

LEMBAR PENGESAHAN

**OPTIMALISASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS
MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DAN
KUANTITAS SISWA DI ERA REVOLUSI 4.0**

**Disusun Oleh:
AULIA NURUSSYIFA EL ABIDAH
NIM: 19086010049**

Telah diujikan pada 15 Februari 2022

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Magister Pendidikan Islam (M. Pd.)

Dewan Penguji

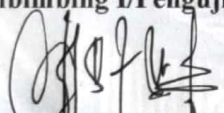
Ketua


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

Sekretaris


H. Didin Nurul Rosidin, MA, Ph.D
NIP. 19730404 199803 1 005

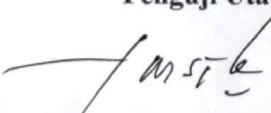
Pembimbing I/Penguji


Dr. Siti Fatimah, M. Hum
NIP. 19650914 199802 2 001

Pembimbing II/Penguji


Dr. Asep Kurniawan, M. Ag
NIP. 19710801 200312 1 001

Penguji Utama


Dr. H. Tamsik Udin, M. Pd
NIP. 19630207 199203 1 002

Direktur Pascasarjana


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



LEMBAR PERSETUJUAN

**"OPTIMALISASI MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
DAN KUANTITAS SISWA DI ERA REVOLUSI 4.0"
(Studi Fenomenologi Di MTs Terpadu Tunas Cendekia Babakan Ciwaringin
Cirebon Dalam Perspektif Marketing Mix Philip Kotler)**

Disusun oleh:

AULIA NURUSSYIFA EL ABIDAH

NIM: 19086010049

Telah disetujui pada tanggal, 23 November 2021

Pembimbing I



Dr. Siti Fatimah, M. Hum

NIP. 19650914 199802 2 001

Pembimbing II



Dr. Asep Kurniawan, M. Ag

NIP. 19710801 200312 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aulia Nurussyifa El Abidah

NIM : 19086010049

Jenjang Program : Magister

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Pada Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah ASLi hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Pernyataan ini dibuat dengan sejujurnya dan dengan penuh kesungguhan hati disertai kesiapan untuk bertanggung jawab atas segala resiko yang mungkin diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 23 November 2021

Yang menyatakan,



(Aulia Nurussyifa El Abidah)

NIM: 19086010049

Dr. Siti Fatimah, M. Hum

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

NOTA DINAS

Lamp. : 5 (lima) Lembar
Hal : Penyerahan Tesis

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

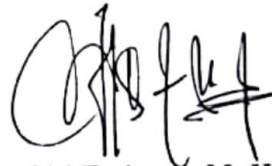
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa Tesis Saudari Aulia Nurussyifa El Abidah Yang Berjudul: **"Optimalisasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kualitas Dan Kuantitas Siswa Di Era Revolusi 4.0"** Telah Dapat Diujikan.
Bersama Ini Kami Kirimkan Naskahnya Untuk Diujikan Dalam Sidang Ujian Tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
Atas Perhatiannya Diucapkan Terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 23 November 2021

Pembimbing I



Dr. Siti Fatimah, M. Hum

NIP. 19650914 199802 2 001

Dr. Asep Kurniawan, M. Ag

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

NOTA DINAS

Lamp. : 5 (lima) Lembar
Hal : Penyerahan Tesis

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

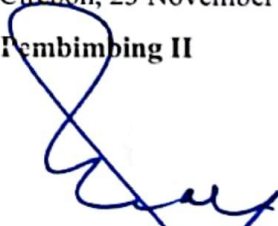
Setelah membaca, meneliti dan merevisi seperlunya, kami berpendapat bahwa Tesis Saudari Aulia Nurussyifa El Abidah Yang Berjudul: **"Optimalisasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kualitas Dan Kuantitas Siswa Di Era Revolusi 4.0"** Telah Dapat Diujikan.

Bersama Ini Kami Kirimkan Naskahnya Untuk Diujikan Dalam Sidang Ujian Tesis Program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
Atas Perhatiannya Diucapkan Terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cirebon, 23 November 2021

Pembimbing II


Dr. Asep Kurniawan, M. Ag
NIP. 19710801 200312 1 001

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati saya ucapkan terimakasih, kepada pihak-pihak yang membantu dan mendukung saya atas terselesainya karya tulis yang sederhana ini. Karya ini saya persembahkan untuk yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT karena taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan saya kekuatan, membekali saya ilmu dan dengan karunia yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

Teruntuk kedua orang tua saya, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya ini kepada Ummi tersayang (Yuliasari) dan Abi tersayang (Setyo Hajar Dewantoro), yang telah memberikan kasih sayang, motivasi, segala dukungan dan doa yang tiada henti yang tak mungkin bisa saya balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi salah satu langkah awal untuk membuat ummi dan abi bahagia, karya ini menjadi saksi bukti kegigihan Ummi dan Abi dalam mendidik dan menyekolahkan saya setinggi-tingginya.

Terimakasih kepada dosen pembimbing pertama Dr. Siti Fatimah, M. Hum dan dosen pembimbing kedua Dr. Asep Kurniawan, M. Ag yang selalu bersedia dengan sabarnya mendengarkan sekaligus memberikan solusi terbaik pada setiap kesulitan dan keluhan yang dihadapi penulis dalam mengerjakan tesis ini.

Kupersembahkan juga teruntuk partner hidup yang saya sayangi. Terimakasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan dengan sabarnya mendampingi saya disaat suka maupun duka, serta tak pernah bosan mengingatkan saya baik dalam bentuk apapun itu, sehingga saya mampu menyelesaikan tesis ini.

Untuk semua Dosen dan Civitas akademika program Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon serta pihak yang terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih semuanya. Semoga Allah senantiasa membalas setiap kebaikan kalian, dan memberikan kesehatan serta keberkahan dalam hidup. Semoga selalu berada dalam lindungan Allah SWT.

ABSTRAK

AULIA NURUSSYIFA EL ABIDAH, NIM 19086010049. Optimalisasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kualitas Dan Kuantitas Siswa Di Era Revolusi 4.0 (Studi Fenomenologi Di MTs Terpadu Tunas Cendekia Babakan Ciwaringin Cirebon Dalam Perspektif Marketing Mix Philip Kotler).

Di era revolusi 4.0 pemanfaatan media sosial adalah pilihan yang tepat tanpa mengenal ruang dan waktu. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana mengoptimalkan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pemasaran pendidikan berbasis media sosial untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas siswa di era revolusi 4.0 di Madrasah Tsanawiyah Terpadu Tunas Cendekia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan optimalisasi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pemasaran pendidikan berbasis media sosial di Madrasah Tsanawiyah Terpadu Tunas Cendekia di era revolusi 4.0. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi terhadap perkembangan manajemen sekolah/madrasah terkait manajemen pemasaran pendidikan untuk menambah jumlah siswa baru.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif pendekatan fenomenologi. Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumen. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, display data dan penyimpulan data. Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *marketing mix*.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pemasaran pendidikan berbasis media adalah mengadakan rapat dan membentuk tim penerimaan peserta didik baru (PPDB) dengan melakukan pembagian tugas disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki setiap individu untuk memasarkan sekolah, menentukan tujuan, menentukan segmentasi pasar, menentukan diferensiasi produk, menentukan strategi pemasaran yang tepat, menentukan media, dan mendesain media sosial. Pelaksanaan yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi, setelah itu melakukan proses pelaksanaan pemasaran berbasis Media sosial dengan menggunakan facebook, Instagram, website, dan YouTube berdasarkan teori yang di kemukakan oleh Philip Kotler yaitu memperhatikan konsep 7P (*produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses*) kemudian pelaksanaan perekrutan peserta didik. Evaluasi optimalisasi manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial ini menunjukkan hasil yang positif, dan manajemen pemasaran pendidikan berbasis media sosial telah berjalan optimal.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran; Pendidikan; Media Sosial.

ABSTRACT

AULIA NURUSSYIFA EL ABIDAH, NIM 19086010049. *Optimization of Social Media-Based Education Marketing Management in Improving the Quality and Quantity of Learners in the Revolutionary Era 4.0 (Phenomenological Studies at Islamic High School Tunas Cendekia Ciwaringin Cirebon with Philip Kotler Marketing Mix Perspective).*

In the era of revolution 4.0, the use of social media is the right choice regardless of space and time. The problem of this research is how to optimize the planning, implementation and evaluation of social media-based education marketing to improve the quality and quantity of students in the 4.0 revolution era at Madrasah Tsanawiyah Terpadu Tunas Cendekia.

The purpose of this study is to analyze and explain the optimization of planning, implementation and evaluation of social media-based education marketing at islamic high school Tunas Cendekia in the revolution era 4.0. The research method is a qualitative method with a phenomenological approach. The data collection instrument used observation, interviews and document studies. The analysis technique is done through data reduction, data display and data inference. The theory used is the theory of the marketing mix.

The findings in this study indicated that media-based education marketing planning is held meetings and forming a new student admissions team (PPDB) by dividing tasks according to each individual's ability to market schools, determine goals, determine market segmentation, determine product differentiation, determine appropriate marketing strategies, determine media, and design social media. The implementation carried out was to socialize, after that the process of implementing social media based marketing using Facebook, Instagram, websites, and YouTube was carried out based on the theory put forward by Philip Kotler by paying attention to the 7P concept (product, price, place, promotion, people, physical evidence, process) then the implementation of student recruitment. Evaluation of the optimization of the management of social media-based education marketing shows positive results, and the management of social media-based education marketing has been running optimally.

Keywords: *Marketing Management; Education; Social media.*

الملخص

أوليا نورصيفة العبيده (١٩٠٨٦٠١٠٠٤٩). إدارة التسويق التعليمي المستند إلى وسائل التواصل الاجتماعي في تحسين جودة وكمية المتعلمين في عصر الثورة ٤.٠ (دراسات الظواهر في مدرسة التساوية المتكاملة Tunas Cendekia بابكان سيوارينجين سيريون في منظور مزيج التسويق فيليب كوتلر)

في عصر الثورة 4.0 ، يعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو الاختيار الصحيح بغض النظر عن المكان والزمان. تتمثل مشكلة هذا البحث في كيفية تحسين التخطيط والتنفيذ والتقييم للتسويق التعليمي المستند إلى وسائل التواصل الاجتماعي لتحسين نوعية وكمية الطلاب في عصر الثورة 4.0 في مدرسة التساوية المتكاملة Tunas Cendekia.

إلى تحليل وشرح التحسين الأمثل للتخطيط والتنفيذ والتقييم للتسويق التعليمي القائم على وسائل التواصل الاجتماعي في مدرسة التساوية المتكاملة Tunas Cendekia في عصر الثورة 4.0. تكمن فائدة هذا البحث في المساهمة في تطوير إدارة المدرسة /المدرسة ذات الصلة بإدارة التسويق التعليمي لزيادة عدد الطلاب الجدد.

إن منهج البحث المستخدم في هذه الدراسة هو منهج نوعي ذو منهج ظاهري. استخدمت أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة الملاحظة والمقابلات ودراسات الوثائق. تم تنفيذ تقنيات تحليل البيانات من خلال تقليل البيانات وعرض البيانات واستدلال البيانات. النظرية المستخدمة في هذا البحث هي نظرية المزيج التسويقي.

تشير النتائج في هذه الدراسة إلى أن تخطيط التسويق التعليمي المستند إلى الوسائط يعقد اجتماعات وتشكيل فريق قبول طلاب جديد (PPDB) من خلال تقسيم المهام وفقاً لقدرات كل فرد على مدارس التسويق وتحديد الأهداف وتحديد تقسيم السوق وتحديد تمايز المنتجات وتحديد استراتيجية التسويق الصحيحة وتحديد وسائل الإعلام وتصميم وسائل التواصل الاجتماعي. كان التنفيذ الذي تم تنفيذه هو تنفيذ التنشئة الاجتماعية ، بعد ذلك نفذت عملية تنفيذ التسويق القائم على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام Facebook وInstagram والمواقع الإلكترونية و YouTube بناءً على النظرية التي طرحها Philip Kotler ، وهي الاهتمام بمفهوم (7P المنتج ، السعر ، المكان ، الترقية ، الأشخاص ، الدليل). المادي ، العملية (ثم تنفيذ تجنيد الطلاب. أظهر تقييم تحسين إدارة التسويق التعليمي المستند إلى وسائل التواصل الاجتماعي نتائج إيجابية ، وعملت إدارة التسويق التعليمي المستند إلى وسائل التواصل الاجتماعي على النحو الأمثل.

الكلمات المفتاحية: إدارة التسويق؛ تعليم؛ وسائل التواصل الاجتماعي.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua termasuk penulis, sehingga alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Sholawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang setia disepanjang zaman.

Penyusunan tesis ini merupakan kajian tentang “**Optimalisasi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Dalam Meningkatkan Kualitas Dan Kuantitas Siswa Di Era Revolusi 4.0 (Studi Fenomenologi Di MTs Terpadu Tunas Cendekia Babakan Ciwaringin Cirebon Dalam Perspektif Marketing Mix Philip Kotler)**”. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Sumanta, M. Ag, selaku rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Prof. Dr. H. Dedi Djubaedi, M. Ag, selaku Direktur Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
3. Dr, Hj. Huriyah, M. Pd, selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Dr. Siti Fatimah, M. Hum, selaku pembimbing I dan selaku dosen pembimbing akademik yang dengan tulus dan tekun memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian tesis ini.
5. Dr. Asep Kurniawan, M. Ag, selaku pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan tesis ini.
6. Seluruh dosen pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon, terutama dosen-dosen Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan wawasan dan tambahan pengetahuan penulis terkait permasalahan yang dibahas dalam tesis ini.

7. Alm. Dr. KH. Affandi Mochtar, MA., selaku Ketua Yayasan Bhakti Miftahul Ilmi yang telah memberikan kesempatan dan arahan kepada peneliti dalam penyusunan tesis ini.
8. Kepala sekolah MTs Terpadu Tunas Cendekia yang telah memberikan izin kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Orang tua tercinta yang senantiasa mendukung, mendoakan dan memotivasi.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun tak terlupakan dukungannya dalam penyelesaian tesis ini.

Akhirnya semoga segala dukungan dan bantuan yang tidak ternilai mendapatkan balasan dari Allah SWT, dan semoga penelitian ini bermanfaat khususnya bagi peneliti sendiri.

Cirebon. 23 November 2021

Penulis



Aulia Nurussyifa El Abidah

NIM. 19086010049

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Penelitian Terdahulu.....	5
F. Kajian Teori.....	10
G. Kerangka Teori.....	41
H. Metode Penelitian.....	45
I. Sistematika Penulisan.....	54
BAB II OPTIMALISASI PERENCANAAN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DAN KUANTITAS SISWA DI ERA REVOLUSI 4.0	
A. Temuan Optimalisasi Perencanaan Pemasaran	56
B. Pembahasan Optimalisasi Perencanaan Pemasaran	70
BAB III OPTIMALISASI PELAKSANAAN PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DAN KUANTITAS SISWA DI ERA REVOLUSI 4.0	
A. Temuan Optimalisasi Pelaksanaan Pemasaran.....	78
B. Pembahasan Optimalisasi Pelaksanaan Pemasaran.....	102
BAB IV OPTIMALISASI EVALUASI PEMASARAN PENDIDIKAN BERBASIS MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KUALITAS DAN KUANTITAS SISWA DI ERA REVOLUSI 4.0	
A. Temuan Optimalisasi Evaluasi Pemasaran.....	109
B. Pembahasan Optimalisasi Evaluasi Pemasaran.....	118
BAB V PENUTUP	

A. Kesimpulan.....	120
B. Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN.....	132
1. SK Pembimbing.....	133
2. Surat Pengantar Penelitian.....	134
3. Profil MTs Terpadu Tunas Cendekia	135
4. Data Guru MTs Terpadu Tunas Cendekia.....	137
5. Data Siswa Baru T.A 2021/2022	138
6. Program MTs	139
7. Pedoman Observasi	140
8. Pedoman Studi Dokumen	141
9. Pedoman Wawancara	142
10. Hasil Wawancara	145
11. Catatan Lapangan	173
12. Dokumentasi	175
13. Surat Keterangan Penelitian	184

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Siswa	3
Tabel 2.1. Rencana <i>Social Media Marketing</i>	69
Tabel 2.2 Ide Konten Media Sosial.....	69
Tabel 3.1 Struktur Kurikulum MTs Terpadu Tunas Cendekia	83
Tabel 3.2 Rincian Biaya PPDB MTs Terpadu Tunas Cendekia 2021	86
Tabel 4.2 Jumlah Pendaftar.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Teori.....	41
Gambar 3.1 Youtube Madrasah Terpadu Tunas Cendekia	89
Gambar 3.2 Instagram Madrasah Terpadu Tunas Cendekia	90
Gambar 3.3 Konten Informasi PPDB	91
Gambar 3.4 Beranda Website Tunas Cendekia.....	92
Gambar 3.5 Tampilan Website Galeri Foto MTs TC	93
Gambar 3.6 Tampilan Halaman Facebook TC	94
Gambar 3.7 Aplikasi PPDB MTs Tunas Cendekia.....	100