

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam menciptakan citra lembaga Pendidikan di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto”, ini ditulis oleh Nurul Awaliyah, NIM 12207183023, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Dr. H. Masduki, M.Ag.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Citra Lembaga

Penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran pendidikan dalam menciptakan citra lembaga pendidikan di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto. Pada zaman modern persaingan pendidikan sangat ketat, sekolah sebagai organisasi nirlaba perlu melakukan pemasaran, pemasaran pendidikan merupakan bentuk tanggung jawab kepada masyarakat luas terhadap jasa pendidikan yang telah, sedang dan akan dilakukan.

Fokus penelitian skripsi ini adalah (1) Bagaimana perencanaan pemasaran . pendidikan untuk menciptakan citra baik madrasah di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto (2) Bagaimana pelaksanaan pemasaran . pendidikan untuk menciptakan citra baik madrasah di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto (3) Bagaimana Evaluasi pemasaran.pendidikan untuk menciptakan citra baik madrasah di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan mengambil latar manajemen pemasaran pendidikan dalam menciptakan citra lembaga pendidikan di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto. Sumber data yang diambil dari kepala madrasah, waka bidang kesiswaan, dan waka hubungan masyarakat. Pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data meliputi uji kredibilitas dengan triangulasi.

Hasil penelitian ini meliputi: (1) perencanaan pemasaran. pendidikan untuk menciptakan citra baik madrasah di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto a) rpat formulasi pemasaran pendidikan yang dilakukan awal tahun, b)merumuskan dan menerapkan visi, misi, dan tujuan madrasah (2) pelaksanaan pemasaran . pendidikan untuk menciptakan citra baik madrasah di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto yaitu a) adanya tim promosi dan media promosi, b) promosi memperlihatkan program unggulan, c) adanya pelaksanaan pemasaran pendidikan sebelum pergantian semester, d) adanya pembiayaan pemasaran pendidikan e) adanya pembiayaan untuk calon peserta didik. (3) evaluasi pemasaran.pendidikan untuk menciptakan citra baik madrasah di MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto adalah a) mengadakan rapat evaluasi, b) evaluasi membahas kendala pemasaran pendidikan yang belum terlaksana, c) evaluasi menggunakan model perbaikan dan pengembangn program yang telah terlaksana.

ABSTRACT

Thesis with the title "Education Marketing Management to Create a Good Image of Educational Institutions at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto", was written by Nurul Awaliyah, NIM 12207183023, Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, guided by Dr. H. Masduki, M.Ag.

Keywords: Marketing Management, Institutional Image

This study discusses educational marketing management to create a good image of educational institutions at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto. In modern times, competition in education is very tight, schools as non-profit organizations need to do marketing, marketing education is a form of responsibility to the wider community for educational services that have been, are being and will be carried out.

The focus of this thesis research is (1) How is marketing planning education to create a good image of madrasah at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto (2) How to implement marketing. Education to create a good image of madrasah at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto (3) How to evaluate marketing. education to create a good image of madrasah at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto This research is a qualitative research, taking the background of educational marketing management to create a good image of educational institutions at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto.

The data sources were taken from the head of the madrasa, the vice head of student affairs, and the deputy head of public relations. Data collection is done by conducting observations, interviews, and documentation. Data analysis uses data condensation, data presentation, and drawing conclusions. Checking the validity of the data includes a credibility test by triangulation. The results of this study include: (1) marketing planning. education to create a good image of madrasah at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto a) education marketing formulation meeting conducted at the beginning of the year, b) formulating and implementing the vision, mission, and objectives of the madrasa (2) marketing implementation. education to create a good image of madrasah at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto, namely a) the existence of a promotion team and media promotion, b) promotion shows superior programs, c) the implementation of education marketing before the turn of the semester, d) the existence of education marketing financing e) the existence of financing for prospective students. (3) evaluation of education marketing to create a good image of madrasah at MTs An-Nahdliyah Sooko Mojokerto are a) holding an evaluation meeting, b) evaluation discussing educational marketing constraints that have not been implemented, c) evaluation using a model of improvement and development of programs that have been implemented.

ملخص

رسالة بعنوان "إدارة التسويق التربوي لتكوين صورة جيدة للمؤسسات التعليمية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو" ، كتبها نور العواليه ، نيم ١٢٢٠٧١٨٣٠٢٣ ، قسم إدارة التربية الإسلامية ، كلية التربية وتدريب المعلمين ، سيد علي رحمة الله جامعة الدولة الإسلامية تولونجاونج بقيادة در ماصدوقي الماجستير .

الكلمات المفتاحية : إدارة التسويق ، الصورة المؤسسية

تناقش هذه الدراسة إدارة التسويق التربوي لتكوين صورة جيدة للمؤسسات التعليمية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو. في العصر الحديث ، المنافسة في التعليم ضيقة للغاية ، والمدارس كمنظمات غير ربحية تحتاج إلى القيام بالتسويق ، والتعليم التسويقي هو شكل من أشكال المسؤولية تجاه المجتمع الأوسع للخدمات التعليمية التي تم تنفيذها وسيتم تنفيذها وسيتم تنفيذها.

محور بحث الأطروحة هو (١) كيف يتم التخطيط للتسويق. التعليم لإنشاء صورة جيدة للمدارس الدينية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو (٢) كيفية تنفيذ التسويق. التعليم لإنشاء صورة جيدة للمدارس الدينية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو (٣) كيفية تقييم التسويق والتعليم لإنشاء صورة جيدة للمدارس في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو.

هذا البحث هو بحث نوعي ، يأخذ خلفية إدارة التسويق التربوي لخلق صورة جيدة للمؤسسات التعليمية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو. مصادر البيانات مأخوذة من رئيس المدرسة ونائب رئيس شؤون الطلاب ونائب رئيس العلاقات العامة. يتم جمع البيانات عن طريق إجراء الملاحظات والمقابلات والتوثيق. يستخدم تحليل البيانات تكثيف البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. التحقق من صحة البيانات يتضمن اختبار المصادقية عن طريق التثليث.

وتشمل نتائج هذه الدراسة ما يلي: (١) التخطيط التسويقي. التعليم لخلق صورة جيدة للمدارس الدينية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو أ) اجتماع صياغة التسويق التعليمي الذي عقد في بداية العام ، ب) صياغة وتنفيذ رؤية ورسالة وأهداف المدرسة (٢) تنفيذ التسويق. التعليم لخلق صورة جيدة للمدارس الدينية في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو ، أي: أ) وجود فريق ترويج وترويج إعلامي ، ب) عروض ترويجية لبرامج متفوقة ،

ج) تنفيذ تسويق تعليمي قبل نهاية الفصل الدراسي ، د) وجود تمويل تسويقي تعليمي هـ) وجود تمويل للطلاب المحتملين. (٣) تقييم التسويق التعليمي لخلق صورة جيدة للمدرسة في مدارس النهضة سوكو موجوكيرتو: أ) عقد اجتماع تقييمي ، ب) تقييم يناقش قيود التسويق التعليمي التي لم يتم تنفيذها ، ج) التقييم باستخدام نموذج للتحسين وتطوير البرامج التي تم تنفيذها.