

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN
(Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum Cirebon)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

FAIQOH
NIM : 14166110014

**PROGRAM PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN
(Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum Cirebon)**

TESIS

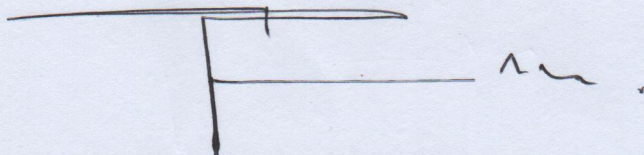
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Oleh :

**FAIQOH
NIM: 14166110014**

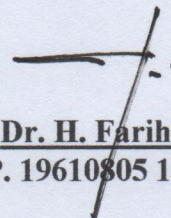
Telah disetujui pada tanggal 10 Maret 2020

Pembimbing I,



**Dr. H. Ahmad Asmuni, MA
NIP. 19581109 198603 1 006**

Pembimbing II,



**Dr. H. Farihin, M.Pd
NIP. 19610805 199003 1 004**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : FAIQOH

NIM : 14166110014

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

pada Program Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh
Nurjati Cirebon.

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul *“Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Ponpes Manba’ul ‘Ulum Cirebon)”* secara keseluruhan adalah ASLI hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 10 Maret 2020

Yang Menyatakan,



FAIQOH
NIM. 14166110014

Dr. H. Ahmad Asmuni, MA
Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran : 6 (enam) Eksemplar
Perihal : *Penyerahan Tesis*

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menilai, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara Faiqoh yang berjudul “ *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum Cirebon)*” telah dapat diajukan.

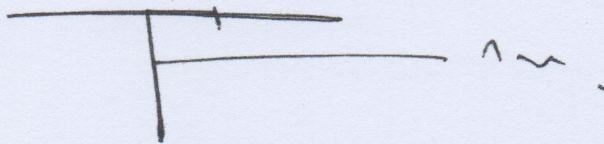
Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian saudara, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Cirebon, 10 Maret 2020

Pembimbing I,



Dr. H. Ahmad Asmuni, MA
NIP. 19581109 198603 1 006

Dr. H. Farihin, M.Pd
Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon

NOTA DINAS

Lampiran : 6 (enam) Eksemplar
Perihal : *Penyerahan Tesis*

Kepada Yth,
Direktur Program Pascasarjana
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menilai, dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa tesis saudara Faiqoh yang berjudul "*Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum Cirebon)*" telah dapat diajukan.

Bersama ini kami kirimkan naskahnya untuk segera dapat diujikan dalam sidang ujian tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Atas perhatian saudara, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Cirebon, 10 Maret 2020

Pembimbing II,


Dr. H. Farihin, M.Pd
NIP. 19610805 199003 1 004

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN
(Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum Cirebon)**

Disusun oleh:

FAIQOH

NIM : 14166110014

Telah diujikan pada tanggal 17 Juni 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan (M.Pd)

Cirebon, 29 Juni 2020

Dewan Penguji

Ketua/Anggota,

Sekretaris/Anggota,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag
NIP. 19590320 198403 1 002

Dr. H. Ahmad Asmuni, M.A
NIP. 19581109 198603 1 006

Pembimbing/ Penguji,

Pembimbing/ Penguji,

Dr. H. Ahmad Asmuni, M.A
NIP. 19581109 198603 1 006

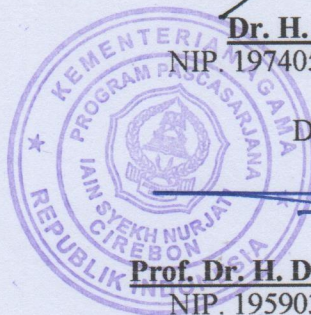
Dr. H. Farhin, M.Pd
NIP. 19610805 199003 1 004

Penguji Utama,

Dr. H. Adib, M.Ag
NIP. 19740515 199803 1 003

Direktur,

Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag
NIP. 19590320 198403 1 002



ABSTRAK

Faiqoh, 2020. *Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum).* Tesis, Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pasca Sarjana IAIN Syekh Nurjati. Pembimbing, Dr. H. Ahmad Asmuni, MA dan Dr. H. Farihin, M.Pd.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran Pendidikan, Pencitraan Lembaga Pendidikan Islam*

Fenomena menarik terjadi dalam penyelenggaraan pendidikan, terutama saat penerimaan peserta didik baru. Masyarakat seakan sudah mengerti sekolah yang layak untuk menyekolahkan putra/putrinya, bagi mereka kriteria sekolah yang memiliki citra yang baik adalah sekolah yang berhasil memuaskan para pengguna jasa pendidikan (*user*). Penelitian dilakukan di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum mengingat lembaga ini memiliki karakter yang unggul dan memiliki citra yang positif di mata masyarakat

Fokus Penelitian ini adalah; 1). Bagaimana layanan jasa pendidikan dalam peningkatan citra, 2). Bagaimana strategi pemasaran dalam peningkatan citra, dan 3). Bagaimana keberhasilan strategi pemasaran dalam peningkatan citra di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, jenis studi kasus dengan rancangan desain multikasus. Proses pengumpulan data digunakan metode: 1). observasi, 2). wawancara mendalam, dan 3). dokumentasi. Analisis data digunakan model Miles & Huberman, data yang terkumpul dan sudah dicek keabsahannya dianalisis dengan cara: 1). Reduksi data. 2). Penyajian data. dan 3). Penarikan kesimpulan. Pengecekan data digunakan metode triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah: (1). Layanan jasa pendidikan di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan, hal ini diindikasikan dari 3 hal; a). Kepuasan layanan mutu akademik. b). Kepuasan/kesesuaian standarisasi guru dan staff sekolah. c). Kepuasan/kesesuaian mutu lulusan (*output*). (2). Strategi Pemasaran dalam meningkatkan citra dilakukan beberapa strategi yaitu; a). strategi langsung. b). Strategi tidak langsung. c). Strategi *differensiasi* d) Strategi pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan (*output*) dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) (3). Keberhasilan strategi pemasaran dalam meningkatkan citra di SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum adalah sebagai berikut; a). Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan (*public understanding*). b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat (*public confidence*), c). Adanya dukungan masyarakat (*public support*), d). Terjalannya kerjasama antara sekolah dan orang tua siswa (*public corporation*).

ABSTRACT

Faiqoh. 2020. Marketing Strategy of Education to Improve Image (Cases Study in SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum). Thesis, Master Program in Islamic Education Management, Post Graduate of State Islamic Religion Institute (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Supervisor, Dr. H. Ahmad Asmuni, MA and Dr. H. Farihin, M.Pd.

Keywords: Marketing Strategy of Education, Imaging of Islamic Institute Education

Interesting phenomenon occurred in education, especially when the acceptance of new students. Society seemed to have understood the eligible school to their sons or daughters, criteria of the school with has a good image is the school that managed to satisfy the users of education. The study was conducted in SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum because these institutions have superior character and a positive image in the public.

The focus of this research are; 1). How education services in improving the image, 2). How marketing strategies in improving the image, and 3). What is the impact of marketing strategy for imaging in SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum.

This study is qualitative research, case study type with a design multicases. The process of data collection used method: 1). observation, 2). in-depth interviews, and 3). documentation. The analysis of data used model's Miles and Huberman, the data which collected and checked validity then analyzed by means: 1), data reduction, 2). data presentation, and 3). conclusion. The checking of data used triangulation method.

The results of this study are: (1). Educational services in SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum to prioritize efforts on the fulfillment of expectations and customer satisfaction, indicated on; a). satisfaction or suitability of academic quality service. b). satisfaction or suitability standardization of teachers and school staff. c). satisfaction or suitability of the quality of graduates (output). (2). Marketing strategy in enhancing the image carried out several strategies, they are; a). direct strategy. b). an indirect strategy. c). differential strategy. d). financing strategies. Nevertheless, effective strategy in SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum is to showing proof of the quality of graduates (output) and image building service satisfaction through word of mouth, (3). The impact of marketing strategy for imaging in SMK Ponpes Manba'ul 'Ulum are; a). The high of customer loyalty (public understanding). b). Public confidence is getting stronger (public confidence), c). The existence of public support (public support), d). The establishment of effective cooperation between schools and parents (public corporation).

الملخص

فائقة . 2020. إستراتيجية التسويق اليربية والتعلم لتحسين صورة (بعث دراسة الحالية في المدرسة الثانوية المهنية معهد منبع العلوم بيربون. أطروحية البحث , رباح الماجستير في إدارة اليربية الإسلامية بجامعة شيخ نور جاي الإسلامية الحكومية بيربون. الميرق : الدكتور الحاج أحمد أسموبن الماجستير و الدكتور الحاج فارحسن الماجستير

كلمات البحث : إستراتيجية التسويق اليربية والتعلم , معهد التصور اليربية الإسلامية حدثت ظاهرة أئعة في اليربية والتعلم لا سما حص استقبال الطلاب الجدد, يبدو المجتمع أن يههم المدرسة الكتاتيب لإرسال أبناءهم او بنائهم. المدارس التي لديها صورة جيدة للمجتمع هي المدارس الكتاتيب التي يمكنت من تلبية مستخدمى الخدمات التعليمية.

ركز هذا البحث: (1) كيف خدمات التعلم في يحسن الصورة, (2) كيف إستراتيجيات التسويق في يحسن, (3) ما هو ياثبر إستراتيجية التسويق على التصور في المدرسة الثانوية المهنية معهد منبع العلوم بيربون.

وتشمل هذه الدراسة البحث النوعي, حالي نوع الدراسة مع ميروع تصميم و تستخدم بحث الحالي المتعددة, عملية جمع البيانات والإسلوب : (1) الملاحظة, (2) مقابلات معقة, (3) وياتق. تحليل البيانات المستخدمة طريقة التثليت.

نتائج هذا البحث هي : (1) الخدمات التعليمية في المدرسة الثانوية المهنية معهد منبع العلوم بيربون لتحديد أولويات الجهود على تحقيق توقعات ورضا العملاء, وأشار إلى أن هذا على 3 أشياء: أ) ملاءمة نوعية الخدمة الاكاديمية, ب) ملاءمة المعلمس و العاملس في المدرسة, ج) ملاءمة نوعية الجريجس. (2) قامت إستراتيجية التسويق في تعزز صورة من عدة إستراتيجيات, وهي : أ) اسيراتيجية مبايسرة, ب) اسيراتيجية غير المبايسرة, (3) اسيراتيجية التفاضلية. ومع ذلك اسيراتيجية فعالي في المدرسة الثانوية المهنية معهد منبع العلوم بيربون هو إظهار دليل على نوعية الجريجس (المخرجات) وبناء صورة الارتياح الخدمة من خلال الفهم. (3) أير إستراتيجية التسويق على التصور في المدرسة الثانوية المهنية معهد منبع العلوم بيربون: على مستوى عال من مستخدمى خدمة ولاء العمالر, ب) ثقة الجمهور يرداد قوة (ثقة الجمهور), ج) وجود الدعم الشعق (الدعم الشعق), إقامة تعاون عقال بس المدارس وأولياء الامور (مؤسسة عامة)

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI
No. 158/1987 dan 0543b/U/, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	-	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	sa'	ṣ	Es (dengan titik di atasnya)
ج	jim	j	Je
ح	ḥa'	ḥ	Ha (dengan titik di bawahnya)
خ	kha'	kh	Ka dan Ha
د	dal	d	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atasnya)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	-zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	Es dan Ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawahnya)
ض	ḍaḍ	ḍ	De (dengan titik di bawahnya)
ط	ṭa'	ṭ	Te (dengan titik di bawahnya)
ظ	ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik di bawahnya)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	qaf	q	Qi

ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wawu	w	We
ه	ha'	h	Ha
ء	hamzah	`	(apostrof), tetapi lambang ini tidak digunakan untuk hamzah di awal kata.
ي	ya'	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

متعمدين	ditulis	muta' aqqidīn
عدّة	ditulis	'iddah

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	hibabh
جزية	ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	ditulis	karāmah al-auliyā`
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta' marbutah hidup dengan harkat fathah, kasrah dan dhammah maka ditulis t.

زكاة الفطر	ditulis	zakātul fiṭri
------------	---------	---------------

D. Vokal Pendek

-	kasrah	ditulis	i
-	fathah	ditulis	a
-	ḍammah	ditulis	u

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	ditulis	ā
جاهلية	ditulis	jāhiliyyah
fathah + ya` mati	ditulis	ā
يسعى	ditulis	yas'ā
kasrah + ya` mati	ditulis	ī
كريم	ditulis	karīm
ḍammah + wawu mati	ditulis	ū
فروض	ditulis	furūḍ

F. Vokal Rangkap

fathah + ya` mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	bainakum
fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaulun

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT, tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMK Ponpes Manba’ul ‘Ulum)” dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau dan para sahabat dan pengikut- pengikut hingga hari akhir kelak.

Banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya dengan ucapan *jazakumullah khoiril jaza’* khususnya kepada:

1. Dr. H. Sumanta, M.Ag. selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh studi.
2. Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah memberi kesempatan dan dukungan kepada penulis dalam proses belajar di Pascasarjana.
3. Dr. H. Ahmad Asmuni, MA. selaku Pembimbing I yang selalu memberikan arahan yang begitu luar biasa, bimbingan, motivasi, keterbukaan serta kesediaan waktu, sehingga tesis ini terselesaikan.
4. Dr. H. Farihin, M.Pd. selaku Pembimbing II yang tak henti-hentinya selalu memberikan arahan, bimbingan, motivasi, perhatian serta kesediaan waktu, dalam proses penyusunan tesis ini.
5. H. As’ad Samawat, S.Ag selaku Kepala SMK Ponpes Manba’ul ‘Ulum, Masdum Mustaqwa selaku Wakil Kepala Bidang Humas SMK Ponpes Manba’ul ‘Ulum, Dadan Ramadan, S.Pd. selaku Kepala Urusan TU SMK Ponpes Manba’ul ‘Ulum, dan segenap guru, staff serta karyawan yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian di SMK Ponpes Manba’ul ‘Ulum hingga dapat terselesaikannya penelitian ini.

6. Suamiku tercinta, Syarif Abdurrahman, S,Pd.I. dan anakku tersayang, Kara Musthafa Pasha yang selalu memberikan waktu, doa, dorongan, semangat, dan motivasi yang tiada henti-hentinya kepada penulis, hingga dapat menyelesaikan studi ini.
7. Kedua orang tua, Ayahanda Abdul Rouf dan Ibunda Idah Mawaddah yang tiada henti-hentinya memberikan doa, motivasi, dorongan, sehingga menjadi energi bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
8. Rekan-rekan seperjuangan, senior, dan teman-teman semuanya yang selalu bersedia memberikan bantuan dan motivasi selama menjalani studi dan menyelesaikan tesis ini.

Semoga balasan Allah SWT senantiasa tercurah sesuai jasa-jasanya yang telah diberikan kepada penulis.

Dalam penulisan tesis ini, tentu tidak akan terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karenanya, kritik dan saran pembaca adalah hal penting berharga hingga akhirnya tesis ini bisa tampil lebih sempurna. Sebagai ungkapan terakhir, semoga tesis ini dapat memberi manfaat yakni kontribusi pemikiran, dan barokah.

Cirebon, 10 Maret 2020

Penulis

IAIN
SYEKH NURJATI
CIREBON

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
المخلص	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Sistematika Penulisan.....	24
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Konsep Layanan Jasa Pendidikan.....	25
A. Karakteristik Jasa Pendidikan.....	25
B. Kualitas Layanan Jasa Pendidikan.....	28
C. Kriteria Layanan Jasa Pendidikan.....	30
B. Konsep Pemasaran Pendidikan.....	35
A. Pemasaran Jasa Pendidikan.....	35
B. Strategi Pemasaran Pendidikan.....	38
C. Citra (<i>Image</i>) Lembaga Pendidikan.....	45
A. Pencitraan Lembaga Pendidikan.....	45

B. Keberhasilan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Citra.....	55
--	----

D. Konsep Islam tentang Strategi Pemasaran dan Pencitraan Lembaga Pendidikan.....	59
E. Kerangka Berpikir.....	65

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	67
B. Lokasi Penelitian.....	72
C. Sumber Data.....	73
D. Instrumen Penelitian.....	75
E. Teknik Pengumpulan Data.....	78
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	83
G. Analisis Data.....	89
H. Prosedur dan Tahapan Penelitian.....	96

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	99
B. Pembahasan.....	130

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	149
B. Saran.....	151

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

