

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Pelanggan (Studi Multisitus di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto)”. ini ditulis oleh Nur Habibah dengan dibimbing oleh Bapak Prof. Dr. H. Akhyak, M.Ag. dan Ibu Prof. Dr. Hj. Binti Maunah, M.Pd.I.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Pelanggan Studi Multisitus di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto. Penelitian ini berfokus pada upaya manajemen pemasaran dalam meningkatkan daya saing.

Fokus penelitian dalam tesis ini adalah: (1) Bagaimana *segmentasi* pemasaran pendidikan dalam menarik minat pelanggan di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto? (2) Bagaimana *targeting* manajemen pemasaran pendidikan dalam menarik minat pelanggan di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto? (3) Bagaimana *positioning* manajemen pemasaran pendidikan dalam menarik minat pelanggan di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap *segmentasi*, *targetting* dan *positioning* pemasaran pendidikan dalam menarik minat pelanggan di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi multisitus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, observasi partisipatif, dan analisis dokumen terkait manajemen pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran ini memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan daya saing di lembaga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

Hasil penelitian ini adalah: (1) Segmentasi di MAN 2 Mojokerto dan MAN 1 Kota Mojokerto dilakukan dengan pembentukan visi misi dan pematangan program madrasah yang ditentukan dengan melakukan analisis kebutuhan pelanggan. sedari awal sudah ditetapkan dalam rapat awal tahun ajaran baru, serta pembentukan tim untuk memaksimalkan kinerja setiap SDM dan dapat bekerja sesuai dengan turpoksinya sehingga nantinya mampu melaksanakan semua program tanpa kendala. (2) Man 2 Mojoketo dan MAN 1 Kota Mojokerto melakukan kegiatan-kegiatan kolaboratif serta merangkul lingkungan sekitar demi menumbuhkan rasa kepercayaan antar lembaga dan lingkungan sekitar, dan sudah disusun dalam rapat awal tahunan. Untuk pelaksanaan rencana pemasaran pendidikan dengan mengandalkan tim yang sudah dibentuk serta melaksanakan seluruh program-progra madrasah. (3) Kedua lembaga membentuk keunikan dengan menonjolkan hal-hal menarik yang tidak dimiliki oleh lembaga lain. Hal ini dilakukan demi terciptanya citra positif dalam benak calon pelanggan pendidikan.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Minat Pelanggan

ABSTRACT

The thesis entitled “Educational Marketing Management in Attracting Customer Interest (Multisite Study at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City)”. was written by Nur Habibah under the guidance of Prof. Dr. H. Akhyak, M.Ag. and Prof. Dr. Hj. Binti Maunah, M.Pd.I.

This study aims to investigate Educational Marketing Management in Attracting Customer Interest in Multisite Study at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City. This study focuses on marketing management efforts in increasing competitiveness.

The focus of the research in this thesis is: (1) How is the segmentation of educational marketing in attracting customer interest at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City? (2) How is the targeting of educational marketing management in attracting customer interest at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City? (3) How is the positioning of educational marketing management in attracting customer interest at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City? The purpose of this study is to reveal the segmentation, targeting and positioning of educational marketing in attracting customer interest at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City.

The research method used is a qualitative approach with a multi-site study. Data were collected through in-depth interviews with related parties, participant observation, and analysis of documents related to marketing management. The results of the study indicate that this marketing management has a significant role in creating competitiveness in institutions. The results of this study indicate that:

The results of this study are: (1) Segmentation at MAN 2 Mojokerto and MAN 1 Mojokerto City is carried out by forming a vision and mission and maturing madrasah programs which are determined by conducting an analysis of customer needs. from the beginning it has been determined in the initial meeting of the new school year, as well as the formation of a team to maximize the performance of each HR and be able to work according to their duties so that later they will be able to carry out all programs without obstacles. (2) Man 2 Mojoketo and MAN 1 Mojokerto City carry out collaborative activities and embrace the surrounding environment in order to foster a sense of trust between institutions and the surrounding environment, and have been arranged in the initial annual meeting. For the implementation of the education marketing plan by relying on the team that has been formed and implementing all madrasah programs. (3) Both institutions form uniqueness by highlighting interesting things that other institutions do not have. This is done in order to create a positive image in the minds of potential education customers.

Keywords: Marketing Management, customer interest

خلاصة

أطروحة بعنوان "إدارة التسويق التعليمي في جذب اهتمام العملاء (دراسة متعددة المواقع في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية في موجو كيرتو والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى في مدينة موجو كيرتو)". تم تأليف هذا الكتاب من قبل نور حبيبة بإشراف الأستاذ الدكتور ح. أخياك، ماجستير الزراعة. والسيدة الأستاذة الدكتورة حاج. بنتي ماواناه، عضو في هيئة شرطة الهند

تهدف هذه الدراسة إلى التحقيق في إدارة التسويق التعليمي في جذب اهتمام العملاء في الدراسات متعددة المواقع في مدرستين ثانويتين إسلاميتين حكوميتين في موجو كيرتو ومدرسة ثانوية إسلامية حكومية واحدة في مدينة موجو كيرتو. يركز هذا البحث على جهود إدارة التسويق لزيادة القدرة التنافسية

تركز البحث في هذه الرسالة على: 1. كيف تساهم عملية تقسيم التسويق التعليمي في جذب اهتمام العملاء في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية في موجو كيرتو والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى في مدينة موجو كيرتو؟ 2. كيف يتم استهداف إدارة التسويق التعليمي في جذب اهتمام العملاء في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية في موجو كيرتو والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى في مدينة موجو كيرتو؟ ثلاثة كيف يتم وضع إدارة التسويق التعليمي في جذب اهتمام العملاء في المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الثانية في موجو كيرتو والمدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الأولى في مدينة موجو كيرتو؟ الهدف من هذه الدراسة هو الكشف عن تجزئة واستهداف وتحديد موقع التسويق التعليمي في جذب اهتمام العملاء في مدرستين ثانويتين إسلاميتين حكوميتين في موجو كيرتو ومدرسة ثانوية إسلامية حكومية واحدة في مدينة موجو كيرتو.

طريقة البحث المستخدمة هي المنهج النوعي مع دراسة متعددة المواقع. تم جمع البيانات من خلال مقابلات معمقة مع الأطراف ذات الصلة، والملاحظة بالمشاركة، وتحليل الوثائق المتعلقة بإدارة التسويق. وتظهر نتائج الدراسة أن إدارة التسويق لها دور كبير في خلق القدرة التنافسية في المؤسسات. وتظهر نتائج هذه الدراسة أن:

نتائج هذه الدراسة هي: تم تنفيذ مدرسة ثانوية إسلامية حكومية واحدة في موجو كيرتو ومدرسة ثانوية إسلامية حكومية واحدة في مدينة موجو كيرتو من خلال تشكيل رؤية ورسالة وتطوير برنامج المدرسة الذي تم تحديده من خلال إجراء تحليل لاحتياجات العملاء. ومنذ البداية تم تحديد ذلك في الاجتماع الأول للعام الدراسي الجديد، وكذلك تشكيل فريق لتحقيق أقصى قدر من الأداء لكل الموارد البشرية والقدرة على العمل وفقاً لواجباتهم بحيث يتمكنون لاحقاً من تنفيذ جميع البرامج دون أي عوائق. تقوم مدرستان ثانويتان إسلاميتان حكوميتان في موجو كيرتو ومدرسة ثانوية إسلامية حكومية واحدة في مدينة موجو كيرتو بتنفيذ أنشطة تعاونية واحتضان البيئة المحيطة من أجل تعزيز الشعور بالثقة بين المؤسسات والبيئة المحيطة، وقد تم ترتيب ذلك في الاجتماع السنوي الأولي. تنفيذ خطة تسويق التعليم بالاعتماد على الفريق الذي تم تشكيله وتنفيذ كافة برامج المدرسة. تشكل المؤسساتان تفردهما من خلال تسليط الضوء على الأشياء المثيرة للاهتمام التي لا تمتلكها المؤسسات الأخرى. ويتم ذلك بهدف خلق صورة إيجابية في أذهان العملاء المحتملين للتعليم

الكلمات المفتاحية: إدارة التسويق، اهتمامات العملاء