DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI iii
HALAMAN MOTTO iv
PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Batasan Masalah 7
D. Definisi Operasional 7
E. Tujuan Penelitian 9
F. Manfaat Penelitian 9
G. Metode Penelitian 10
H. Sistematika Pembahasan 13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Managemen Marketing Pendidikan 15
   1. Pengertian Manajemen Marketing Pendidikan 15
   2. Fungsi Manajemen Marketing Pendidikan 31
   3. Tujuan Manajemen Marketing Pendidikan 31
   4. Ruang Lingkup Manajemen Marketing Pendidikan 31
B. Pengembangan Strategi Dalam Manajemen Marketing 32
   1. Perencanaan strategis 33
   2. Strategi Pertumbuhan Perusahaan 39
   3. Pengendalian Rencana Tahunan 57
   4. Strategi Marketing Pendidikan 60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Strategi Marketing Pendidikan di Masyarakat 61

BAB III LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....67

1. Sejarah Berdirinya MTs. Wachid Hasyim 67
2. Visi dan Misi 67
3. Data Sekolah dan Profil Sekolah.....68
4. Ketenagaan 72
5. Data sarana dan prasarana 76
6. Struktur Organisasi BP.....79
7. Struktur Organisasi Yayasan.....79
8. Grafik Siswa Baru 80

B. Penyajian Data tentang Manajemen Marketing di MTs. Wachid Hasyim Surabaya 81

1. Manajemen Marketing di MTs. Wachid Hasyim Surabaya 81
2. Strategi Manajemen Marketing di MTs. Wachid Hasyim Surabaya 84
3. Dampak Manajemen Marketing di MTs. Wachid Hasyim 87

C. Analisis Data 88

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....92

A. Simpulan.....92

B. Saran 93

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id