

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik di SMKN 2 Tulungagung*” ditulis oleh Siti Nurkholifah, NIM. 126207201024. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. H. Imam Junaris, S.Ag., M.H.I

Kata Kunci: Manajemen, Pemasaran Pendidikan, Kuantitas Peserta Didik

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena pada manajemen pemasaran pendidikan di SMKN 2 Tulungagung dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru. Lokasi lembaga pendidikan ini terletak di tengah persawahan sebuah desa akan tetapi kuantitas peserta didik barunya terus meningkat di setiap tahun. Hal ini menjelaskan bahwa lembaga tersebut telah berhasil melaksanakan manajemen pemasaran pendidikan dengan maksimal. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana perencanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung? (2) Bagaimana pelaksanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung? (3) Bagaimana pengawasan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung?. Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mendeskripsikan perencanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung (2) Untuk mendeskripsikan pelaksanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung (3) Untuk mendeskripsikan pengawasan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru di SMKN 2 Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari sumber data diantaranya wakil kepala sekolah bidang humas, wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, kepala tata usaha, dan peserta didik. Teknik analisis data yang digunakan yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah sebagai berikut: 1) Perencanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru dilakukan dengan musyawarah melalui rapat yang merumuskan strategi dan target pemasaran; 2) Pelaksanaan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru dilakukan baik secara langsung dengan menyelenggarakan *edu fair* maupun tidak langsung dengan menggunakan sosial media berupa youtube dan instagram; 3) Pengawasan pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik baru dilaksanakan secara berkelanjutan dimana hasil dari setiap pengawasan akan digunakan sebagai bahan acuan atau pertimbangan untuk kedepannya.

ABSTRACT

The thesis entitled "*Education Marketing Management in Increasing the Quantity of Students at SMKN 2 Tulungagung*" was written by Siti Nurkholifah, NIM. 126207201024. Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training Sciences, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, Supervisor Dr. H. Imam Junaris, S.Ag., M.H.I

Keywords: management, education marketing, quantity of learners

This research was motivated by the phenomenon of education marketing management at SMKN 2 Tulungagung in increasing the quantity of new students. The location of this educational institution is located in the middle of a village's rice fields, but the quantity of new students continues to increase every year. This explains that the institution has succeeded in carrying out educational marketing management to the maximum. So that researchers are interested in raising the theme of educational marketing management research in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung.

The focus of this research is (1) How is education marketing planning in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung? (2) How is the implementation of education marketing in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung? (3) How is the supervision of education marketing in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung? The objectives of this study are (1) To describe the education marketing planning in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung (2) To describe the implementation of educational marketing in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung (3) To describe the supervision of education marketing in increasing the quantity of new students at SMKN 2 Tulungagung.

This study used a descriptive qualitative approach. Data collection techniques use observation, interviews, and documentation obtained from data sources including vice principals for public relations, vice principals for student affairs, heads of administration, and students. The data analysis techniques used are data collection, data condensation, data presentation, and conclusions.

The results of the research obtained are as follows: 1) Education marketing planning in increasing the quantity of new students is carried out by deliberation through meetings that formulate marketing strategies and targets; 2) The implementation of educational marketing in increasing the quantity of new students is carried out both directly by organizing *edu fairs* and indirectly by using social media in the form of YouTube and Instagram; 3) Supervision of education marketing in increasing the quantity of new students is carried out on an ongoing basis where the results of each supervision will be used as reference material or consideration for the future.

