

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Islam 1 Durenan" di tulis oleh Cici Sinta Widiasari, NIM 12207193078. Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Sukarji, M. Pd.

### **Kata Kunci: Strategi Pemasaran Pendidikan, Penerimaan Peserta Didik Baru**

Penelitian ini dilakukan di SMK Islam 1 Durenan mengingat sekolah ini memiliki keunggulan dan banyak pilihan bidang keahlian yang memiliki mitra kerja dari berbagai industri. Selain itu sekolah memiliki strategi pemasaran pendidikan yang berkualitas setiap tahunnya untuk memikat para calon peserta didik baru sehingga dapat meningkatkan penerimaan peserta didik baru.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Bagaimana formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru. (2) Bagaimana implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru. (3) Bagaimana evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru. (4) Bagaimana tindak lanjut pemasaran dalam penerimaan peserta didik baru.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan penelitian jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif dengan model interaktif yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode, ketekunan pengamatan, serta diskusi teman sejawat.

Hasil penelitian ini meliputi: (1) Formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan PPDB di SMK Islam 1 Durenan dengan: a) Pada rapat awal tahun pelajaran yang dipimpin oleh kepala sekolah, b) Pembentukan tim, c) Penyusunan bahan promosi, d) Menetapkan sasaran/target pemasaran pendidikan. (2) Implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di SMK Islam 1 Durenan dilaksanakan oleh a) Penyebaran menggunakan alat atau media promosi dengan memperlihatkan program unggulan, ciri khas, dan sarana prasarana penunjang proses pembelajaran, b) Pengenalan program-program yang telah diformulasikan, (3) Evaluasi ini tidak hanya dilakukan oleh kepala sekolah dengan diadakannya rapat, evaluasi juga dilakukan oleh setiap tim PPDB dan tenaga pendidik serta tenaga kependidikan agar berjalan secara efektif dan efisien. (4) Tindak lanjut yang dilakukan diantaranya yaitu promosi dan sosialisasi. Dikarenakan daya saingnya masih berstandartkan sekolah swasta, seleksi penerimaan peserta didik baru semuanya diterima selama masih memenuhi persyaratan. Hasil pelaksanaan dari strategi pemasaran di SMK Islam 1 Durenan sudah berjalan dengan baik serta mengalami peningkatan yang signifikan.

## **ABSTRACT**

The thesis entitled "Educational Marketing Strategy in Increasing New Student Acceptance at Islamic Vocational School 1 Durenan" was written by Cici Sinta Widiyasari, NIM 12207193078. Department of Islamic Education Management, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, who was mentored by Dr. Sukarji, M.Pd.

### **Keywords: Education Marketing Strategy, Acceptance of New Students**

This research was conducted at SMK Islam 1 Durenan considering that this school has advantages and many choices of areas of expertise that have partners from various industries. In addition, the school has a quality education marketing strategy every year to attract prospective new students so that they can increase the acceptance of new students.

The focus of this research is: (1) How is the formulation of educational marketing in increasing the acceptance of new students. (2) How is the implementation of educational marketing in increasing the acceptance of new students. (3) How is the evaluation of educational marketing in increasing the acceptance of new students. (4) What is the marketing follow-up in accepting new students.

This study used a qualitative approach with a descriptive research design. Data collection techniques using participatory observation, in-depth interviews, and documentation. The analysis technique used is using qualitative data analysis with an interactive model, namely data condensation, data presentation, and drawing conclusions or verification. Checking the validity of the data using triangulation of sources and methods, persistence of observations, and peer discussions.

The results of this study include: (1) Formulation of educational marketing in increasing PPDB at Islamic Vocational School 1 Durenan by: a) At the beginning of the school year meeting led by the school principal, b) Forming a team, c) Preparation of promotional materials, d) Setting targets/ educational marketing targets. (2) Implementation of educational marketing in increasing the acceptance of new students at Islamic Vocational School 1 Durenan is carried out by a) Dissemination using promotional tools or media by showing superior programs, characteristics, and infrastructure supporting the learning process, b) Introduction of programs that have been formulated, (3) This evaluation is not only carried out by the principal by holding a meeting, evaluation is also carried out by each PPDB team and educators and education staff so that it runs effectively and efficiently. (4) Follow-up actions include promotion and outreach. Because the competitiveness is still standardized with private schools, the selection of new student admissions is all accepted as long as they meet the requirements. The results of the implementation of the marketing strategy at Islamic Vocational School 1 Durenan have gone well and experienced a significant increase.

## خلاصة

رسالة بعنوان "استراتيجية التسويق التربوي في زيادة قبول الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية المهنية قسم إدارة التربية الإسلامية، الإسلامية الأولى دوران" بقلم جيجي شينتا ودياساري ، نيم ٠٧١٩٣٠٧٨ . كلية التربية وتدريب المعلمين ، جامعة الدولة الإسلامية سيد علي رحمة الله تولونجانونج ، بإرشاد د. سكرجي ، ماجستير في التربي

### الكلمات المفتاحية: إستراتيجية تسويق التعليم ، قبول الطلاب الجدد

تم إجراء هذا البحث في مدرسة دورينان الثانوية المهنية الإسلامية ، مع الأخذ في الاعتبار أن هذه المدرسة لديها مزايا وخيارات عديدة لمجالات الخبرة التي لديها شركاء من مختلف الصناعات. بالإضافة إلى ذلك ، لدى المدرسة استراتيجية تسويق تعليمية عالية الجودة كل عام لجذب الطلاب الجدد المحتملين حتى يتمكنوا من زيادة قبول الطلاب الجدد .

يركز هذا البحث على: (١) كيف يتم صياغة التسويق التربوي في زيادة قبول الطلاب الجدد. (٢) كيف يتم تنفيذ التسويق التربوي في زيادة قبول الطلاب الجدد. (٣) كيف يتم تقييم التسويق التربوي في زيادة قبول الطلاب الجدد. (٤) ما هي المتابعة التسويقية في قبول الطلاب الجدد.

استخدمت هذه الدراسة نهجا نوعيا مع تصميم بحث وصفي. تقنيات جمع البيانات باستخدام الملاحظة التشاركية والمقابلات المتعمقة والتوثيق. تستخدم تقنية التحليل المستخدمة تحليل البيانات النوعية مع نموذج تفاعلي ، أي تكثيف البيانات ، وعرض البيانات ، واستخلاص النتائج أو التحقق. التحقق من صحة البيانات تتضمن باستخدام تثليث المصادر والطرق ، واستمرار الملاحظات ، ومناقشات الأقران .

نتائج هذه الدراسة تشمل (١) صياغة تسويقية تعليمية في زيادة قبول الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية المهنية الإسلامية الأولى دورينان من خلال: أ) اجتماع في بداية العام الدراسي بقيادة مدير المدرسة ، ب) بناء الفريق ، ج) إعداد المواد الترويجية ، د) تحديد أهداف / أهداف التسويق التعليمية. (٢) يتم تنفيذ التسويق التربوي في زيادة قبول الطلاب الجدد في المدرسة الثانوية المهنية الإسلامية وان دوران من خلال أ) النشر باستخدام أدوات أو وسائل ترويجية من خلال إظهار البرامج المتميزة والخصائص والبنية التحتية الداعمة لعملية التعلم ، ب) إدخال البرامج التي تمت صياغتها ، (٣) لا يتم تنفيذ هذا التقييم من قبل المعلمين قبول الطلاب الجدد المدير فقط من خلال عقد اجتماع ، بل يتم أيضاً إجراء التقييم من قبل كل فريق وموظفي التعليم بحيث يتم تشغيله بفعالية وكفاءة. (٤) نتائج التخطيط الذي تم تشكيله ، ويتم التنفيذ من خلال تضمين الترويج والتوعية. لأن قدرتها التنافسية لا تزال موحدة مع المدارس الخاصة ، حيث يتم قبول جميع المدارس الخاصة في وقت الاختيار لقبول الطلاب الجدد طالما أنها تفي بالمتطلبات. يمكن أن نستنتج أن نتائج تنفيذ استراتيجية التسويق في المدرسة الثانوية المهنية الإسلامية الأولى دورينان تسير على ما يرام. ومن البيانات المتعلقة بعدد الطلاب المقبولين الجدد من السنوات الثلاث الماضية ، كانت هناك زيادة كبيرة