

ABSTRAK

Syfa Purnamasari, *Manajemen Pemasaran Pendidikan Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung.*

Pada awal berdirinya Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung didirikan bukan semata-mata untuk komersil namun untuk sosial. Seiring berjalannya waktu dengan ciri khas sekolah yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah didukung dengan strategi pemasaran yang efektif dan efisien hingga sekarang banyak sekali masyarakat yang ingin memasukan anaknya untuk bersekolah di Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) latar alamiah, (2) perencanaan pemasaran, (3) pengorganisasian pemasaran, (4) pelaksanaan pemasaran, (5) pengawasan pemasaran, (6) faktor pendukung dan penghambat manajemen pemasaran, (7) hasil manajemen pemasaran di Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung.

Penelitian ini berangkat dari pemikiran mengenai fungsi manajemen menurut G.R Terry yaitu *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* untuk mencapai tujuan lembaga yang telah ditentukan. Sebagai suatu proses, manajemen pemasaran pendidikan yang baik dapat dirinci menjadi perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, pengawasan, proses budaya mutu agar dapat menciptakan manajemen pemasaran yang kondusif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, studi dokumentasi/menyalin. Sedangkan dalam menganalisis data yang digunakan adalah deskriptif semata-mata dan uji keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit untuk kriteria kebergantungan, audit untuk kriteria kepastian.

Dari hasil penelitian dan data yang didapatkan pelaksanaan manajemen pemasaran pendidikan Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung mengalami kesuksesan. Perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan sampai dengan pengawasan yang dilakukan oleh tim pelaksana yang saling bekerja sama dalam mensukseskan tujuan didirikan Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung. Perbaikan yang dilakukan dalam pemasaran, pendidik dan tenaga kependidikan, dan sarana prasarana pun terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas yang lebih baik lagi. Adapun faktor pendukung dalam manajemen pemasaran pendidikan, ialah program-program sekolah yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah di dukung dengan fasilitas yang memadai. Sedangkan faktor penghambatnya, ialah belum adanya media informasi seperti website sekolah dan akun media sosial lainnya. Manajemen pemasaran pendidikan di Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung menghasilkan minat dari masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke Sekolah Dasar Islam Al-Amanah Cinunuk Kabupaten Bandung.

ABSTRACT

Syfa Purnamasari, *Marketing Management Islamic Primary School Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency.*

At the beginning of the establishment of the Islamic Primary School Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency was established not purely for commercial but to social. As time went on with a school that is based on the Qur'an and As-Sunnah supported with marketing strategies effective and efficient until now an awful lot of people who want to enter her son to school in the elementary school Al-Amanah Islamic Cinunuk Bandung Regency.

The purpose of this study is to describe: (1) natural setting, (2) marketing planning, (3) organizing, (4) marketing implementation marketing, (5) marketing, surveillance (6) factor endowments and a barrier to marketing management, (7) results marketing management in Islamic primary school Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency.

This research goes from thinking about management functions according to g. R Terry i.e. Planning, Organizing, Actuating, the Controlling Agency to achieve the objectives that have been determined. As a process, marketing management a good education can break down into planning, organizing, penggerakkan, supervision, cultural quality process in order to create a conducive marketing management.

The methods used in this research is qualitative, descriptive methods. The technique of data collection conducted with interview techniques, observation, study of the documentation/copying. In analyzing the data used are purely descriptive and test the validity of the data is done by the extension of participation, persistence of observation, triangulation, peer, checking references, review the adequacy of the negative case, detailed description of members, checking, auditing for criteria 'reliance, auditing for criteria of certainty.

Of research results and data obtained by pelaksanaan marketing management education elementary school Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency experience success. Planning, organizing, penggerakkan up to the supervision carried out by the implementing team who cooperate in the national program goals founded Islamic primary school Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency. Repairs done in marketing, educators and educational personnel, and infrastructure keeps done to improve better quality again. As for the supporting factors in the marketing management education, is a school programs based on the Qur'an and As-Sunnah supported with adequate facilities. While the penghambatnya factor, is not yet the existence of a media information such as school websites and other social media accounts. Marketing management education in the elementary school Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency generate interest from the community to send his son to a Muslim primary school Al-Amanah Cinunuk Bandung Regency.