

**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK
DI MI SALAFIYAH BANGILAN TUBAN**

SKRIPSI

Oleh :

SITI NUR AZIZAH

NIM: D93216093



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : SITI NUR AZIZAH

NIM : D93216093

JUDUL : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK DI MI
SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Surabaya, 31 Desember 2020

Yang menyatakan,



SITI NUR AZIZAH

NIM: D93216093

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi Oleh :

NAMA : SITI NUR AZIZAH

NIM : D93216093

JUDUL : MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK DI MI
SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 19 Desember 2020

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Samsul Maarif, M.Pd
NIP. 19640471998031003



Muhammad Nurul Huda, M.Pd
NIP. 198006272008011006

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Tarbiyah dan Keguruan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 05 Januari 2021

Mengesahkan,

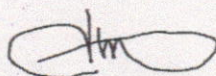


Dekan


Prof. Dr. F. Ali Mas'ud, M.Ag., M.Pd.I

NIP. 19630123199031002

Penguji I



Drs. H. Nur Kholis, M. Ed. Admin., Ph.D

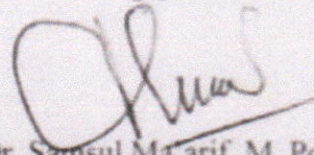
NIP. 196703111992031003

Penguji II


Dr. H. Muh. Khoirul Rifa'i, M. Pd. I

NIP. 198207122015031001

Penguji III


Dr. Samsul Ma'arif, M. Pd

NIP. 196404071998031993

Penguji IV


Muhammad Nuril Huda, M. Pd

NIP. 198006272008011006

LEMBAR PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Siti Nur Azizah
NIM : D93216093
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan/ Pendidikan Islam/ MPI
E-mail address : Stnurazizah.2301@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS
KUANTITAS PESERTA DIDIK DI MI SALAFIYAH BANGILAN TUBAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2020

Penulis

(Siti Nur Azizah)

Manajemen pemasaran di MI Darul Hikmah yaitu: merencanakan program kerja yang akan dilaksanakan. Pengorganisasian, proses pengorganisasian dilakukan melalui pembagian tugas, mengelompokkan kegiatan, dan menetapkan besarnya wewenang setiap personil, serta memberikan perincian peranan perorangan. Penggerakan, bertujuan melaksanakan kegiatan-kegiatan madrasah khususnya terkait dengan manajemen pemasaran madrasah. Pengawasan manajemen pemasaran adalah dengan terjun secara langsung dalam proses pengawasan yang dilakukan satu bulan sekali, termasuk dalam proses pengawasan penerimaan peserta didik.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan fokus penelitian dan metode penelitian, yang berbeda adalah tempat riset dan teori riset.

- b. Penelitian yang membahas tentang “Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang) oleh Ahmad Muthofi’in”. Dalam penelitian ini membahas tentang Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam. Manajemen pemasaran pendidikan islam disini adalah kegiatan lembaga pendidikan islam dalam merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan dalam mrnginformasikan dan memberimutu layanan intelektual atau menyampaikan jasa pendidikan kepada konsumen, yang padadasarnya tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba lembaga, akan tetapi bagaimana menciptakan

kepuasan bagi *customer* sebagai bentuk tanggungjawab kepada *stakeholders* atas mutu dari *output* nya.

Penerapan manajemen pemasaran pendidikan islam di SMP Islam Sultan Agung 1 Semarang menggunakan konsep manajemen yang dimulai dari tahap: *Planning*, yaitu menyusun perangkat pemasaran, yang dilaksanakan secara kolaboratif mulai dari pimpinan sekolah, panitia penerimaan peserta didik (PPD) beserta seluruh *stakeholders* sekolah, bekerja sama dengan Pendasmen YBWSA. *Organizing*, yaitu pengorganisasian struktur kerja, menentukan *job description* dimulai dengan membentuk kepanitiaan penerimaan peserta didik (PPD) sebagai tim pelaksana, pengorganisasian strategi pemasaran dan pengorganisasian sumber daya pemasaran pendidikan islam. *Actuating* kepala sekolah melakukan pergerakan pengarahan baik secara langsung atau tidak langsung. Pemasaran pendidikan islam dilaksanakan dengan menggunakan berbagai strategi dengan beberapa cara yang bervariasi disesuaikan situasi dan kondisi. *Controlling* tidak hanya dilaksanakan diakhir periode saja melainkan juga dalam prosesnya.

Dalam penelitian ini ada kesamaan dengan metode penelitian, yang berbeda adalah judul penelitian, tempat riset dan fokus riset .

- c. Penelitian yang membahas tentang “Manajemen Pemasaran Pendidikan Nonformal (Studi Kasus di Desa Bahasa Borobudur), oleh Muhammad Ridwan Ali. Dalam penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran pendidikan nonformal. Secara tidak langsung Desa Bahasa

menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam perkembangan pemasaran, hampir setiap tahun Desa Bahasa selalu memunculkan sesuatu yang baru, khususnya dalam hal pelayanan dan fasilitas.

Berkaitan dengan faktor pendukung diantaranya; metode pembelajaran yang tidak ada di lembaga manapun yang dipadukan dengan program yang ditawarkan, lokasi yang tidak jauh dengan candi Borobudur yang memudahkan para siswanya untuk praktik dengan turis asing, dan garansi mengulang seumur hidup bagi siswa yang belum puas. Untuk faktor penghambat diantaranya adalah kurangnya dukungan dari pemerintah, kurangnya fasilitas dan kurangnya tenaga pengajar.

Dalam penelitian ini terdapat kesamaan dengan metode penelitian, yang berbeda adalah judul penelitian, tempat riset dan fokus riset.

F. Definisi Konseptual

Untuk mempermudah dan memperjelas penelitian, maka peneliti akan menguraikan definisi konseptual dari judul:

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu "*administration*" yang berarti administrasi, dalam pengertian tersebut manajemen memiliki jangkauan makna yang luas bukan hanya pengaturan yang terkait dengan pekerjaan tulis-menulis. Makna lain dari manajemen yaitu berasal dari kata *to manage* yang berarti mengelola. Dalam proses mengelola dilakukan berdasarkan tahapan dan fungsi-fungsi

Bab ketiga metode penelitian, yaitu merupakan gambaran secara utuh tentang metode penelitian yang digunakan peneliti dalam skripsi ini meliputi pendekatan dan jenis riset, tempat riset, sumber riset dan informan riset, cara pengumpulan data, prosedur analisis dan interpretasi data dan keabsahan riset.

Bab keempat hasil riset dan pembahasan. Pada bab ini akan membahas tentang temuan-temuan di lapangan atau sering disebut laporan hasil penelitian yang meliputi gambaran umum tentang subjek, penyajian data, dan analisis data tentang a) pengertian manajemen pemasaran pendidikan b) peningkatan peserta didik c) bentuk-bentuk manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MIS Salafiyah Bangilan Tuban

Bab kelima penutup, bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian serta saran dari peneliti.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan pihak madrasah mengenai *promotion*. Untuk perencanaan promosi yang dilakukan madrasah adalah merencanakan kegiatan-kegiatan besar madrasah untuk melakukan sosialisasi dan menyiapkan panitia penerimaan peserta didik baru dan melakukan kerjasama dengan TK/RA yang ada disekitar madrasah sebelum tahun ajaran baru mulai.

Sosialisasi yang dilakukan dari pihak madrasah ini pada saat kegiatan-kegiatan penting madrasah seperti memperingati hari milad madrasah dan akhirussanah, serta kegiatan yang bertepatan dengan PHBI seperti Isra' Mi'raj, Tahun Baru Hijriyah, Muharram disana mengundang masyarakat umum sekitar madrasah dan nanti pihak madrasah akan ada waktu untuk mempromosikan madrasah.

Dalam mempromosikan jasa pendidikan yang kedua melalui kerjasama ada 2, yang pertama kerjasama dengan TK/RA sekitar madrasah yang sekiranya tidak ada jenjang selanjutnya baik SD/MI. Pendidik yang sudah di bagi akan bersilaturahmi ke TK/RA dan akan membagikan brosur dan persyaratan serta formulir penerimaan peserta didik baru di madrasah. Kerjasama yang kedua dengan pengurus Masjid Besar Bangilan yang mengadakan ngaji bersama setiap satu bulan sekali tepat di hari Ahad pagi dan pada selasa malam rabu ini mengaji kitab Fathul Qarib dan yang menyampaikan dari tokoh Bangilan sendiri yang ikut untuk umum masyarakat Bangilan.

