

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN
CITRA LEMBAGA DI PONDOK PESANTREN RIYADLUL JANNAH
PACET MOJOKERTO**

SKRIPSI

Oleh:

Muh. Joenardi Ys

NIM. 20171700120029



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM
MOJOKERTO**

2022

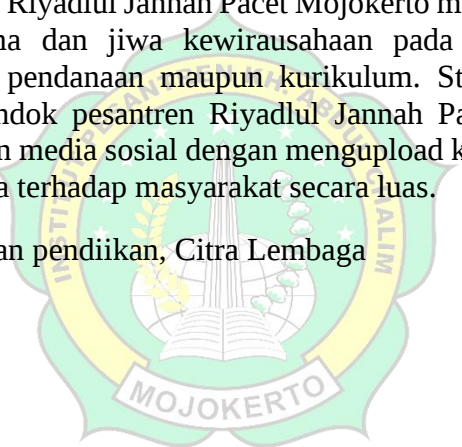
ABSTRAK

Muh. Joenardi Ys. 2022, Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto, Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah, Institut Pesantren KH Abdul Chalim. Pembimbing Muhammad Nur Hakim M.Pd.I.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bagaimana strategi pemasaran pendidikan, bagaimana citra, dan bagaimana strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di Pondok pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto. Penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam analisis data, peneliti menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan dalam uji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Pondok pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto adalah pelayanan yang maksimal, biaya yang mudah dijangkau, program yang berkualitas dengan fasilitas yang memadai proses pembelajaran, lokasi yang bersih dan strategis. Pondok pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto memiliki citra yang baik, karena selain penanaman ilmu agama dan jiwa kewirausahaan pada santri juga dikenal dengan kemandirian pesantren dalam pendanaan maupun kurikulum. Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra Pondok pesantren Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto yaitu melalui kegiatan promosi di website dan media sosial dengan mengupload kegiatan pondok pesantren dan prestasi santri, Bersikap terbuka terhadap masyarakat secara luas.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran pendidikan, Citra Lembaga



ABSTRAK

Muh. Joenardi Ys. 2022, Educational Marketing Strategy in Improving the Image of Institutions at Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Islamic Boarding School, Thesis, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah, KH Abdul Chalim Islamic Boarding School. Supervisor Muhammad Nur Hakim M.Pd.I.

~~This study aims to find out how the education marketing strategy, how the image, and how the educational marketing strategy in improving the image of the institution at the Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Islamic boarding school. The research uses a descriptive qualitative research approach. In the process of collecting data, researchers use interview, observation and documentation methods. In data analysis, researchers use data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Meanwhile, in the test of the validity of the data, researchers used source triangulation and engineering triangulation.~~

The results showed that the marketing strategy carried out by the Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Islamic boarding school was maximum service, easy-to-reach costs, quality programs with adequate facilities learning process, clean and strategic location. Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Islamic boarding school has a good image, because in addition to the cultivation of religious knowledge and entrepreneurial spirit in students, it is also known for the independence of pesantren in funding and curriculum. The educational marketing strategy in improving the image of the Riyadlul Jannah Pacet Mojokerto Islamic boarding school is through promotional activities on the website and social media by uploading islamic boarding school activities and student achievements, Being open to the community at large.

Keywords : Strategy, Education marketing, Institutional Image



المخلص

مهم. جوناردي بيس. 2022، استراتيجية تسويق التعليم لتحسين صورة المؤسسة في مدرسة رياض الله الوطنية الداخلية الإسلامية موجوكرتو، أطروحة، برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية طربية، معهد كي إتش عبد الخالق الإسلامي الداخلي. المشرف محمد نور حكيم عضو البرلمان الهندي

يهدف هذا البحث إلى معرفة كيف ساهم استراتيجية التسويق التعليمي، وكيف عملت الصورة، وكيف ساهم استراتيجية تسويق التعليم في تحسين صورة المؤسسة في مدرسة ريادلول جانا باسيت الداخلية الإسلامية في موجوكرتو. يستخدم البحث نهجا بحثيا نوعيا وصفيا. في عملية جمع البيانات، استخدم الباحث طرق المقابلات والملاحظة والتوثيق. في تحليل البيانات، يستخدم الباحثون تقليل البيانات، وعرض البيانات، والاستنتاج. وفي اختبار صحة البيانات، استخدم الباحث تثليث المصادر وتقنية التثليث.

تظهر نتائج الدراسة أن استراتيجية التسويق التي تنفذها مدرسة ريادلول جانا باتشيت موجوكرتو الإسلامية الداخلية هي أقصى درجات الخدمة، وتكاليف سهلة الوصول، وبرامج ذات جودة مع مرافق مناسبة لعملية التعلم، وموقع نظيف واستراتيجي. تتمتع مدرسة ريادلول جانا باتشيت موجوكرتو الإسلامية الداخلية بصورة جيدة، لأنه بالإضافة إلى غرس المعرفة الدينية وروح ريادة الأعمال في الطلاب، فهي معروفة أيضا باستقلالية المدرسين في التمويل والمناهج. استراتيجية التسويق التعليمي لتحسين صورة مدرسة ريادلول جانا باسيت موجوكرتو الإسلامية الداخلية تأتي من خلال الأنشطة الترويجية على الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي من خلال رفع أنشطة المدرسة الداخلية الإسلامية وإنجازات الطلاب، وتكون مفتوحة للمجتمع بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، التسويق التعليمي، الصورة المؤسسية

