

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di MTsN 4 Tulungagung”. Ditulis oleh Khofifatul Afidah, NIM. 126207203112, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, di bimbing oleh Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Lembaga Pendidikan, Minat Masyarakat

Dalam arus globalisasi ini sangat berdampak dalam persaingan pada kualitas dan juga mutu pendidikan, oleh karena itu pendidikan dituntut untuk mampu mengimbangi kemajuan zaman yang semakin pesat. Lembaga pendidikan memerlukan pemasaran untuk memenangkan kompetisi dengan lembaga pendidikan lainnya. Pemasaran pendidikan diperlukan untuk menunjukkan eksistensi sekolah agar tidak ditinggalkan oleh pelanggan pendidikan. Oleh sebab itu strategi pemasaran lembaga pendidikan harus tetap dilakukan agar selalu menarik minat masyarakat sekitar dan membuat reputasi yang baik untuk lembaga pendidikan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana program-program yang ditawarkan lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MTsN 4 Tulungagung?; (2) Bagaimana capaian-capaian yang dilakukan lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MTsN 4 Tulungagung?; (3) Bagaimana bukti fisik lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat di MTsN 4 Tulungagung?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Jenis penelitian ini yakni mengamati fenomena atau kejadian di lapangan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh oleh sumber data diantaranya adalah Kepala madrasah, WAKA humas, wali murid dan siswa. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis data kualitatif dengan proses pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah sebagai berikut: (1) Program-program yang ditawarkan lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat menonjolkan dalam bidang keagamaan karena madrasah dibawah naungan kementerian agama, namun madrasah juga bekerja sama dengan lintas sektoral agar tujuan pendidikan berjalan dengan lancar. (2) Capaian-capaian yang dilakukan lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat, pencapaian yang dilakukan lembaga pendidikan untuk upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan cara memaksimalkan kegiatan ekstra dan intra bagi siswa nya, selain itu juga para pendidik juga dibekali dengan program pelatihan, hal tersebut untuk mencapai madrasah unggul. (3) Bukti fisik lembaga pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat, sarana prasarana cukup memadai sesuai dengan standar operasional pendidikan, setiap kelas tidak ada perbedaan fasilitas semuanya.

ABSTRACT

Title: "Marketing Strategies of Educational Institutions in Increasing Public Interest at MTsN 4 Tulungagung". Written by Khofifatul Afidah, Student ID. 126207203112, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Keywords: Marketing Strategies, Educational Institutions, Public Interest

In this era of globalization, the competition in the quality and standards of education has become increasingly intense. Therefore, educational institutions are required to keep pace with the rapid advancements of the times. Educational institutions need marketing strategies to win the competition against other educational institutions. Educational marketing is necessary to demonstrate the school's existence so that it is not abandoned by its educational customers. Consequently, marketing strategies for educational institutions must be continuously implemented to always attract public interest and build a good reputation for the educational institution.

The focus of this research thesis is: (1) What programs are offered by the educational institution to increase public interest in MTsN 4 Tulungagung?; (2) What achievements has the educational institution accomplished to increase public interest in MTsN 4 Tulungagung?; (3) What physical evidence does the educational institution have to increase public interest in MTsN 4 Tulungagung?.

This research uses a descriptive qualitative approach. This type of research involves observing phenomena or events in the field. Data collection techniques include in-depth interviews, observations, and documentation obtained from data sources such as the head of the madrasah, the vice-principal of public relations, parents, and students. The data analysis technique employs qualitative data analysis, involving data collection, data condensation, data presentation, and conclusion drawing. The research findings are as follows: 1) The programs offered by the educational institution to increase public interest prominently focus on religious education due to the madrasah being under the auspices of the Ministry of Religious Affairs. However, the madrasah also collaborates with cross-sectoral entities to ensure the smooth implementation of educational goals. 2) The achievements of the educational institution in increasing public interest involve efforts to enhance the quality of human resources by maximizing extracurricular and intracurricular activities for its students. Additionally, educators are equipped with training programs to achieve excellence in madrasah education. 3) The physical evidence of the educational institution in increasing public interest includes adequately equipped facilities in accordance with educational operational standards. There are no discrepancies in facilities among classrooms; all are equally equipped.

ملخص

البحث العلمي تحت الموضوع "استراتيجية تسويق المؤسسات التعليمية في زيادة اهتمام الجمهور في المدرسة المتوسطة الاسلامية الحكومية 4 تولونج اجونج" التي قد كتبتة خفيفة العفيدة, رقم القيد 126207203112, برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية والعلوم التعليمية، جامعة الاسلامية الحكومية السيد علي رحمة الله تولونج أجونج، الذي تشرف الكرام دكتور الحاجة حسن الخاتمة الماجستير.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية التسويق، المؤسسات التعليمية، المصلحة العامة
في ظل تيار العولمة هذا يؤثر بشكل كبير على المنافسة في جودة التعليم ونوعيته، وبالتالي فإن التعليم مطلوب لمواكبة التقدم السريع للعصر. تحتاج المؤسسات التعليمية إلى التسويق لكسب المنافسة مع المؤسسات التعليمية الأخرى. فالتسويق التعليمي مطلوب لإظهار وجود المؤسسات التعليمية حتى لا يتخلى عنها عملاء التعليم. لذلك يجب تنفيذ الاستراتيجية التسويقية للمؤسسات التعليمية بحيث تجذب دائماً اهتمام المجتمع المحيط بها وتصنع سمعة جيدة للمؤسسات التعليمية.
مسائل هذا البحث على: (1) كيف تكون البرامج التي تقدمها المؤسسات التعليمية في زيادة اهتمام الجمهور في المدرسة المتوسطة الاسلامية الحكومية 4 تولونج اجونج ؟ (2) كيف تكون الإنجازات التي حققتها المؤسسات التعليمية في زيادة اهتمام الجمهور في المدرسة المتوسطة الاسلامية الحكومية 4 تولونج اجونج ؟ (3) كيف تكون الأدلة المادية للمؤسسات التعليمية في زيادة اهتمام الجمهور في المدرسة المتوسطة الاسلامية الحكومية 4 تولونج اجونج ؟

يستخدم هذا البحث منهجاً وصفيّاً نوعياً. هذا النوع من البحوث هو رصد الظواهر أو الأحداث في الميدان. تقنيات جمع البيانات باستخدام المقابلات المتعمقة والملاحظة والتوثيق التي تم الحصول عليها من مصادر البيانات بما في ذلك مدير المدرسة، والعلاقات العامة في الوكالة، وأولياء أمور الطلبة والطلاب. تقنيات تحليل البيانات باستخدام تحليل البيانات النوعية مع عملية جمع البيانات وتكثيف البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

و نتائج البحث التي تم الحصول هي: (1) أن البرامج التي تقدمها المؤسسات التعليمية في زيادة اهتمام المجتمع تبرز في المجال الديني لأن المدرسة الدينية تحت رعاية وزارة الشؤون الدينية، ولكن المدرسة الدينية تتعاون مع القطاعات الأخرى حتى تسير الأهداف التعليمية بسلاسة .
(2) الإنجازات التي حققتها المؤسسات التعليمية في زيادة الاهتمام بالمصلحة العامة، والإنجازات التي حققتها المؤسسات التعليمية في تحسين نوعية الموارد البشرية من خلال تعظيم الأنشطة الإضافية. والداخلية لطلابها، كما أن المربين مزودون ببرامج تدريبية أيضاً، وهذا لتحقيق مدرسة متفوقة (3) الشواهد المادية للمؤسسات التعليمية في زيادة الاهتمام المجتمعي، والبنية التحتية الملائمة وفق المعايير التشغيلية التعليمية، ولا فرق بين فصل وآخر في المرافق، فكلها متشابهة.