

ABSTRAK

Siti Mariam Fauziah: *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah Aliyah YPI Baiturrahman Leles Kabupaten Garut*

Madrasah merupakan lembaga pendidikan Islam yang bergerak dalam bidang jasa pendidikan. Kompetisi antar sekolah semakin ketat, maka dalam hal ini penyelenggara pendidikan dituntut untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh pelanggan jasa Pendidikan. Madrasah Aliyah YPI Baiturrahman Leles yaitu Lembaga yang memiliki keunggulan dalam produk didukung dengan strategi pemasaran yang efektif dan efisien hingga sekarang banyak sekali masyarakat yang ingin memasukan anaknya untuk bersekolah di Madrasah Aliyah YPI Baiturrahman Leles.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan: (1) latar alamiah, (2) perencanaan pemasaran jasa, (3) pengorganisasian pemasaran jasa, (4) pelaksanaan pemasaran jasa, (5) pengendalian pemasaran jasa, (6) faktor pendukung dan penghambat manajemen pemasaran, (7) hasil manajemen pemasaran jasa di Madrasah Aliyah YPI Baiturrahman Leles Kabupaten Garut.

Manajemen Pemasaran jasa pendidikan adalah proses untuk menarik minat calon peserta didik melalui fungsi-fungsi manajemen yaitu *planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), *controlling* (pengendalian) agar berjalan efektif dan efisien.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, studi dokumentasi dan menyalin. Sedangkan dalam menganalisis data yang digunakan adalah penafsiran deskriptif semata-mata dan uji keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, analisis kasus negatif, kecukupan referensi, uraian rinci, triangulasi, pemeriksaan teman sejawat, pengecekan anggota dan auditing.

Hasil penelitian menunjukkan MA YPI Baiturrahman Leles melakukan manajemen pemasaran jasa dengan proses perencanaan yang di lakukan dengan analisis hasil prestasi kegiatan pemasaran sebelumnya, penentuan tujuan, penetapan strategi, dan penyusunan anggaran. Pengorganisasian dilakukan untuk membentuk organisasi dan pembagian tugas. Pelaksanaan dilakukan sesuai dengan yang telah direncanakan meliputi pemasaran internal, pemasaran eksternal serta pemasaran interaktif. Promosi dan komunikasi dilakukan melalui periklanan, informasi dari mulut ke mulut, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Pengendalian dilakukan untuk mengawasi efektivitas program, pengendalian profitabilitas, dan pengendalian efisiensi pemasaran jasa sebagai bahan rekomendasi dan evaluasi untuk pemasaran selanjutnya. Hasil manajemen pemasaran pendidikan yakni peningkatan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun.

ABSTRACT

Siti Mariam Fauziah: *Marketing Management of Education Service for MA YPI Baiturrahman Leles Garut Regency*

Madrasa are Islamic educational institutions that are engaged in educational services. Competition between schools is getting tighter, so in this case education providers are required to be creative in exploring the uniqueness and advantages of their schools so that they are needed and in demand by customers of education services. MA YPI Baiturrahman Leles is an institution that has advantages in products supported by effective and efficient marketing strategies.

The purpose of this study is to describe: (1) natural background, (2) service marketing planning, (3) service marketing organization, (4) service marketing implementation, (5) service marketing control, (6) management supporting and inhibiting factors marketing (7) the results of service marketing management at MA YPI Baiturrahman Leles Garut Regency.

Marketing management of educational services is a process to attract prospective students through management functions, namely planning, organizing, actuating, controlling so that it runs effectively and efficiently.

The method used in this study is a qualitative descriptive method. The data collection technique was done by interview, observation, documentation study and copying. Meanwhile, in analyzing the data used is purely descriptive interpretation and the validity of the data is tested by extending participation, persistence of observation, analysis of negative cases, adequacy of references, detailed descriptions, triangulation, peer examination, member checking and auditing.

The results showed MA YPI Baiturrahman Leles carried out service marketing management with a planning process carried out by analyzing the results of previous marketing activities achievements, setting goals, setting strategies, preparing budgets. Organizing is done to from an organization is carries our according to what has been planned including internal marketing, external marketing and interactive marketing. Promotion and communication is done through advertising, word of mouth, public relations, and direct marketing. Control is carried out to monitor program effectiveness, profitability control, and efficiency control of service marketing as recommendation and evaluation material for further marketing. The result of education marketing management is an increase in the number of registrants from year to year.