

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX* 3P (*PEOPLE, PROCESS, PHISYCAL
EVIDENCE*) di MADRASAH TSANAWIYAH HUSNUL KHOTIMAH 2
KUNINGAN**

TESIS

Oleh:

**SANAN
220501014149**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO
2024**

**IMPLEMENTASI *MARKETING MIX 3P (PEOPLE, PROCESS, PHISYCAL
EVIDENCE)* di MADRASAH TSANAWIYAH HUSNUL KHOTIMAH 2
KUNINGAN**

Tesis
Diajukan
Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen
Pendidikan Islam di Pascasarjana Universitas KH. Abdul Chalim
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCA SARJANA
UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO
2024**

ABSTRAK

Sanan. 2024. Implementasi *Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Pascasarjana Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto. Pembimbing: Dr. Muslihun, Lc.,M.Fil.

Kata kunci: Implementasi, *Marketing, Marketing Mix 3P (people, process, phisycal evidence)*.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, (2) Menjelaskan faktor pendukung dan faktor penghambat implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidende)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, dan (3) Membuktikan upaya Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan mengatasi faktor penghambat dalam implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini yaitu kepala madrasah, pendidik dan tenaga kependidikan di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu model Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Hasil penelitian didapatkan bahwa secara umum implemetasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan berjalan dengan baik. Namun ada hal yang perlu diperbaiki. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan berjalan baik. Namun kurang optimalnya dalam mengelola media sosial sebagai media marketing Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, (2) faktor pendukung dalam implementasi *marketing mix 3p (people, process, phisycal evidence)* di Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan adalah Kepala Madrasah loyalitas dan kekompakan pendidik dan tenaga kependidikan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurang optimalnya dalam mengelola media sosial sebagai media marketing Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, dan (3) upaya dari kepala madrasah dalam mengatasi website madrasah yang belum maksimal penggunaanya adalah menunjuk penanggung jawab khusus terkait dengan pengelolaan media sosial madrasah termasuk laman website.

ABSTRACT

Sanan. 2024. Implementation of Marketing Mix 3P (People, Process, Physical Evidence) at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. Thesis. Islamic Education Management Study Program. Postgraduate Program, KH. Abdul Chalim University, Mojokerto. Supervisor: Dr. Muslihun, Lc., M.Fil.

Keywords: Implementation, Marketing, Marketing Mix 3P (people, process, physical evidence).

This research aims to: (1) Analyze the implementation of marketing mix 3P (people, process, physical evidence) at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, (2) Explain the supporting and inhibiting factors in the implementation of marketing mix 3P (people, process, physical evidence) at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, and (3) Prove the efforts of Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan in overcoming inhibiting factors in the implementation of marketing mix 3P (people, process, physical evidence).

This research is qualitative research. Data collection was conducted through interviews, observations, and documentation. The research subjects were the madrasah principal, educators, and educational staff at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan. The data analysis technique used was the Miles and Huberman model, consisting of data reduction, data presentation, and conclusion.

The research findings showed that generally, the implementation of marketing mix 3P (people, process, physical evidence) at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan was running well. However, there are aspects that need improvement. The research conclusions are: (1) the implementation of marketing mix 3P (people, process, physical evidence) at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan is running well, although social media management as a marketing medium for Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan is not yet optimal, (2) the supporting factors in the implementation of marketing mix 3P (people, process, physical evidence) at Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan are the madrasah principal's leadership, and the loyalty and solidarity of educators and educational staff. Meanwhile, the inhibiting factor is the suboptimal management of social media as a marketing medium for Madrasah Tsanawiyah Husnul Khotimah 2 Kuningan, and (3) the madrasah principal's effort to overcome the underutilized madrasah website is to appoint a specific person responsible for managing the madrasah's social media, including the website page.

المُلخَص

سنن. ٢٠٢٤. تطبيق المزيج التسويقي ٣ (الأفراد، العملية، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان. رسالة. برنامج دراسة إدارة التربية الإسلامية. الدراسات العليا بجامعة ك.ه. عبد الحليم موجو كيرتو. المشرف: الدكتور مسلحون، **M.Fil., Lc.**

الكلمات المفتاحية: التطبيق، التسويق، المزيج التسويقي (٣) الأفراد، العملية، الدليل المادي.

تهدف هذه الدراسة إلى: (١) تحليل تطبيق المزيج التسويقي ٣ (الأفراد، العملية، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان، (٢) توضيح العوامل الداعمة والعوامل المعيقة لتطبيق المزيج التسويقي ٣ (الأفراد، العملية، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان، و(٣) إثبات جهود المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان في التغلب على العوامل المعيقة في تطبيق المزيج التسويقي (٣) الأفراد، العملية، الدليل المادي).

هذا البحث بحث نوعي. تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظات والوثائق. موضوعات هذه الدراسة هم مدير المدرسة والمعلمون والموظفون التربويون في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان. تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي نموذج مايلز وهوبرمان الذي يتكون من تقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج.

أظهرت نتائج البحث أن تطبيق المزيج التسويقي ٣ (الأفراد، العملية، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان يسير بشكل جيد بشكل عام. ومع ذلك، هناك أشياء تحتاج إلى تحسين. يمكن استنتاج نتائج البحث أن: (١) تطبيق المزيج التسويقي ٣ (الأفراد، العملية، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان يسير بشكل جيد. ومع ذلك، هناك نقص في التحسين في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تسويقية للمدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان، (٢) العوامل الداعمة في تطبيق المزيج التسويقي ٣ (الأفراد، العملية، الدليل المادي) في المدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان هي ولاء مدير المدرسة وتضامن المعلمين والموظفين التربويين. بينما العامل المعيق هو نقص التحسين في إدارة وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة تسويقية للمدرسة الثانوية الإسلامية حسن الخاتمة ٢ كونينجان، و(٣) جهد مدير المدرسة في التغلب على موقع المدرسة الإلكتروني الذي لم يتم استخدامه بشكل أقصى هو تعيين مسؤول خاص يتعلق بإدارة وسائل التواصل الاجتماعي للمدرسة بما في ذلك صفحة الموقع الإلكتروني.