

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DI MI PLUS BUSTANUL ULUM TUNGLUR BADAS KEDIRI**

SKRIPSI



OLEH :

**NILNA MUNA
NIM. 20205025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2024**

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DI MI PLUS BUSTANUL ULUM TUNGLUR BADAS KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
program Sarjana Pendidikan (S1)

OLEH :

**NILNA MUNA
20205025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MI PLUS BUSTANUL ULUM TUNGLUR BADAS KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

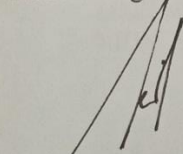
NILNA MUNA

20205025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Kediri, 28 Mei 2024

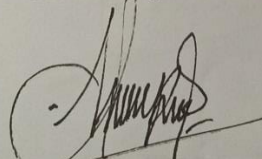
Pembimbing I,



Dr. Erwin Indrioko, M.Pd.I
NIP. 198401222015031005

Kediri, 28 Mei 2024

Pembimbing II



Try Heni Aprilia, M.Pd.
NIDN. 2002049303

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MI PLUS BUSTANUL ULUM TUNGLUR BADAS KEDIRI

NILNA MUNA
20205025

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
Pada tanggal 19 Juni 2024

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Dr. Untung Khoiruddin, M.Pd.I
NIP. 197205052006041001
2. Penguji I
Dr. Erwin Indrioko M.Pd.I
NIP. 198401222015031005
3. Penguji II
Try Heni Aprilia, M.Pd
NIDN. 2002049303

(.....)
(.....)
(.....)

Kediri, 19 Juni 2024

Dekan Fakultas Tarbiyah



Prof. Dr. Hi. Munifah, M.Pd
NIP. 197004121994032006

HALAMAN MOTTO

Ada banyak peluang yang dapat kamu temukan dengan mendengarkan seksama apa yang dikatakan pelangganmu~

-Joei Chan-

Konten membangun hubungan. Hubungan dibangun atas kepercayaan. Kepercayaan mendorong pendapatan~

-Andrew Davis-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan taufikNya kepada kita semua. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni addinul islam.

Dengan segenap rasa cinta dan kasih, ku persembahkan karya ini untuk orang-orang terkasih :

1. Bapak Anwarudin dan Ibu Salbiyah selaku kedua orang tua ku yang telah memberikan dukungan dalam hal materi ataupun non materi serta nasehat-nasehat yang memotivasi untuk meraih kesuksesan.
2. Bunga Candra Kirana, selaku adikku yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga besar yang telah memberikan support dan doa-doa untuk kelancaran dalam menulis skripsi.
4. Fadila Rizky Maulidiya dan Firman Ghany selaku sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Zidah, Niken, Galang, Manda dan Silva Aulia Ramadhani yang memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman dari grup semprotulation yang telah mendukung dan mendoakan untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman dari grup zoo yang telah memberi motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan terakhir untuk Nilna Muna, selaku penulis yang telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih selalu berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati segala prosesnya. Terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nilna Muna

NIM : 20205025

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 19 Juni 2024

Yang telah disahkan



Nilna Muna

20205025

ABSTRAK

NILNA MUNA, Dosen Pembimbing Dr. Erwin Indrioko, M.Pd.I dan Try Heni Aprilia, M.Pd, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum Tunglur Badas Kediri, Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah, IAIN Kediri, 2024.

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

Sekolah merupakan suatu institusi pendidikan yang memberikan kontribusi besar terhadap masyarakat. Dimana, pendidikan sebagai kebutuhan setiap individu untuk mengembangkan potensi, bakat dan kualitas diri serta menambah ilmu pengetahuan. Sehingga seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak lembaga pendidikan yang berdiri. Dengan banyaknya sekolah yang berdiri menyebabkan tingkat persaingan dalam dunia pendidikan semakin berkembang dengan pesat. Sehingga penyelenggara pendidikan perlu memiliki strategi pemasaran yang tepat, efektif dan efisien agar tidak tertinggal dengan sekolah lain dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan pelayanan baik yang diberikan oleh madrasah, pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga pelanggan melakukan pembelian ulang dan ikut serta dalam mempromosikan madrasah. Dimana pelanggan pendidikan dapat memberikan rekomendasi kepada teman maupun saudara dekatnya. Dengan ini, suatu lembaga pendidikan harus memiliki strategi pemasaran jasa pendidikan untuk menarik minat pelanggan pendidikan. Kemudian yang menjadi pokok permasalahan ini adalah bagaimana Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum Tunglur Badas Kediri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yaitu dengan memperoleh sumber data dari kepala sekolah, panitia PPDB, guru dan wali siswa. Tehnik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dengan tahapan redukti data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini dilaksanakan di MI Plus Bustanul Ulum Tunglur Badas Kediri dengan fokus penelitian: strategi pemasaran jasa pendidikan, faktor pendukung dan faktor penghambat kegiatan pemasaran jasa pendidikan.

Hasil penelitian ini yaitu Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum Tunglur Badas Kediri yang digunakan yaitu segmentasi pasar, target pasar, penempatan posisi pasar dan penerapan strategi bauran pemasaran madrasah dengan menerapkan 7p diantaranya adalah *product, price, place, promotion, people, physical evidence dan proces*. Sedangkan untuk faktor pendukung berupa respon positif dan kepercayaan dari masyarakat, tim yang solid dan pemahaman akan kegiatan pemasaran madrasah. Untuk faktor penghambat yaitu persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat, perlunya melengkapi sarana dan prasarana yang ada di madrasah serta perlunya meningkatkan KBM dan non KBM madrasah, perlunya melengkapi sarana prasarana madrasah dan pelayanan madrasah agar pelanggan merasa puas terhadap program-program yang diterapkan di madrasah agar eksistensi madrasah semakin meningkat dan tidak kalah saing dengan lembaga pendidikan yang lainnya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkanNya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Prof. Dr. Hj. Munifah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Kediri.
3. Dr. Untung Khoiruddin, M.Pd.I selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
4. Siska Yulia Weni, M.Ak selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.
5. Dr. Erwin Indrioko, M.Pd.I dan Try Heni Aprilia, M.Pd selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi.
6. Luluk Endah Rumsikin, S.Pd selaku Kepala Sekolah di MI Plus Bustanul Ulum.
7. Itsna Ainun Mahya, S.Pd.I, Eko Prasetyo, S.Pd.I dan Wahyuni Asmoro selaku narasumber dari MI Plus Bustanul Ulum.
8. Seluruh pendidik dan tenaga kependidikan MI Plus Bustanul Ulum yang telah berpartisipasi dalam membantu kelancaran selama penelitian.

9. Bapak, Ibu, Adik serta keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan studi.
10. Teman-teman seangkatan tahun 2020, khususnya Prodi Manajemen Pendidikan Islam dan berbagai pihak yang tidak dapat disebut satu per satu, yang telah memberikan motivasi dan dukungan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya mampu mendoakan, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Kediri, 28 Mei 2024

Nilna Muna

20205025

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xivv
DAFTAR GAMBAR	xvv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Penelitian Terdahulu	12
F. Definisi Istilah	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. KONSEP PEMASARAN JASA PENDIDIKAN	20
1. Definisi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan	20
2. Karakteristik Pemasaran Jasa Pendidikan	22

3. Fungsi dan Tujuan Pemasaran Jasa Pendidikan	23
B. STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN.....	23
1. Segmentasi Pasar (<i>Segmentation</i>)	24
2. Penentuan Target (<i>Targetting</i>).....	25
3. Penentuan Posisi (<i>Positioning</i>).....	26
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix Strategy</i>).....	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
B. Kehadiran Peneliti	33
C. Lokasi Penelitian	34
D. Data dan Sumber Data.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Analisis Data	39
G. Pengecekan Keabsahan Data	40
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	40

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. PAPARAN DATA	42
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum	42
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran di MI Plus Bustanul Ulum..	63
B. TEMUAN PENELITIAN.....	68
1. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum	68
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran di MI Plus Bustanul Ulum..	72

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MI Plus Bustanul Ulum	74
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran di MI Plus Bustanul Ulum.....	84

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan..... 88

B. Saran 89

DAFTAR PUSTAKA 90

LAMPIRAN - LAMPIRAN..... 95

RIWAYAT HIDUP 114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persamaan dan perbedaan penelitian.....	16
Tabel 3. 1 Jadwal penelitian	33
Tabel 3. 2 Pedoman observasi	36
Tabel 3. 3 Tabel wawancara	37
Tabel 3. 4 Tabel dokumentasi	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Rapat	43
Gambar 4. 2 Data Siswa	46
Gambar 4. 3 Peserta OSK.....	46
Gambar 4. 4 Sholat Dhuha	48
Gambar 4. 5 Lomba OSK.....	51
Gambar 4. 6 Traser Alumni.....	51
Gambar 4. 7 Madrasah.....	55
Gambar 4. 8 Brosure.....	56
Gambar 4. 9 Banner.....	56
Gambar 4. 10 Formulir Pendaftaran	58
Gambar 4. 11 Gedung Madrasah.....	60
Gambar 4. 12 Musholla	60
Gambar 4. 13 Pembelajaran.....	62
Gambar 4. 14 Projek OSK.....	63
Gambar 4. 15 KBM Madrasah	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Observasi.....	95
Lampiran 2. Pedoman Wawancara.....	97
Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi	102
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian	103
Lampiran 5. Tim PPDB	104
Lampiran 6. Profil Madrasah.....	105
Lampiran 7. Daftar Guru	109
Lampiran 8. Sarana Prasarana	110
Lampiran 9. Dokumentasi	111
Lampiran 10. Surat Balasan Penelitian.....	113