

ABSTRAKSI

Rochimuzzaman. NIM. MP-17002 “Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di MIN 1 Pati”. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Konsentrasi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus. 2021 (Pembimbing : Dr. H. Abdul Karim, M.Pd dan Dr. Hj. Umma Farida, Lc., M.A)

Penelitian ini dilakukan karena MIN 1 Pati mempunyai banyak siswa ditengah persaingan dengan sekolah-sekolah yang berdekatan dengannya. Manajemen bauran pemasaran pendidikan berbasis madrasah dipilih karena unsur manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, evaluasi, dengan menerapkan strategi bauran pemasaran 7p (product, price, place, promotion, physical evidence, people, process) sebagai upaya lembaga dalam meningkatkan daya saing antar lembaga pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1). Mengetahui Manajemen PPDB di MIN 1 Pati (2) Mengetahui daya saing lembaga pendidikan di MIN1Pati (3) Mengetahui bauran pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya saing

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data berupa dokumen dan hasil wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, mencari dokumentasi dari informan terkait yakni kepala TU (tata usaha), dan bendahara sekolah. Serta wawancara kepada kepala madrasah, dan guru bagian humas. Analisis data dilakukan melalui tiga alur yaitu reduksi data, display data dan conclusion.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; Pelaksanaan manajemen PPDB menggunakan konsep manajemen yang berupa planning organizing, actuating, controlling dan evaluating Daya Saing Lembaga Pendidikan di MIN 1 Pati dengan menerapkan strategi bauran pemasaran berupa process implementing marketing mix strategy 7p (product, price, place, promotion, physical evidence, people, process) sehingga MIN 1 Pati berhasil meningkatkan daya saingnya Implementasi Manajemen Bauran Pemasaran berbasis madrasah Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga pendidikan Hasil dari penerapan manajemen “Marketing Mix” adalah MIN 1 Pati mengalami peningkatan dalam penerimaan peserta didik baru serta memiliki kemampuan untuk bersaing dengan lembaga pendidikan di Kecamatan Kayen Kabupaten Pati

Kata kunci : *Manajemen, Marketing Mix, Daya Saing, MIN 1 Pati.*

ABSTRACT

ROCHIMUZZAMAN. NIM. MP-17002. "Implementation of the Marketing Mix Based Education Management in Increasing the Competitiveness of the Educational Institution in MIN 1 Pati". Thesis : Study Program Islamic Education Management, Madrasas of Ibtidaiyah Teachers's Education, Post Campus Program IAIN Kudus, 2021 (Advisor : Dr. H. Abdul Karim, M.Pd and Dr. Hj. Umma Farida, Lc., M.A)

This research was conducted because MIN 1 Pati has many students in the midst of competition with schools that are close to it. Management in the form of planning, organizing, Actuating, Controlling and evaluating, in the process implementing marketing mix strategy 7p (product, price, place, promotion, physical evidence, people, process) as an effort of the institution to increase its competitiveness.

This study aims to determine 1) the management of new student admissions in public Islamic elementary schools 2) To know the competitiveness of educational institutions 3) to know the implementation of the madrasah based education marketing mix increasing the competitiveness of educational institutions

This research is a qualitative research with data sources in the form of documents and interviews. Data collection was carried out by means of field observations, looking for documentation from principal of the madrasah, the administration section of the committee for new admissions, teacher, Students and the community. Data analysis was carried out through three channels, namely data reduction, data display and conclusion.

The results of this study indicate that the implementation of management of new students uses the concept of management planning, organizing, actuating, controlling and evaluating, the competitiveness of institutions by implementing a marketing mix strategy so that MIN 1 Pati has succeeded in increasing its competitiveness. Application of madrasah based marketing mix management in increasing the competitiveness of educational institutions, MIN 1 Pati has increased in new students and has the ability to compete with other educational institutions in Kayen sub district, Pati district

Keywords : *Management, marketing mix, competitiveness, MIN 1 Pati*

ملخص البحث

تم إجراء هذا البحث لأن MIN1 Pati بها العديد من الطلاب في خضم المنافسة مع المدارس القريبة منها. تم اختيار إدارة المزيج التسويقي التعليمي القائم على المدرسة لأن عنصر الإدارة كان على شكل تخطيط ، وتنظيم ، وتنفيذ ، ومراقبة ، وتقييم ، من خلال تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي (٧) P المنتج ، السعر ، المكان ، الترويج ، الدليل المادي ، الأشخاص ، عملية) كجهد مؤسسي لزيادة القدرة التنافسية بين المؤسسات التعليمية. هذا البحث هو بحث نوعي بمصادر بيانات في شكل وثائق ونتائج مقابلة. تم جمع البيانات عن طريق الملاحظات الميدانية ، والبحث عن الوثائق من المخبرين ذوي الصلة ، أي رئيس الإدارة (الإدارة) ، وأمين صندوق المدرسة. وكذلك مقابلات مع المدير ومعلم العلاقات العامة. يتم إجراء تحليل البيانات من خلال ثلاث قنوات ، وهي تقليل البيانات وعرض البيانات والاستنتاج. تشير نتائج هذه الدراسة إلى: يستخدم تنفيذ إدارة PPDB مفهومًا إداريًا في شكل تخطيط وتنظيم وتشغيل ومراقبة وتقييم القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في MIN 1 Pati من خلال تنفيذ استراتيجية مزيج تسويقي في شكل استراتيجية مزيج تسويقي عملية P ٧ (المنتج ، السعر ، المكان ، الترقية ، الدليل المادي ، الأشخاص ، العملية) حتى نجح MIN 1 Pati في زيادة قدرته التنافسية تنفيذ إدارة المزيج التسويقي القائمة على المدرسة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية نتيجة تنفيذ إدارة "المزيج التسويقي" هو أن MIN 1 Pati زاد من قبول الطلاب الجدد ، فضلاً عن زيادة القدرة التنافسية مع المؤسسات التعليمية في منطقة كاين ، بائي ريجنسي.

الكلمات المفتاحية: الإدارة ، المزيج التسويقي ، التنافسية ، MIN 1 Pati