

ABSTRAK

M. Sakir, Musthofa. 2021. Manajemen Pemasaran Pendidikan di Era Covid-19: Strategi Peningkatan Kuantitas Peserta Didik Baru di MA NU Mojosari Nganjuk. Skripsi, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing Skripsi : Dr. Prim Masrokan Mutohar, M. Pd.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran Pendidikan, Peningkatan Kuantitas Peserta Didik Baru

Skripsi ini membahas tentang manajemen pemasaran dalam peningkatan kuantitas peserta didik baru yang dilatarbelakangi oleh pemasaran yang dilakukan untuk mengatasi kompetisi antar lembaga pendidikan. Karena suatu pemasaran itu sangat berpengaruh terhadap jumlah peserta didik, dengan manajemen pemasaran yang baik dan tersusun maka jumlah peserta didik akan bertambah.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab permasalahan: 1) Bagaimana perencanaan pemasaran pendidikan dalam peningkatan kuantitas peserta didik baru pada masa pandemi Covid-19 di MA NU Mojosari? 2) Bagaimana implementasi pemasaran pendidikan dalam peningkatan kuantitas peserta didik baru pada masa pandemi Covid-19 di MA NU Mojosari? 3) Bagaimana evaluasi pemasaran pendidikan dalam peningkatan kuantitas peserta didik baru pada masa pandemi Covid-19 di MA NU Mojosari? Permasalahan tersebut dibahas melalui penelitian yang dilaksanakan di MA NU Mojosari yang mana madrasah ini dijadikan sumber informasi data untuk mendapatkan potret, gambaran, jawaban dan hasil dari manajemen pemasaran pendidikan dalam rangka meningkatkan kuantitas peserta didik baru. Dalam hal ini data diperoleh dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Semua data nantinya akan dianalisis deskriptif yaitu dengan menuangkan hasil ke dalam kalimat-kalimat yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menjadi kalimat yang tersusun dengan rapi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) perencanaan pemasaran pendidikan di MA NU Mojosari ini adalah proses penyusunan perencanaan pemasaran pendidikan dilaksanakan oleh pimpinan madrasah. Hal ini dikarenakan agar perencanaan yang dilaksanakan tersusun lebih efektif, 2) implementasi manajemen pemasaran pendidikan di MA NU Mojosari dalam peningkatan kuantitas peserta didik baru dalam hal ini adalah wujud realisasi dari program yang telah dirancang dalam rencana proses pemasaran menggunakan media brosur, pamflet, media sosial seperti facebook, instagram, dan story whatsapp lewat wali murid, lewat teman dan yang paling unggul adalah lewat masyarakat itu sendiri. 3) evaluasi pemasaran pendidikan untuk peningkatan kuantitas peserta didik baru adalah dengan menggunakan berbagai strategi, semua strategi dilaksanakan dengan baik oleh semua pihak sekolah.

ABSTRACT

M. Sakir, Musthofa. 2021. Educational Marketing Management in the Covid-19 Era: Strategies to Increase the Quantity of New Students at MA NU Mojosaari Nganjuk. Thesis, Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training. Tulungagung State Islamic Institute. Thesis Supervisor : Dr. Prim Masrokan Mutohar, M. Pd.

Keywords: Educational Marketing Management, Increasing the Quantity of New Students

This thesis discusses marketing management in increasing the quantity of new students motivated by marketing carried out to overcome competition between educational institutions. Because a marketing is very influential on the number of students, with good and structured marketing management, the number of students will increase.

This study is intended to answer the following problems: 1) How is the marketing plan for education in increasing the quantity of new students during the Covid-19 pandemic at MA NU Mojosaari? 2) How is the implementation of education marketing in increasing the quantity of new students during the Covid-19 pandemic at MA NU Mojosaari? 3) How is the evaluation of education marketing in increasing the quantity of new students during the Covid-19 pandemic at MA NU Mojosaari? These problems were discussed through research carried out at MA NU Mojosaari where this madrasa was used as a source of data information to obtain portraits, descriptions, answers and results of education marketing management in order to increase the quantity of new students. In this case the data obtained by means of interviews, observation, and documentation.

The results showed that: 1) education marketing planning at MA NU Mojosaari is the process of preparing educational marketing plans carried out by madrasa leaders. This is because the planning carried out is structured more effectively, 2) the implementation of educational marketing management at MA NU Mojosaari in increasing the quantity of new students in this case is a realization of the program that has been designed in the marketing process plan using brochures, pamphlets, social media. such as Facebook, Instagram, and WhatsApp stories through guardians, friends and the most superior is through the community itself. 3) evaluation of education marketing to increase the quantity of new students is to use various strategies, all strategies are implemented well by all school parties.

المخلص

محمد سكر مصطفى. 2021. إدارة التسويق التعليمي في عصر كوفيد 19: استراتيجية لزيادة عدد الطلاب الجدد في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو. أطروحة ، قسم إدارة التربية الإسلامية ، كلية التربية وتدريب المعلمين. معهد تولونغاونغ الحكومي الإسلامي. مشرف الرسالة: د. دكتور. بريم اسروكانوتوهار ، ماجستير في التربية

الكلمات المفتاحية: إدارة التسويق التربوي ، زيادة عدد الطلاب الجدد

تناقش هذه الرسالة إدارة التسويق في زيادة عدد الطلاب الجدد بدافع التسويق المنفذ للتغلب على المنافسة بين المؤسسات التعليمية. نظرًا لأن التسويق له تأثير كبير على عدد الطلاب ، مع وجود إدارة تسويق جيدة ومنظمة ، سيزداد عدد الطلاب.

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على المشكلات التالية: (1) كيف تعمل خطة التسويق التعليمي في زيادة عدد الطلاب الجدد خلال جائحة كوفيد -19 في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو؟ (2) كيف يتم تنفيذ التسويق التعليمي في زيادة عدد الطلاب الجدد خلال جائحة كوفيد -19 في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو؟ (3) كيف يتم تقييم التسويق التعليمي في زيادة عدد الطلاب الجدد خلال جائحة كوفيد -19 في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو؟ تمت مناقشة هذه المشكلات من خلال بحث تم إجراؤه في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو حيث تم استخدام هذه المدرسة كمصدر لمعلومات البيانات للحصول على صور وأوصاف وإجابات ونتائج إدارة تسويق التعليم من أجل زيادة عدد الطلاب الجدد. في هذه الحالة البيانات التي تم الحصول عليها عن طريق المقابلات والملاحظة والتوثيق.

تظهر نتائج الدراسة ما يلي: (1) تخطيط التسويق التعليمي في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو هو عملية إعداد خطط التسويق التعليمية التي ينفذها قادة المدارس. وذلك لأن التخطيط المنفذ منظم بشكل أكثر فاعلية ، (2) تنفيذ إدارة التسويق التربوي في المدرسة العليا نهضة العلماء موغوساري نجانجو كافي زيادة عدد الطلاب الجدد في هذه الحالة هو إدراك للبرنامج الذي تم تصميمه في خطة عملية التسويق باستخدام الكتيبات والنشرات ووسائل التواصل الاجتماعي مثل قص من خلال الأوصياء والأصدقاء والأكثر تفوقاً من خلال المجتمع نفسه. (3) تقييم التسويق التعليمي لزيادة كمية الطلاب الجدد هو استخدام استراتيجيات مختلفة ، يتم تنفيذ جميع الاستراتيجيات بشكل جيد من قبل جميع أطراف المدرسة.