

## ABSTRAK

**ABSTRAK Noviyanto:** Strategi Pemasaran Sekolah (Penelitian di SMP Al Azhar Syifa Budi Legenda Bekasi). TESIS. Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. 2022.

Pertumbuhan dan persaingan antar sekolah akhir-akhi ini sangatlah ketat, hal ini terbukti dengan adanya laporan sekolah-sekolah kekurangan peserta didik. Kondisi ini menjadi tantangan bagi pengelola pendidikan untuk tetap eksis dengan cara membuat strategi pemasaran yang tepat karena strategi pemasaran dalam dunia pendidikan sudah menjadi suatu kebutuhan, agar lembaga pendidikan bisa dikenal dan mendapat tempat di hati masyarakat sehingga masyarakat memiliki minat untuk menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta dampak dari strategi pemasaran SMP Al Azhar Syifa Budi Legenda Bekasi. Pada penelitian ini sumber data diperoleh dari Kepala sekolah SMP Al Azhar Syifa Budi Legenda, Kepala bagian Pemasaran Sekolah, Guru, Siswa dan orang tua Siswa yang diwakili oleh ketua komite Sekolah.

Teknik dan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga cara yaitu, wawancara (*interview*) untuk mengumpulkan informasi berupa perkataan lisan (*verbal*), pengamatan (*observation*) untuk memahami sikap/tindakan yang terjadi, dan dokumentasi yang bisa berupa tulisan, gambar, rekaman, dan lain sebagainya. Adapun teknik penentuan keabsahan data dengan melakukan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Perencanaan Strategi Pemasaran bertujuan agar program-program kerja dalam strategi pemasaran dapat terlaksana dengan baik meliputi pembuatan visi misi, analisis lingkungan, segmentasi dan pemosisian layanan. Sedangkan dalam pelaksanaannya meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk/program layanan, pembiayaan, tempat dan promosi sekolah. Adapun evaluasi strategi dilakukan secara berkala.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran Sekolah, Al Azhar Syifa Budi

## ABSTRACT

**ABSTRACT Noviyanto:** School Marketing Strategy (Research at Al Azhar Syifa Budi Legenda Junior High School Bekasi). **THESIS.** Postgraduate Program at Sunan Gunung Djati State Islamic University, Bandung. 2022.

The growth and competition between schools lately is very tight, this is evidenced by reports of schools lacking students. This condition is a challenge for education managers to continue to exist by making appropriate marketing strategies because marketing strategies in the world of education have become a necessity, so that educational institutions can be known and have a place in the hearts of the community so that people have an interest in sending their children to school. the educational institution.

This study aims to describe the planning, implementation, and evaluation as well as the impact of the marketing strategy of SMP Al Azhar Syifa Budi Legenda Bekasi. In this study, the data sources were obtained from the Principal of SMP Al Azhar Syifa Budi Legenda, Head of School Marketing, Teachers, Students and Parents of Students represented by the head of the school committee.

Data collection techniques and procedures in this study were carried out in three ways, namely, interviews (interviews) to collect information in the form of spoken words (verbal), observations (observations) to understand the attitudes/actions that occurred, and documentation which could be in the form of writing, pictures, recordings, and so on. The technique for determining the validity of the data is by extending observations, increasing data persistence and triangulation.

The results of this study indicate that the Marketing Strategy Planning aims to ensure that the work programs in the marketing strategy can be implemented properly, including making a vision and mission, environmental analysis, segmentation and service positioning. Meanwhile, the implementation includes the marketing mix consisting of; product/service program, financing, place and promotion of the school. The strategy evaluation is carried out periodically.

**Keywords: School Marketing Strategy, Al Azhar Syifa Budi**

## المخلص

**المخلص نوفيظ:** استراتيجية التسويق المدرسي (بحث في مدرسة الأزهر سيفا بودي ليجندا جونيور الثانوية بيكاسي). فرضية. برنامج الدراسات العليا في جامعة ولاية سونان جونونج دجاتي الإسلامية ، باندونغ. ٢٠٢٢

النمو والمنافسة بين المدارس في الآونة الأخيرة ضيقة للغاية ، ويتجلى ذلك من خلال تقارير عن المدارس التي تفتقر إلى الطلاب. هذا الشرط يمثل تحديًا لمديري التعليم للاستمرار في الوجود من خلال وضع استراتيجيات تسويقية مناسبة لأن استراتيجيات التسويق في عالم التعليم أصبحت ضرورة ، حتى يمكن معرفة المؤسسات التعليمية ويكون لها مكان في قلوب المجتمع حتى يتمكن الناس من ذلك. لديهم مصلحة في إرسال أطفالهم إلى المدرسة. المؤسسة التعليمية.

تهدف هذه الدراسة إلى وصف التخطيط والتنفيذ والتقييم وأثر استراتيجية التسويق لمدرسة الأزهر سيفا بودي ليجندا بيكاسي. في هذه الدراسة ، تم الحصول على مصادر البيانات من مديرة المدرسة الأزهرية ، سيفا بودي ليجندا ، ورئيس قسم التسويق المدرسي ، والمعلمين والطلاب وأولياء أمور الطلاب الذين مثلهم رئيس لجنة المدرسة

تم تنفيذ تقنيات وإجراءات جمع البيانات في هذه الدراسة بثلاث طرق ، وهي المقابلات (المقابلات) لجمع المعلومات في شكل كلمات منطوقة (لفظية) ، والملاحظات (الملاحظات) لفهم المواقف / الإجراءات التي حدثت ، والتوثيق الذي يمكن أن يكون في شكل كتابة ، صور ، تسجيلات ، وما إلى ذلك. تقنية تحديد صحة البيانات هي من خلال توسيع الملاحظات ، وزيادة ثبات البيانات والتثليث

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن تخطيط استراتيجية التسويق يهدف إلى ضمان إمكانية تنفيذ برامج العمل في استراتيجية التسويق بشكل صحيح ، بما في ذلك وضع رؤية ورسالة ، والتحليل البيئي ، والتجزئة ، وتحديد مواقع الخدمة. وفي الوقت نفسه ، يشمل التنفيذ المزيج التسويقي المكون من ؛ برنامج المنتج / الخدمة والتمويل والمكان والترويج للمدرسة. يتم إجراء تقييم الاستراتيجية بشكل دوري. تلقت كل هذه الاستراتيجيات استجابة جيدة من المجتمع المحيط مع زيادة عدد الطلاب المسجلين كطلاب جدد في مدرسة الأزهر سيفا بودي ليجندا

**الكلمات المفتاحية:** إستراتيجية التسويق المدرسي ، الأزهر سيفا بودي