

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Menarik Minat Siswa Baru di MIN 8 Blitar” ini ditulis oleh Sifa'ul Mahmudah, NIM 126207203103, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Universitas Islam Negeri (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Hj. Luk-Luk Nur Mufidah, M.Pd.I.

**Kata kunci :** *Strategi Pemasaran, Pemasaran, Jasa Pendidikan.*

Pemasaran, dalam dunia pendidikan tentunya tidak asing lagi, di era sekarang hampir setiap lembaga pendidikan melakukan kegiatan pemasaran atau marketing pendidikan. Setiap lembaga pendidikan saling berusaha untuk menunjukkan bahwa lembaganya bisa lebih unggul dan menonjol, tujuan utamanya untuk menarik minat para calon siswa yang menonjol dan baik untuk bergabung dan memenuhi target kuota pendaftaran siswa baru. Bukan hanya tentang memperoleh siswa baru saja tetapi juga untuk membuktikan dan mempertahankan reputasinya sebagai penyedia jasa pendidikan yang berkualitas dan unggul. Pemasaran yang baik membutuhkan strategi yang terkelola dan terkonsep dengan matang agar bisa mewujudkan hasil yang diharapkan. Strategi pemasaran pendidikan memiliki posisi yang sangat penting karena dunia saat ini telah memasuki zaman globalisasi, pada zaman ini semua serba maju dan canggih yang menyebabkan iklim kompetitif sudah memasuki semua lini kehidupan. Pemasaran pendidikan berguna sebagai suatu langkah dalam mengimbangi posisi pendidikan di era persaingan global. Tujuan dari pemasaran di suatu lembaga pendidikan adalah untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk-produk sekolah meningkatkan minat, untuk membantu sekolah agar tetap eksis dan jumlah pelanggannya yang semakin meningkat.

Tujuan penelitian ini yakni : 1) Untuk mendeskripsikan produk yang ditawarkan dalam menarik minat siswa baru di MIN 8 Blitar, 2) Untuk mendeskripsikan promosi yang dilakukan dalam menarik minat siswa baru di MIN 8 Blitar, 3) Untuk mendeskripsikan keadaan tempat (place) dalam menarik minat siswa baru di MIN 8 Blitar.

Jenis atau Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data informan, tempat dan dokumen. Analisis data reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Penelitian ini lakukan pengecekan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Produk yang ditawarkan oleh MIN 8 Blitar dalam menarik minat siswa baru menawarkan produk jasa berupa reputasi yang bagus, program kegiatan akademik, non-akademik maupun ekstrakurikuler. MIN 8 Blitar menawarkan program yang tidak semua madrasah mempunyai program tersebut,

yaitu program tahfidz dan tpq. Dari semua program tersebut melahirkan prestasi dan lulusan yang berkualitas yang sudah dibekali dengan ilmu agama dan ilmu umum. (2) Promosi dilakukan oleh MIN 8 Blitar dalam menarik minat siswa baru yaitu dengan menggunakan media cetak dan media sosial. Media cetak yang digunakan berupa banner yang dipasang di pinggir jalanan dan menyebar pamflet. Sedangkan untuk promosi menggunakan media sosial MIN 8 Blitar memanfaatkan akun media sosial seperti facebook, instgram, website madrasah dan youtube. Selain itu MIN 8 Blitar juga melakukan promosi dengan kunjungan ke sekolah-sekolah sekitar madrasah. (3) Place (Tempat/Lokasi) yang ada di MIN 8 Blitar untuk menarik minat siswa baru terletak pada lokasi yang strategis. Akses jalan yang mudah dilalui. Meskipun letak sekolah tidak dekat dengan jalan raya, namun sudah ada papan petunjuk arah sehingga mempermudah para konsumen untuk mencari. MIN 8 Blitar nyaman digunakan ketika pembelajaran berlangsung. Dikarenakan tidak terganggu bisingnya jalan raya, selain itu sekolahnya juga rindang.

## ABSTRACT

This thesis with the title "Educational Marketing Strategy in Attracting New Students at MIN 8 Blitar" was written by Sifa'ul Mahmudah, NIM 126207203103, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, State Islamic University (UIN) Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung , supervised by Dr. Hj. Luk-Luk Nur Mufidah, M.Pd.I.

**Keywords:** *Marketing Strategy, Marketing, Education Services.*

Marketing, in the world of education, is certainly no stranger, in the current era almost every educational institution carries out educational marketing activities. Every educational institution tries to show that its institution can be superior and stand out, the main aim is to attract the interest of prospective and good students to join and meet the new student enrollment quota target. It is not only about acquiring new students but also to prove and maintain its reputation as a provider of quality and superior educational services. Good marketing requires a well-managed and conceptualized strategy in order to realize the expected results. Education marketing strategy has a very important position because the world has now entered an era of globalization, in this era everything is advanced and sophisticated which has caused a competitive climate to enter all walks of life. Education marketing is useful as a step in balancing the position of education in the era of global competition. The aim of marketing in an educational institution is to inform the public about school products to increase interest, to help the school continue to exist and increase the number of customers.

The objectives of this research are 1) To find out the products offered to attract the interest of new students at MIN 8 Blitar, 2) To find out the promotions carried out to attract the interest of new students at MIN 8 Blitar, 3) To find out the condition of the place to attract interest new student at MIN 8 Blitar.

The type or approach of research used is qualitative descriptive research. Data collection methods are interviews, observation and documentation. Sources of informant data, places and documents. Data analysis, data reduction, data presentation, drawing conclusions. This research checks the validity of the data using triangulation of sources and techniques.

The results of this research show that (1) The products offered by MIN 8 Blitar to attract the interest of new students offer service products in the form of a good reputation, academic, non-academic and extracurricular activity programs. MIN 8 Blitar offers programs that not all madrasas have, namely the tahfidz and tpq programs. All these programs produce achievements and quality graduates who are equipped with religious and general knowledge. (2) Promotion is carried out by MIN 8 Blitar to attract

new students, namely by using print media and social media. The print media used is in the form of banners placed on the side of the road and distributing pamphlets. Meanwhile, for promotion using social media, MIN 8 Blitar uses social media accounts such as Facebook, Instagram, websites madrasas and YouTube. Apart from that, MIN 8 Blitar also carries out promotions by visiting schools around the madrasah. (3) The place at MIN 8 Blitar to attract new students is located in a strategic location. Easy road access. Even though the school is not close to the main road, there are directional signs making it easier for consumers to search. MIN 8 Blitar is comfortable to use when learning is taking place. Because the road noise is not disturbed, apart from that the school is also shady.

## ملخص

الأطروحة بعنوان "استراتيجية التسويق التعليمي في جذب الطلاب الجدد في "المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار" كتبها سيف المحمود، عدد الطلاب معرف ١٢٦٢٠٧٢٠٣١٠٣، برنامج دراسة إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج بإشراف د. هج. لوك لوك نور مفيدة، دكتوراه في الطب. الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، التسويق، الخدمات التعليمية.

من المؤكد أن التسويق، في عالم التعليم، ليس غريباً، ففي العصر الحالي تقوم كل مؤسسة تعليمية تقريباً بأنشطة تسويقية تعليمية. تحاول كل مؤسسة تعليمية إظهار أن مؤسستها يمكن أن تكون متفوقة ومتميزة، والهدف الرئيسي هو جذب اهتمام الطلاب المحتملين والجيدين للانضمام وتحقيق الحصص المستهدفة لتسجيل الطلاب الجدد. لا يقتصر الأمر على جذب طلاب جدد فحسب، بل يتعلق أيضاً بإثبات سمعتها والحفاظ عليها كمزود لخدمات تعليمية عالية الجودة ومتفوقة. يتطلب التسويق الجيد استراتيجية جيدة الإدارة ومفهومة من أجل تحقيق النتائج المتوقعة. تتمتع استراتيجية تسويق التعليم بمكانة مهمة للغاية لأن العالم الآن دخل عصر العولمة، ففي هذا العصر كل شيء متقدم ومتطور مما أحدث منافسةً لدخول جميع مناحي الحياة. يعد التسويق التعليمي مفيداً كخطوة في موازنة مكانة التعليم في عصر المنافسة العالمية. الغرض من التسويق في مؤسسة تعليمية هو تعريف الجمهور بالمنتجات المدرسية، وزيادة الاهتمام، لمساعدة المدرسة

بحيث يستمر في الوجود ويستمر عدد العملاء في الزيادة. أهداف هذا البحث هي : (١) التعرف على المنتجات المعروضة فيها جذب اهتمام الطلاب الجدد في المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار، (٢) للتعرف على الترقيات التي تم تنفيذها لجذب اهتمام الطلاب الجدد في المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار، (٣) لمعرفة حالة المكان لجذب اهتمام الطلاب الجدد في المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار. النوع أو منهج البحث المستخدم هو البحث الوصفي نوعي. طرق جمع البيانات هي المقابلات

والملاحظة والتوثيق. مصادر البيانات المخبرية والأماكن والوثائق. تحليل البيانات، تقليل البيانات، عرض البيانات، استخلاص النتائج. يتحقق هذا البحث من صحة البيانات باستخدام تثليث المصادر والتقنيات. تظهر نتائج هذا البحث أن (١) المنتجات التي تقدمها المدرسة تقدم شركة نيجيري ٨ بليتار في جذب الطلاب الجدد منتجات خدمية في شكل برامج أنشطة ذات سمعة طيبة وأكاديمية وغير أكاديمية ولا منهجية، تقدم المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار برامج لا تتوفر في جميع المدارس، وهي برامج التحفيز و حديقة تعليم القرآن. وكل هذه البرامج تنتج خريجين متميزين ومتميزين ومزودين بالمعرفة الدينية والعامية. (٢) يتم الترويج من قبل المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار لجذب اهتمام الطلاب الجدد، وذلك باستخدام وسائل الإعلام المطبوعة ووسائل التواصل الاجتماعي. وسائل الإعلام المطبوعة المستخدمة تكون على شكل لافتات توضع على جانب الطريق ويتم توزيعها

ككتيب. وفي الوقت نفسه، للترويج باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، تستخدم المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار حسابات وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وانستغرام وموقع المدرسة ويوتيوب. وبصرف النظر عن ذلك، قامت المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار أيضًا بإجراء حملات ترويجية من خلال زيارة المدارس المحيطة بالمدرسة. (٣) يقع المكان بالمدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار لجذب الطلاب الجدد في موقع استراتيجي. سهولة الوصول إلى الطريق. على الرغم من أن المدرسة ليست قريبة من الطريق الرئيسي، إلا أن هناك علامات إرشادية تسهل على المستهلكين البحث. المدرسة الابتكارية المدرسة الابتدائية نيجيري ٨ بليتار مريحة للاستخدام عند حدوث التعلم. لأن ضجيج الطريق غير منزعج، وبصرف النظر عن ذلك فإن المدرسة مظلمة أيضًا.