PGA berubah menjadi MAN 1 Jombang, karena lulusan MAN 1 Jombang belum bisa melakukan ujian praktik mengajar di TK. Di sebelah barat MAN 1 Jombang terdapat SMAN 2, dan di sebelah utara, tempat TK tersebut dulunya berada, sekarang menjadi kafe dan kantin MANSAJO, yang dikelola langsung oleh MAN 1 Jombang.”⁶

Meningkatkan daya tarik yaitu sesuatu dari beberapa unsur sikap mengenai unsur menggunakan, kecondongan, imbalan guna melaksanakan dahulu baru menentukan, apakah sungguh sangat minat dengan sesuatu.⁷

Untuk wawancara ini, peneliti juga berbicara dengan Ibu Isna Kamalia, wakil kepala sekolah bagian Humas (Hubungan Masyarakat) di MAN 1 Jombang. Beliau menguraikan faktor-faktor yang menarik konsumen ke MAN 1 Jombang, menyoroti berbagai kegiatan positif yang berfungsi sebagai minat daya tarik, seperti yang telah disebutkan sebelumnya dalam penjelasannya tentang manajemen bauran pemasaran internal.

“Beliau menjelaskan bahwa, “Khususnya, MAN 1 Jombang menawarkan 32 kegiatan ekstrakurikuler, dengan banyak siswa yang aktif berpartisipasi. Di antara kegiatan-kegiatan tersebut, yang baru saja dibuka adalah program tari, yang telah menarik minat lebih dari 10 siswa dan siswinya. Di MAN 1 Jombang ini pula, menyediakan taekwondo dan olahraga lainnya yang tidak kalah di minati oleh siswa siswinya. MAN 1 Jombang, juga menawarkan

⁶ Wawancara dengan ibu WAKA HUMAS madrasah MAN 1 Jombang, Ibu Isna Kamalia. Tgl 6 desember 2024, PUKUL: 09.00 WIB

⁷ Umar Husain. 2005. *Manajemen riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Gramedia Pusaka. Hal: 45

ekstrakurikuler bahasa asing, termasuk bahasa Jepang, Inggris, Korea, dan beberapa bahasa lainnya, yang telah menambah dan menguatkan daya tarik minat masyarakat untuk mendaftarkan beberapa anak mereka ke madrasah tersebut”.⁸

metode penulis guna membuat penelitian ini, yaitu memanfaatkan metode kualitatif, melalui pendekatan fenomenologis. Berarti pendekatan yaang memandang sesuatu yang dilakukan dan dikatakan oleh manusia untuk meneliti obyek dan menganalisis kinerja seseorang itu dalam menafsirkan dunianya. Proses yang terakhir untuk mengecek keabsahan informasi dan data yaitu dengan triangulasi. Triangulasi yakni metode memanfaatkan guna mencoba keaslian informasi yang dikerjakan oleh peneliti secara memantau semua data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

MAN 1 Jombang ini suatu lembaga yang menerapkan manajemen umum di madrasah tersebut. Madrasah ini bertempat di jl. Dr Wahidin Sudirohusodo. No 2 Jombang, yang mana terletak di Tengah kota Jombang, sehingga mudah di jangkau oleh siswa dan guru-guru MAN 1 Jombang. Madrasah ini pun, menjadi madrasah yang terpopuler di Jombang dengan jumlah siswa 1485 peserta didik dan 126 Sumber daya manusia (SDM), yang mana akreditasi madrasah ini juga terakreditasi A yang di bawah kontrolan dari kementerian agama Jombang. Sebagian prestasi dari MAN 1 Jombang yakni: 1. Termasuk madrasah adiwiyata nasional. 2. Madrasah sehat. 3. Madrasah berkarakter.

Pada sebuah Lembaga selalu mempunyai visi misi sebagai control atau prinsip berjalannya sebuah Lembaga. Tanpa adanya visi misi kuranglah proses berjalannya sebuah Lembaga. Maka MAN 1 Jombang mempunyai visi yakni “mewujudkan generasi muda yang berilmu, berakhlak yang mulia, unggul dalam prestasi, mandiri, dan kompetitif dengan berbasis lingkungan sehat da ramah anak. Untuk misi yang dimiliki oleh madrasah ini, yang didasarkan visi dari MAN 1 Jombang yakni misi dari madrasah ini sebagai berikut: 1. Meningkatkan proses pembelajaran yang efektif, kreatif, dan inovatif, 2. Meningkatkan kualitas pengalaman ilmu dalam kehidupan sehari-hari, 3. Meningkatkan pembiasaan peserta didik dalam berakhlakul karimah, 4. Meningkatkan kualitas kegiatan akademik dan non akademik, 5. Meningkatkan ketrampilan/pengetahuan kewirausahaan, 6. Meningkatkan kualitas partisipasi peserta didik dalam event adu prestasi, 7. Selalu menciptakan lingkungan bersih, sehat, dan ramah anak.

⁸ Wawancara dengan ibu WAKA HUMAS madrasah MAN 1 Jombang, Ibu Isna Kamalia. Tgl 6 desember 2024, PUKUL: 09.00 WIB

Pendidikan di MAN 1 Jombang memiliki target tujuan untuk menjalankan strategi pencapaian visi dan misi. MAN 1 Jombang merumuskan tujuan yang terperinci yakni, memiliki tujuan umum dan tujuan khusus. Bukan hanya itu, akan tetapi madrasah ini juga mempunyai tujuan jangka pendek, menengah, dan Panjang.

Prestasi Lembaga yang dimiliki oleh MAN 1 Jombang hingga saat ini adalah: 1. Penghargaan bagi madrasah yakni, madrasah adiwiyata jenjang nasional serta mandiri pada tahun 2013 tingkat Nasional, 2. Madrasah award pada bidang enterpreneurship, 3. juara I tingkat nasional, dan 4. Lomba keindahan madrasah, juara II Tingkat provinsi.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam pendekatan analisis marketing mix internal (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik) dalam konteks lembaga pendidikan madrasah, khususnya di MAN 1. Selama ini, marketing mix lebih banyak diterapkan pada sektor bisnis atau perguruan tinggi swasta, sedangkan kajian mendalam terhadap implementasi strategi pemasaran internal di madrasah negeri masih sangat terbatas.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti membuat Salah satu strategi yang diaplikasikan sebagai pemasaran di madrasah, dengan kami memilih menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang memilih judul “ **Manajemen Marketing Mix Internal Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen MAN 1 Jombang**” karena manajemen marketing mix dalam minat memilih madrasah manajemen yang ditetapkan pada analisis lingkungan eksternal dan internal, serta berorientasi pada masa depan Lembaga. Dan peneliti mengharapkan karya ilmiah ini dapat di gunakan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan Lembaga Pendidikan fomal yang memiliki latar belakang sama atau mirip dengan penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memiliki suatu tujuan guna memperoleh suatu konsep yang jelas dan mendetail mengenai judul penelitian yang kami teliti yakni manajemen marketing mix internal dalam meningkatkan daya Tarik konsumen MAN 1 jombang. Lalu dengan dasar degan obyek penelitian, focus penelitian, refrensi mau terkumpul, pengamatan membutuhkan observasi pada obyek yang di teliti. Atas dasar itu, metode disini dimanfaatkan oleh pengamatan, yakni metode kualitatif, melalui pendekatan fenomenologis. Merupakan arti pendekatan yang memandang sesuatu yang dilakukan dan dikatakan oleh manusia untuk meneliti obyek dan menganalisis kinerja seseorang itu dalam menafsirkan dunianya.

Penelitian ini juga menggunakan tindakan kolaboratif partisipatoris, yang berarti

penelitian yang bekerjasama langsung oleh pihak kepala madrasah, serta guru-guru yang berada di madrasah yang terkait atau yang berkepentingan pada penelitian ini. Disini, peneliti bermaksud bahwa orang yang sedang merancang dan mengamati masalah yang ada dalam madrasah dimulai dari awal penelitian ini dimulai hingga selesainya penelitian ini. Dengan ini, maksud dari penelitian ini ada yakni pasti merupakan rangkaian langkah yang penulis harus adakan, patuh dan lakukan, relevan dengan seluruh anggota madrasah dalam memutuskan beberapa proses yang akan diterapkan. Demi kelancaran serta kesuksesan pengamatan. Harapan peneliti adanya penelitian ini agar dapat membantu memberi sebuah ide-ide, saran-saran baru yang kami harap bermanfaat untuk kemajuan madrasah.

Oleh karena itu, sama dengan focus penelitian ini, peneliti hanya berusaha agar mempunyai pengetahuan dan dapat menelaah perihal marketing mix dalam minat konsumen memilih madrasah dan memiliki tujuan agar peneliti dapat menyediakan uraian-uraian deskriptif mengenai proses-proses beserta factor-faktor pendukung dan penghambat manajemen marketing mix dalam meningkatkan daya tarik konsumen MAN 1 Jombang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi product

MAN 1 Jombang merupakan salah satu madrasah unggulan yang ada di Kabupaten Jombang. Meskipun madrasah ini tergolong madrasah yang masih baru berdiri dibandingkan dengan madrasah madrasah lain di sekitarnya, tetapi MAN 1 Jombang telah terhitung sukses melahirkan lulusan-lulusan yang mumpuni dan mampu berkiprah dengan baik di masyarakat serta membawa nama baik bangsa dalam pergaulan nasional maupun internasional.

Kesuksesan tersebut tak lain adalah buah dari pengelolaan pendidikan yang baik serta pelayanan madrasah yang sesuai dengan harapan para pelanggan pendidikan. Diantara tata cara pengelolaan pendidikan di MAN 1 Jombang adalah dengan adanya marketing mix antara madrasah dengan lembaga-lembaga yang lain, baik itu lembaga pendidikan atau non pendidikan.

Produk yang di tawarkan oleh MAN 1 Jombang kepada konsumen terdapat beberapa program yakni:

- a. Akademik : Digital class
- b. Keterampilan : DKV, Kuliner, dan Kesain Fesyen

c. Fasilitas : berupa asrama putra dan putri

MAN 1 Jombang dalam produknya selalu berusaha mengembangkan inovasi dalam program sekolah, inovasi dan pengembangan madrasah meliputi tawaran Masyarakat yang beragam yang menjadi pilihan konsentrasi atau program yang ada di MAN 1 Jombang. Variasi pilihan yang ada di MAN 1 Jombang meliputi:

1.) Golden ticket bagi siswa pemegang sertifikat juara KSM / OSN. KTI (Minimal 1,2,3 Tk Kab.) dan tahfidz minimal 4 Juz

MAN 1 Jombang juga memiliki reputasi dan prospek yang baik. Reputasi MAN 1 dapat di lihat

MAN 1 juga mempunyai reputasi dan prospek yang baik. Reputasi MAN 1 Jombang dapat di lihat sejak tahun 1990/1990. Karena dari tahun tersebut nama MAN 1 jombang di resmikan dari yang awalnya Bernama PGA 6 tahun Plandi Jombang. Dan dimulai dari tahun itu pula banyak prestasi-prestasi yang muncul dari madrasah ini.

Adapun prospek MAN 1 Jombang ditunjukkan dengan prestasi dan lulusan yang sudah diterima di sekolah-sekolah favorit. Lulusan MAN 1 Jombang dapat bersaing dan banyak memenangkan persaingan untuk melanjutkan Pendidikan ke jenjang perkuliahan yang favorit. Bahkan lulusan MAN 1 Jombang di akui dan dapat di pertimbangkan tersendiri oleh kampus-kampus penerimanya. Hal ini menunjukkan reputasi MAN 1 Jombang baik dan telah melekat di benak Masyarakat berupa Lembaga Pendidikan di atasnya

2. Strategi price (harga)

Chika menyatakan bahwa harga adalah jumlah yang dibayar pembeli untuk layanan yang disediakan dan sebagian besar mempengaruhi pendaftaran siswa. Harga yang bersedia dibayarkan orangtua untuk layanan yang ditawarkan harus terjangkau dan sepadan dengan layanan pendidikan yang diberikan. Harga yang di maksud dalam jasa pendidikan adalah SPP, investasi bangunan, laboratorium dan lain-lain. Harga memainkan peran strategis dalam sebuah konsep pemasaran dalam hal ini adalah pendidikan. Harga merupakan jumlah uang yang dibayarkan pembeli, ke penyedia layanan.⁹

⁹ Muhamad Basorah Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Masyarakat Volume: 11, No. 1, Januari-Juni 2024 Jurnal Manajemen Pendidikan 112.

Harga yang harus di bayarkan oleh wali murid pada MAN 1 Jombang bervariasi tergantung pada pilihan masuk sekolah. MAN 1 Jombang juga menawarkan berbagai macam program beasiswa bagi siswa yang berprestasi atau bagi Masyarakat yang benar-benar tidak mampu sesuai dengan kemampuan wali murid. Selain itu untuk meringankan dan membantu pembiayaan siswa juga ada system subsidi. Dalam pengertian yang kaya atau berlebihan harta membantu yang miskin. Namun dengan mekanisme yang di atur sendiri oleh kepala madrasah.

MAN 1 Jombang juga memberikan kemudahan dalam system pembayaran. Pembayaran tunai dan pembayaran non tunai dengan cara transfer ke rekening resmi MAN 1 Jombang. Karena, MAN 1 Jombang telah bermitra dengan berbagai bank yang ada, seperti Bank BRI. Tetapi juga tetap melayani pembayaran tunai dengan langsung bertemu dengan petugas administrasi MAN 1 Jombang. Hal ini agar menarik minat calon peserta didik.

3. Strategi Place (tempat)

Lokasi MAN 1 Jombang dapat di katakan cukup strategis, karena Lokasi di Tengah kota dan berada di pinggir jalan, dekat dengan berbagai Pendidikan sarana di Jombang. Mudah di jangkau oleh wali murid. Baik dengan sarana transportasi ataupun pribadi. Tempat parkir yang disediakan madrasah sangat luas dan cukup untuk warga MAN 1 Jombang. Ada juga yang menjadi juru parkir dari warga MAN 1 Jombang. Jadi, dapat memudahkan siswa-siswi dan staff-staff MAN 1 Jombang.

Keberadaan madrasah yang berada pinggir jalan raya dan Tengah kota, tidak mengganggu kegiatan yang dilaksanakan madrasah. Hanya saja Ketika jam masuk sekolah jalan raya sangat ramai dan Seberang jalan MAN 1 Jombang juga Lembaga Pendidikan. Jadi, setiap waktu pagi dan pulang madrasah selalu ada penjagaan bagi siswa siswi MAN 1 Jombang agar tidak terjadi hal yang tidak di inginkan.

Jadi, secara umum letak geografis MAN 1 Jombang ini sangat strategis. Lahan madrasah yang sangat luas dan fasilitas-fasilitas yang juga memenuhi kenyamanan dan keamanan warga madrasah. Hal tersebut adalah sebuah sorotan tersendiri bagi Masyarakat agar memilih MAN 1 Jombang.

4. Strategi Promotion (promosi)

MAN 1 Jombang dalam promosinya melakukan beberapa Langkah, yakni: melalui web resmi, paflet, brosur, facebook, intagram, tik tok, dan medsos resmi yang lainnya.

Dengan berbagai liputan kegiatan yang terlaksana di madrasah dan mengenalkan pada masyarakat apa saja program-program yang ada di madrasah.

Akan tetapi yang menjadi sorotan utama pada promosi madrasah pada zaman ini adalah melalui medsos-medsos resmi madrasah karena kemajuan zaman yang sangat pesat. Maka madrasah juga mengikuti zaman, agar meningkatkan daya saing antar madrasah yang lain. Kepala madrasah juga menyorot hal tersebut. Maka tim (TIK) teknologi informatika dan komunikasi sangat penting dimiliki oleh madrasah dan menjadi strategi yang sangat penting yang dimiliki oleh madrasah. Maka, madrasah juga memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh tim TIK agar progresnya bisa berjalan dengan baik.

Selain itu, madrasah juga menggunakan strategi invitasi dan visitasi. Invitasi yakni mendatangkan atau mengundang dari pihak luar madrasah ke MAN 1 Jombang yang bertujuan untuk studi banding, belajar, hanya ingin tahu tentang MAN 1 Jombang yang dibicarakan oleh Masyarakat.

Berbagai macam kegiatan bermasyarakat juga dilakukan oleh madrasah agar mendekatkan madrasah pada Masyarakat umum dan juga mengaarkan pada siswa siswi madrasah agar bisa tolong menolong pada Masyarakat sekitar, bukan hanya kebermanan dan kebersamaan antar siswa saja. Akan tetapi, kebersamaan antar Masyarakat juga sangat penting. Kegiatan-kegiatan semacam ini juga sangat efektif untuk menjadi strategi promosi kepada Masyarakat agar mengenal MAN 1 Jombang.

5. Strategi people (SDM)

Menyadari sangat pentingnya SDM di madrasah. MAN 1 Jombang sangat selektif dan melakukan Langkah-langkah pembimbingan dan pembinaan pada Pendidikan dan tenaga kependidikan. Agar semangat dalam melayani dan memberi layanan terbaik kepada konsumen madrasah menjadi nilai yang sangat inti dalam semua proses layanan. Komponen SDM MAN 1 Jombang mencakup: Guru (pendidik), Administrator (tenaga kependidikan), dan karyawan. Yang dilaksanakan oleh MAN 1 Jombang terhadap people ini adalah memberikan pembinaan dan pelatihan pelayanan prima bagi petugas administrator sehingga mempunyai kompetensi profesional. Hal ini penting sebab petugas administrator adalah petugas yang selalu bertemu dan melayani pelanggan (orangtua/wali) dalam fungsi administratif.

6. Strategi physical evidence (Bukti Fisik)

Essensial evidence (bukti penting) di MAN 1 Jombang memperlihatkan dan menunjukkan kemegahan dan Kesan elite, bermutu dan professional. Gedung MAN 1 Jombang bserstandar international yang mana di dalamnya terdapat masjid, aula, caffe mansajjo, ruang guru, ruang administrasi, dan lain-lain.desain depan madrasah yang menunjukkan ciri khas modern dengan perancangan yang terbaik. Bukti fisik yang lain, seperti: perpustakaan, laboratorium, tempat berkreasi dan berekreasi dan berbagai tempat perlengkapan TIK yang layak.

Bukti yang terkait dengan olahraga dan kegiatan yang melibatkan fisik-motorik siswa, MAN 1 sudah menyediakan lapangan dan ruangan guna menunjang kegiatan-kegiatan yang akan di laksanakan sebagai penunjang kegiatan tersebut.

Bukti pendukung (*peripheral evidence*) yang di berikan MAN 1 di antaranya: buku prestasi dan perkembangan siswa. Buku ini sekaligus bisa digunakan untuk bukti perkembangan siswa dan seagai buku laporan bagi wali murid atas kemampuan siswa tersebut. Dan juga, dapat digunakan sebagai control bagi guru atas perkembangan siswa. Sebagaimana rapot untuk mata Pelajaran per semester.

7. Strategi process (proses)

Pelaksanaan proses penyampaian jasa Pendidikan di MAN 1 Jombang telah memenuhi standart nasional (SNP). Progress pelayanan dan pengelolaan madrasah telah mendapat pengakuan dan prestasi yang membanggakan. Hal ini di buktikan dengan pencapaian akreditasi A oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN) Pendidikan Formal (PF). Dengan hal tersebut proses Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) dan kualitas KBM telah memenuhi standart nasional yang mencakup 8 unsur, yakni: standart isi, proses, pengelolaan (perencanaan, peelaksanaan, dan pengawasan) dan standar penilaian Pendidikan.

MAN 1 Jombang dalam prosesnya juga menjamin kesesuaian akidah dan akhlaq yang Islami dan sesuai dengan kaidah dan perundang-undangan yang berlaku. Baik perundang-undangan pemerintah ataupun Lembaga. Selain hal yang sudah di sebutkan diatas, MAN 1 Jombang juga sangat menerima dan menanggapi keluhan, complain, usulan wali murid dengan tanggap, ramah, dan cermat. Karna, hal tersebut adalah suatu kepuasan tersendiri dan kepercayaan tersendiri bagi wali murid atas pendidikan MAN 1 Jombang. Dari hal-hal yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa MAN 1

Jombang memberikan pelayanan yang sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan oleh para siswa. Hal ini sesuai dengan apa yang dipasarkan.

A. Tabel Marketing Mix

Marketing Mix	Variabel	Indikator
(Product) Produk MAN 1	1. Pilihan Konsentrasi 2. Nama Sekolah	Variasi pilihan Repotasi, Prospek sekolah
(Price) Harga MAN 1	1. Penetapan Harga 2. Pembayaran 3. Lulus	SPP, Biaya Pembangunan, Biaya Lab Prosedur Pembayaran Beasiswa
(Place) Lokasi MAN 1	1. Lingkungan 2. Transportasi	Dekat dengan Kota, Luas lahan parkir, dan kondusif Angkutan umum dan tingkat kemacetan rendah
(Promotion) Promosi MAN 1	1. Adversiting 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan Tatap Muka 4. Hubungan Masyarakat	Brosur, medsos, web resmi Pameran, invitasi Kontak langsung Kegiatan hubungan masyarakat
(People/person) SDM/Person MAN 1	1. Administrator 2. Guru 3. Karyawan	Kompetensi administrator yang profesional Kompetensi guru yang profesional Kompetensi Karyawan yang professional
(Physical Evidence) Bukti Fisik/Sarana	1. Gaya Bangunan	Kesesuaian segi estetik dan fungsional

Prasarana MAN 1	2. Fasilitas Penunjang	Sarana Pendidikan, peribadatan, olah raga, dan keamanan
(Proses) Proses Jasa Layanan MAN 1	1. Kualitas jasa KBM 2. Kualitas jasa administrasi	Proses KBM, Kualitas KBM Reability, responsiveness, assurance, dan emphaty

KESIMPULAN

Perencanaan manajemen marketing mix internal dalam meningkatkan daya tarik konsumen memilih MAN 1 Jombang :

Dengan mengadakan program tahfidz dan berbagai ekstra seperti Bahasa, silat, pembuatan vidio dan film dan lain-lain. Yang mana, semua kegiatan tersebut di selimuti dengan proses syiar kepada Masyarakat melaui medsos resmi yang di lakukan oleh semua anggota yang dibawah oleh waka humasy. Agar dapat menarik daya tarik pada calon siswa yang ingin sekolah di MAN 1 Jombang. Selain itu, di MAN 1 ini juga banyak meraih berbagai penghargaan dan kejuaraan dari madrasah maupun para siswa-siswi. Hal itu juga, yang bisa di tawarkan oleh madrasah ini kepada Masyarakat. Bahwa, pengajaran dan juga minat para siswa siswi di MAN ini sangat baik. Karna, melihat dari berbagai prestasi yang di dapatkan oleh MAN 1 Jombang. Selain dari sisi prestasi, MAN 1 juga menawarkan berbagai kegiatan yang berbasis Islami yang mana seperti maulid nabi, nuzulul qur'an, bagi ta'jil di waktu bulan ramadhan dan banyak lagi kegiatan yang berbasis Islami yang di laksanakan oleh MAN 1 Jombang.

Pelaksanaan manajemen marketing mix internal dalam meningkatkan daya tarik konsumen memilih MAN 1 Jombang :

Semua perencanaan yang di laksanakan oleh MAN 1 banyak yang sudah berjalan. Bahkan, sangat baik ketika Masyarakat melihat dari medsos resmi milik MAN 1 Jombang. Bukan hanya itu, smua staff dan guru-guru yang ada di MAN 1 Jombang ini juga ikut andil daam mempromosikan madrasahny melalui status whastap yang setiap orang pada zaman sekarang pasti mempunyainya.

Pengendalian manajemen marketing mix internal dalam meningkatkan daya tarik konsumen memilih MAN 1 Jombang :

Berbagai macam kegiatan yang sudah menjadi rencana dan sudah berjalan pasti membutuhkan pengendalian. Karna, semua akan mempengaruhi respon dari berbagai pihak.

Terutama, efek dari Masyarakat melihat MAN 1 Jombang. Maka, pengendalian ini dilakukan langsung oleh kepala sekolah. Yang langsung di wakikan kepada wakil kepala sekolah yang akan mengawasi Tindakan dan pelaksanaan yang ada di lapangan. Agar, bisa menjadi evaluasi di kemudian hari dan di ambil beberapa solusi yang dapat memangun citra madrasah menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. 2008, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Peendidikan: Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung. Alfabeta. Hal: 303
- Hendro Widodo dan Etyk Nurhayati. 2020. *Manajemen Pendidikan Sekolah, Madrasah dan Pesantren*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya Offset. Hal: 231
- Muhamad Basorah Strategi Pemasaran Sekolah dalam Menarik Minat Masyarakat Volume: 11, No. 1, Januari-Juni 2024 Jurnal Manajemen Pendidikan 112.
- Muhammad Zaki, Agus, “ strategi pemasaran jasa pendidikan sekolah tinggi agama islam Al-Fattah (STAIFA) Pamekasan dengan bauran pemasaran (Marketing Mix) 3 juni 2023
- Munajat, Nani Hamdani Amir, Suwardi, Roy Setiawan, Ns Isni Hijriana Novita, Leroy Samy Ugu, Abdul Haris Muchtar, Baredata Irmawati Dewi Andriani, Anna Marganingsih, Rahmisyari, Yeremia Niaga Atlantika Ramadhi, Daniel Kurniawan. 2023. *Manajemen Kepemimpinan Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Purbalingga. Eureka media aksara. Hal: 1
- Syahrial Labaso'. 2018. *Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta*". Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Volume 3. Nomer 2
- Umar Husain. 2005. *Manajemen riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Gramedia Pusaka. Hal: 45
- Wawancara dengan ibu WAKA HUMAS madrasah MAN 1 Jombang, Ibu Isna Kamalia. Tgl 6 desember 2024, PUKUL: 09.00 WIB
- Wawancara dengan ibu WAKA HUMAS madrasah MAN 1 Jombang, Ibu Isna Kamalia. Tgl 6 desember 2024, PUKUL: 09.00 WIB