

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang” ini ditulis oleh Nike Gandini dengan NIM 126207201016, pembimbing Dr. Chusnul Chotimah, M.Ag

**Kata Kunci :** Pemasaran Pendidikan, Citra Lembaga

Strategi pemasaran memiliki peran yang penting dalam pengelolaan madrasah. Strategi pemasaran akan menghantarkan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang besar sebagaimana yang diharapkan melalui proses formulas, Implementasi dan evaluasi secara berkala. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang relevan dengan zamannya.

Tujuan penelitian ini untuk (1) Mengetahui formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang (2) Mengetahui implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang (3) Mengetahui evaluasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah study kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, kondensasi data, penyusunan data dan penarikan kesimpulan penyajian data dan penarikan kesimpulan. sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan perpanjangan keikutsertaan, keteun triangulasi teknik, menggunakan bahan referensi dan melakukan *membercheck*

Hasil penelitian ini menemukan bahwa (1) Formulasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang meliputi penetapan tujuan, identifikasi keinginan konsumen, pengembangan program unggulan, serta penentuan strategi peningkatan citra lembaga. Proses ini dilakukan melalui rapat tahunan yang dipimpin langsung oleh kepala sekolah untuk menyusun visi misi, dan tujuan yang jelas, guna memastikan strategi yang tepat dan efektif. (2) Implementasi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra lembaga di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang dilaksanakan secara holistik, dengan melibatkan seluruh warga sekolah, termasuk kepala sekolah sebagai pemimpin, waka, guru, dan tenaga pendidkan, meskipun sudah ada tim khusus yang bertanggung jawab. Pelaksanaan ini menggunakan media promosi untuk mengenalkan program unggulan, ciri khas lembaga, biaya, dan lokasi strategis. (3) Evaluasi pemasaran pendidikan di MAS Hasyim Asy’ari Jogoroto Jombang dilakukan setiap semester dan pada rapat tahunan yang dihadiri oleh seluruh guru, komite, staf, dan dipimpin oleh kepala sekolah. dalam evaluasi ini, semua pihak melaporkan hasil kerja serta keluhan yang dialami selama implemntasi, yang kemudian didiskusikan untuk menemukan

solusi guna meminimalisir kegagalan dimasa depan. Selain itu madrasah ini menggunakan model perbaikan dan penambahan program sebagai upaya untuk meningkatkan citra lembaga.

## ABSTRACT

The thesis with the title "Education Marketing Strategy in Improving the Image of Institutions at MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang" was written by Nike Gandini with NIM 126207201016, supervisor Dr. Chusnul Chotimah, M.Ag

Keywords: Education Marketing, Institutional Image

Marketing strategy has an important role in madrasa management. The marketing strategy will deliver the madrasah as a large educational institution as expected through a process of formulation, implementation and regular evaluation. Therefore, a marketing strategy that is relevant to the times is needed.

The purpose of this research is to (1) Find out the formulation of educational marketing in improving the image of institutions at MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang (2) Knowing the implementation of educational marketing in improving the image of institutions at MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang (3) Knowing the evaluation of educational marketing in improving the image of institutions at MAs Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang.

The approach used in this research is a qualitative descriptive approach. The type of research used in this research is a case study. Data collection techniques use observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data collection, data condensation, data preparation and drawing conclusions, presenting data and drawing conclusions. while checking the validity of the data using extended participation, thorough triangulation techniques, using reference materials and carrying out member checks.

The results of this research found that (1) The formulation of educational marketing in improving the image of the institution at MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang includes setting goals, identifying consumer desires, developing superior programs, and determining strategies for improving the institution's image. This process is carried out through annual meetings chaired directly by the school principal to develop a clear vision, mission and goals, to ensure appropriate and effective strategies. (2) The implementation of educational marketing in improving the image of the institution at MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang is carried out holistically, involving all school members, including the principal as leader, deputy head, teachers and educational staff, even though there is already a special team responsible . This implementation uses promotional media to introduce superior programs, institutional characteristics, costs and strategic locations. (3) Evaluation of education marketing at MAS Hasyim Asy'ari Jogoroto Jombang is carried out every semester and at the annual meeting which is attended by all teachers, committees, staff, and chaired by the school

principal. In this evaluation, all parties report work results and complaints experienced during implementation, which are then discussed to find solutions to minimize future failures. Apart from that, this madarasah uses a model of improving and adding programs as an effort to improve the image of the institution.

## المخلص

أطروحة بعنوان "استراتيجية التسويق التربوي في تحسين صورة المؤسسات في ماس هاسيم أسياي جوجوروتو جومبانج" كتبها نايك جانديني مع نيم ١٦٠١٠١٦٠٧٢٠١٢٦٢، المستشار الدكتور تشوسنول شوتيماه، ماجستير في الدين

كلمات البحث: التعليم والتسويق، صورة المؤسسة

استراتيجية التسويق لها دور مهم في إدارة المدرسة. سوف استراتيجية التسويق تسليم المدرسة كمؤسسة تعليمية كبيرة كما هو متوقع من خلال عملية الصيغ والتنفيذ والتقييم على أساس منتظم. لذلك، هناك حاجة إلى استراتيجية تسويقية ذات صلة بالعصر.

تهدف هذه الدراسة إلى (١) تحديد صياغة التسويق التربوي في تحسين صورة المؤسسات في ماس هاسيم أسياي جوجوروتو جومبانج (٢) معرفة تنفيذ التسويق التربوي في تحسين صورة المؤسسات في ماس حسيم الأشعري جوجوروتو جومبانج (٣) معرفة تقييم التسويق التربوي في تحسين صورة المؤسسات في ماس حسيم الأشعري جوجوروتو جومبانج.

النهج المستخدم في هذه الدراسة هو نهج وصفي نوعي. نوع البحث المستخدم في هذه الدراسة هو دراسة حالة. تقنيات جمع البيانات باستخدام الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تقنيات تحليل البيانات باستخدام جمع البيانات وتكثيف البيانات وإعداد البيانات والاستنتاج بيانات واستنتاجات بياجان. أثناء التحقق من صحة البيانات باستخدام تمديد المشاركة، تقنيات التثليث كيتونان، باستخدام المواد المرجعية وأداء فحص الأعضاء

وتوصلت نتائج هذه الدراسة إلى أن (١) صياغة التسويق التعليمي في تحسين صورة المؤسسات في ماس هاسيم أسياي جوجوروتو جومبا تتضمن تحديد الأهداف، وتحديد رغبات المستهلكين، وتطوير البرامج المتفوقة، وتحديد استراتيجيات تحسين صورة المؤسسة. وتتم هذه العملية من خلال اجتماعات سنوية يرأسها مدير المدرسة مباشرة لوضع رؤية ورسالة وأهداف واضحة، لضمان استراتيجيات مناسبة وفعالة. (٢) يتم تنفيذ التسويق التعليمي في تحسين صورة المؤسسة في ماس هاسيم أسياي جوجوروتو جومبانج بشكل كلي، بمشاركة جميع أعضاء المدرسة، بما في ذلك مدير المدرسة كقائد ونائب الرئيس والمعلمين والطاقم التعليمي، على الرغم من وجوده بالفعل فريق خاص مسؤول. يستخدم هذا التنفيذ الوسائط الترويجية لتقديم برامج متفوقة وخصائص مؤسسية وتكاليف ومواقع استراتيجية. (٣) يتم تقييم التسويق التعليمي في

ماس هاسيم أسيارى جوجوروتو جومبانج فى كل فصل دراسى وفى الاجتماع السنوى الذى يحضره جمىع المعلمىن واللجان والموظفىن وىرأسه مدىر المدرسة. فى هذا التقىىم، تقوم جمىع الأطراف بالإبلاغ عن نئائج العمل والشكاوى التى تمئ مواجهئها أثناء التنفىذ، والتى تم مناقشئها بعد ذلك لإىجاد حلول لتقلىل حالات الفشل المئقبلىة. وبعىدًا عن ذلك، تستخد م هذه المدرسة نموذجًا لتحسنىن وإضافة البرامج كمحاولة لتحسنىن صورة المؤسسة