

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek” ini ditulis oleh Lely Yulia Savitri, NIM 12207173072, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Insitut Agama Islam Negeri Tulungagung, dan di bimbing oleh Ibu Hj. Indah Komsiyah, S.Ag., M.Pd.

**Kata Kunci:** Pemasaran Sekolah, Citra

Penelitian ini membahas tentang pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek. Sekolah akan diminati banyak masyarakat apabila memiliki citra yang positif. Penelitian ini di latarbelakangi oleh banyaknya minat masyarakat Trenggalek yang ingin menyekolahkan putra-putrinya di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek. Yang mana madrasah ini memiliki strategi pemasaran yang baik dalam proses pemasaran sekolah. Sehingga berpengaruh terhadap respon masyarakat terhadap madrasah ini. Tujuan pemasaran sekolah ini untuk meningkatkan minat calon peserta didik terhadap madrasah.

Fokus masalah pada penelitian ini adalah: (1) Bagaimana formulasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek ?, (2) Bagaimana implementasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek?, (3) Bagaimana evaluasi pemasaran sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek?.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui formulasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek, (2) untuk mengetahui implementasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek, (3) untuk mengetahui evaluasi pemasaran sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek.

Penelitian ini bermanfaat bagi sekolah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahwan masukan dan pertimbangan dalam upaya mengelola dan menyempurnakan peran strategi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, subyek penelitian adalah Kepala sekolah, Waka humas, Komite sekolah. Dengan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatis dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini meliputi: 1) formulasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di MTsN 1 Trenggalek; a) Merumuskan dan menetapkan visi, misi dan tujuan lembaga. b) Melakukan segmentasi pasar. c) Membuat program MIPA. d) Melakukan strategi pembiayaan. e) Melakukan promosi. f) Memilih lokasi madrasah yang strategis. g) Meningkatkan sumber daya manusia.

h) Meningkatkan kualitas lulusan. i) Menyediakan sarana prasarana yang memadai. j) Memberikan pelayanan yang terbaik untuk masyarakat. k) Berupaya untuk memperbanyak kerjasama. 2) Implementasi pemasaran sekolah dalam meningkatkan citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek; a) Melaksanakan Program MIPA. b) Melakukan promosi. c) Menyelenggarakan ajang kompetisi. d) Melakukan pembiasaan. e) Meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler. f) Memperbanyak kerjasama. g) Menunjukkan kualitas lulusan. h) Melakukan koordinasi dalam pelaksanaan segala kegiatan. 3) Evaluasi pemasaran sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek; a) Melakukan rapat evaluasi setiap sektor kegiatan. b) Evaluasi prestasi produk siswa. c) Melakukan tinjauan minat masyarakat terhadap madrasah.

## ABSTRACT

Undergraduate thesis entitled "School Marketing Strategy in Improving the Image of Educational Institutions in Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek" is written by Lely Yulia Savitri, Student ID 12207173072, Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Tulungagung State Islamic Institute, and supervised by Mrs. Hj. Indah Komsiyah, S.Ag., M.Pd.

**Keywords:** School Marketing, Citra

This study discusses school marketing in improving the image of educational institutions in Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek. Schools will be in demand by many people if they have a positive image. This research is motivated by the many interests of the people of Trenggalek who want to send their children to Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek. This madrasah has a good marketing strategy in the school marketing process. So, it affects the community's response to this madrasah. The marketing objective of this school is to increase the interest of prospective students in madrasah.

The focus of the problem in this study are: (1) how is the formulation of school marketing in improving the image of Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek?, (2) how is the implementation of school marketing in improving the image of Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek?, and (3) how is the evaluation of school marketing at Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek?.

This study aims (1) to determine the formulation of school marketing in improving the image of Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek, (2) to understand the implementation of school marketing in improving the image of Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek, (3) to find out the evaluation of school marketing in Madrasah Tsanawiyah. State 1 Trenggalek.

This research is helpful for schools. The results of this study can be used as input and considerations to manage and improve the role of school marketing strategies in improving the image of educational institutions in Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek.

This study uses a qualitative approach. The research subjects are the principal, vice public relations officer, and school committee. Data were collected using methods of observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is qualitative data analysis with data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study include 1) the formulation of school marketing strategy in improving the image of MTsN 1 Trenggalek; a) formulate and define the vision, mission, and goals of the institution. b) Perform market segmentation. c) Create MIPA program. d) Implementing a financing strategy. e) Doing promotions. f) Choosing a strategic madrasah location. g) Improving human

resources. h) Improving the quality of graduates. i) Provide adequate infrastructure. j) Providing the best service for the community. k) Strive to increase cooperation. 2) Implementation of school marketing strategy in improving the image of Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek are a) Implement the MIPA Program. b) Doing promotions. c) Organizing competitions. d) Doing habituation. e) Increase extracurricular activities. f) Increase collaboration. g) Demonstrate the quality of graduates. h) Coordinate the implementation of all activities. 3) Evaluation of school marketing strategy at Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Trenggalek are a) Conducting evaluation meetings for each sector of activity. b) Evaluation of student product achievement. c) Conducting a review of public interest in madrasahs.

## ملخص

هذا البحث العلم بالموضوع "إستراتيجية التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك" عددها ليلي يوليا سافيتري، رقم القيد ١٢٢٠٧١٧٣٠٧٢، قسم إدارة التربية الإسلامية، كلية التربية وعلوم التعليمية، الجامعة الإسلامية الحكومية تولونج أجون، المشرفة الحاجة إنداة خمسية، الماجستير.

### الكلمات الرئيسية: تسويق المدرسة، الصورة.

هذا البحث يبحث عن إستراتيجية التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك. المدرسة سيراد بما كثير من المجتمع إذا تملك صورة جيدة. هذا البحث يخلج به كثير من همه مجتمع ترنججاليك الذين هم يريدون أولادهم يدرسين في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك. حيثما هذه المدرسة ذو إستراتيجية التسويق الجيد في عملية تصويق المدرسة. حتى يؤثر على عنكاس المجتمع في هذه المسئلة. أهداف تسويق المدرسة لتنمية همه طلاب جديد على المدرسة.

هذه مسائل البحث العلمي أنما (١) كيف خطة التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك؟ (٢) كيف تنفيذ التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك؟ (٣) كيف تقوم إستراتيجية التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك؟.

هذا البحث يهدف إلى (١) معرفة خطة التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك. (٢) معرفة تنفيذ التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك. (٣) معرفة تقوم إستراتيجية التسويق المدرسي في تنمية صورة مؤسسة التربية بالمدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك.

هذا البحث العلمي يفيد للمدرسة. نتائج البحث تستطيع أن تكون مادة الدخل ومشاورة في تنمية إدار دور إستراتيجية التسويق المدرسي وإكمالها في تنمية صورة مؤسسة التربية في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك.

هذا البحث العلمي يستخدم مدخلا كيفيا، فلعل البحث هو رئيس المدرسة ومدير إتصال المجتمع ومدير المدرسة. و طريقة جمع البيانات النجموعة بوسائط ملاحظة ومقابلة ووثيقة. وبينما لتحليلها فالباحثة تستخدم تقنة تحليل كيفي بتخطيط وهو تقصير البيانات وتعرض للبيانات والإستنتاج.

نتائج هذا البحث تحتوي على: (١) خطة التسويق المدرسي في تنمية صورة المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك؛ (أ) يخطط رؤية المؤسسة والرسالة والهدف ويحددها. (ب) نفذ تجزئة السوق. (ج) تأليف برنامج العلوم الطبيعية. (د) نفذ الإستراتيجية السعرية. (هـ) نفذ الترقيات (و) إختار موقع المدرسة الدقيقة. (ز) تنمية مراد الشخص. (ح) تنمية جودة المخرجات. (ط) توفير التسهيلات. (ي) إثناء أفضل خدمة للمجتمع. (ك) محاولة لتكثير تعاون. (٢) تنفيذ التسويق المدرسي في تنمية صورة المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترنججاليك؛ (أ) نفذ برنامج العلوم الطبيعية. (ب) نفذ الترقيات. (ج) إجراء المسابقة. (د) تنمية نشاط الدراسي الإضافي. (هـ) نفذ البيئة. (و) كثر التعاون. (ز) إشارة جودة المخرجات. (ح) نفذ تنسيق

في جميع النشاط. (٣) تقويم التنسيق المدرسي في المدرسة المتوسطة الإسلامية الحكومية الوحيد ترينججاليك؛ (أ) نفذ شاور التقويم كل نطاق النشاط. (ب) تقويم نتاج الطلاب. (ج) إجراء مراقبة هممة المجتمع على المدرسة.