

ABSTRAK

Dengan judul skripsi “Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Pemasaran Jasa Pendidikan di MTsN 4 Blitar”. Penelitian ini ditulis oleh Dian Nor EfitaSari, NIM 126207202046, Program Studi Manajemen Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Kata Kunci: Strategi Kepala Madrasah, Pemasaran Pendidikan.

Pemasaran pendidikan merupakan suatu proses transaksi yang dilakukan di suatu lembaga pendidikan dengan menawarkan pelayanan dan jasa kepada konsumen. Sebelum memberikan pelayanan kepada pelanggan eksternal, kepala madrasah terlebih dahulu harus memuaskan pelanggan jasa internalnya dengan membina hubungan yang baik kepada para pelanggan internal. Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 4 Blitar, minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di madrasah tersebut dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Fokus penelitian skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana strategi kepala madrasah dalam membangun citra lembaga di MTsN 4 Blitar?, 2) Bagaimana strategi kepala madrasah dalam penggunaan teknologi pemasaran jasa pendidikan di MTsN 4 Blitar?, 3) Bagaimana strategi kepala madrasah dalam meningkatkan sumber daya madrasah di MTsN 4 Blitar?.

Penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif. Sumber data yang diperoleh terdapat dua jenis, yang pertama bersumber dari manusia (diperoleh melalui kepala madrasah, waka humas, waka kesiswaan, dan guru wali kelas), dan kedua dari non manusia (berisi catatan dan foto hasil observasi). Metode pengumpulan datanya melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari lapangan kemudian disusun (dirangkum, dipilih hal-hal pokoknya), penyajian data (mendeskripsikan data dengan singkat yang berbentuk teks naratif) dan ditarik kesimpulannya.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: (1) strategi kepala madrasah dalam membangun citra lembaga di MTsN 4 Blitar diantaranya: kepala madrasah melakukan branding identitas, nilai, karakteristik, prestasi dan melakukan promosi tentang mutu dan produk madrasah kepada khalayak umum. (2) Strategi kepala madrasah dalam penggunaan teknologi pemasaran jasa pendidikan di MTsN 4 Blitar diantaranya: menggunakan media sosial berbasis internet atau bisa disebut *Digital Marketing*. (3) Strategi kepala madrasah dalam meningkatkan sumber daya madrasah di MTsN 4 Blitar diantaranya: mengikutsertakan guru dan karyawan dalam pelatihan dan pengembangan karir serta memberikan *reward* atau *punishment* kepada pendidik guna memotivasi untuk bersemangat kerja.

ABSTRACT

With the thesis title "Madrasah Head Strategy in Marketing Education Services at MTsN 4 Blitar". This research was written by Dian Nor EfitaSari, NIM 126207202046, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Keywords: Madrasah Principal Strategy, Education Marketing.

Educational marketing is a transaction process carried out in an educational institution by offering services and services to consumers. Before providing services to external customers, the madrasa head must first satisfy his internal service customers by building good relationships with internal customers. At Madrasah Tsanawiyah Negeri 4 Blitar, the community's interest in sending their children to school at the madrasah is increasing from year to year.

The focus of this thesis research is: 1) What is the strategy of the head of the madrasah in building the image of the institution at MTsN 4 Blitar?, 2) What is the strategy of the head of the madrasah in using marketing technology for educational services at MTsN 4 Blitar?, 3) What is the strategy of the head of the madrasah in increasing resources madrasa at MTsN 4 Blitar?

This research is a qualitative research method. There are two types of data sources obtained, the first comes from humans (obtained through the head of the madrasah, head of public relations, head of student affairs, and homeroom teacher), and the second comes from non-humans (containing notes and photos resulting from observations). The data collection method is through interviews, observation and documentation. The data obtained from the field is then compiled (summarized, selecting the main points), presenting the data (describing the data briefly in the form of narrative text) and conclusions are drawn.

The results of the research show that: (1) the madrasah head's strategy in building the image of the institution at MTsN 4 Blitar includes: the madrasah head branding identity, values, characteristics, achievements and promoting the quality and products of the madrasah to the general public. (2) The madrasah head's strategy in using marketing technology for educational services at MTsN 4 Blitar includes: using internet-based social media or what can be called Digital Marketing. (3) The madrasa head's strategy in increasing madrasa resources at MTsN 4 Blitar includes: involving teachers and employees in training and career development and providing rewards or punishment to educators to motivate them to be enthusiastic about working.

خلاصة

البحث العلمي بعنوان " استراتيجية رئيس المدرسة في خدمات تعليم التسويق في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار " كتبها ديان نور أفيتا ساري. برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية والعلوم التعليمية. جامعة الإسلامية الحكومية تولونج أجونج، بالمشرفة الحاجة حسن الخاتمة، الماجستير

الكلمات المفتاحية: رئيس استراتيجية المدرسة، تسويق التعليم.

كان الدافع وراء هذا البحث العلي هو استراتيجية رئيس المدرسة التي يمكن أن تجذب اهتمام الأشخاص الذين يرغبون في تعليم أطفالهم في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار. أي رئيس مدرسة لديه استراتيجية دقيقة في عملية تسويق التعليم. بحيث يؤثر على استجابة المجتمع لهذه المدرسة.

محور بحث هذه الأطروحة هو: (١) ما هي استراتيجية رئيس المدرسة في بناء صورة المؤسسة في في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار؟، (٢) ما هي استراتيجية رئيس المدرسة في استخدام تكنولوجيا التسويق للخدمات التعليمية في في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار؟، (٣) ما هي استراتيجية رئيس المدرسة في زيادة موارد المدرسة في في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار؟

هذا البحث هو منهج بحث نوعي. هناك نوعان من مصادر البيانات، الأول مصدره البشر (يتم الحصول عليه من خلال رئيس المدرسة، والعلاقات العامة واکا، واکا كيسيوان، ومعلمي الفصول المنزلية)، والثاني من غير البشر (يحتوي على ملاحظات وصور للملاحظات). طريقة جمع البيانات هي من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق. ثم يتم تجميع البيانات التي تم الحصول عليها من الحقل (تلخيصها، واختيار الأشياء الرئيسية)، وتقديم البيانات (وصف البيانات لفترة وجيزة في شكل نص سردي) وتم استخلاص الاستنتاجات.

أظهرت نتائج بحثه أن: (١) استراتيجيات رئيس المدرسة في بناء صورة المؤسسة في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار، تشمل: هوية العلامة التجارية للمدرسة وقيمها وخصائصها وإنجازاتها وتعزيز جودة ومنتجات المدرسة لعامة الناس. (٢) تتضمن استراتيجية رئيس المدرسة في استخدام تكنولوجيا تسويق الخدمات التعليمية في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي القائمة على الإنترنت أو يمكن تسميتها بالتسويق الرقمي. (٣) تشمل استراتيجيات رئيس المدرسة في زيادة موارد المدرسة في المدرسة الثناوية الإسلامية الحكومية ٤ بليتار ما يلي: إشراك المعلمين والموظفين في التدريب والتطوير الوظيفي وتقديم مكافآت أو عقوبات للمعلمين لتحفيزهم على التمسك للعمل.

