

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN ISLAM

(Studi Kasus di MA Bilingual Kota Batu)

TESIS

Oleh:

SAROHMAD

200502148



PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PROGRAM PASCASARJANA

INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2022

STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN ISLAM

(Studi Kasus di MA Bilingual Kota Batu)

TESIS

Diajukan Kepada:

Program Pascasarjana Institut KH. Abdul Chalim

Untuk memenuhi salah satu Persyaratan dalam menyelesaikan Program Magister Manajemen Pendidikan Islam dan mendapatkan gelar M.Pd.

Oleh:

SAROHMAD

2005 02 148

Dosen Pembimbing :

Dr. Hasyim Asy'ari, M.Pd.I

2103018902

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO
2022**

ABSTRAK

Sarohmad. 2022. Strategi Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di MA Bilingual Kota Batu). Tesis. Magister Manajemen Pendidikan Islam. Pembimbing: Dr. Hasyim Asy'ari, M.Pd.I.

Lembaga pendidikan swasta yang disinyalir semakin mengalami kemerosotan dan bahkan terancam gulung tikar. Salah satu contoh kasus di Kota Malang sebanyak 36 sekolah swasta terancam tidak mendapatkan siswa sama sekali, seperti yang dialami SMA Ma'arif Kota Malang. Penyebab utamanya, karena sistem penerimaan siswa baru (PSB) yang dilakukan disekolah-sekolah negeri yang tidak dibatasi. Menyikapi situasi tersebut, maka penting bagi sekolah-sekolah swasta untuk menggunakan strategi pemasaran pendidikan yang dapat membantu pengelola lembaga pendidikan untuk mempromosikan berbagai layanan pendidikan yang akan ditawarkan kepada *stakeholder*. Tujuan dari penelitian ini yakni mendiskripsikan dan menganalisis strategi dan pengembangan marketing pendidikan di Madrasah Aliyah Bilingual Batu.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dari penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Sedangkan data merupakan informan yang dianggap layak dan mampu memberikan informasi tentang strategi marketing di MA Bilingual Batu. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk selanjutnya. Tahapan analisis data dalam penelitian ini merujuk pada tahapan yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang diterapkan di MA Bilingual Batu meliputi strategi pemasaran, strategi produk, strategi pengembangan sumberdaya manusia, Strategi bukti fisik, dan Pengembangan strategi pemasaran. Selanjutnya implikasi penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran (marketing mix) dengan 7 strateginya dan pengembangan strategi pemasaran jasa ternyata berdampak pada peningkatan jumlah siswa yang mendaftar di MA Bilingual Batu.

Keyword : Strategi Pemasaran, Pendidikan Islam, MA Bilingual Batu,

ABSTRAK

Sarohmad. 2022. Islamic Education Marketing Strategy (Case Study at MA Bilingual Kota Batu). Thesis. Master of Islamic Education Management. Supervisor: Dr. Hasyim Asy'ari, M.Pd.I.

Private educational institutions are allegedly experiencing a decline and are even threatened with bankruptcy. As an example, in the city of Malang, as many as 36 private schools were threatened with not getting any students at all, as was the case with Ma'arif High School, Malang City. The main reason is because the new student admissions system (PSB) is carried out in state schools which are not restricted. In response to this situation, it is important for private schools to use an education marketing strategy that can help managers of educational institutions to promote various educational services that will offered to stakeholders. The purpose of this research is to describe and analyze the strategy and development of educational marketing at Madrasah Aliyah Bilingual Batu.

This research is a qualitative research. The data obtained from this research comes from primary and secondary data. While the data are informants who are considered appropriate and able to provide information about the marketing strategy at MA Bilingual Batu. Data collection techniques used in this study are observation, interviews, and documentation. For further. The stages of data analysis in this study refer to the stages proposed by Miles and Huberman.

The results of the study show that the marketing strategies implemented in MA Bilingual Batu include marketing strategies, product strategies, human resource development strategies, physical evidence strategies, and marketing strategy development. Furthermore, the implication of this research is the marketing mix strategy with its 7 strategies and the development of a service marketing strategy has an impact on increasing the number of students enrolling in MA Bilingual Batu.

Keyword : Marketing Strategy, Islamic Education, MA Bilingual Batu