

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
ملخص البحث.....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN	ix
TRANSLITRASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GRAFIK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Manajemen Pemasaran Pendidikan Madrasah	9
a. Pengertian Manajemen Pemasaran Madrasah.....	9
b. Fungsi Pemasaran Madrasah	15
c. Proses Manajerial Pemasaran Madrasah.....	17
d. Strategi Pemasaran Madrasah.....	19
e. Media Pemasaran di Madrasah.....	26
2. Membangun Citra Baik Madrasah	27
3. Bauran Pemasaran Pendidikan Berbasis	

Madrasah	30
4. Peningkatan Daya Saing Madrasah.....	35
B. Penelitian Relevan	39
C. Kerangka Berfikir	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Lokasi Penelitian	45
C. Subyek dan Obyek Penelitian	46
D. Sumber Data	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Uji Keabsahan Data	50
G. Analisis data	52

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
IMPLEMENTASI MANAJEMEN BAURAN
PEMASARAN PENDIDIKAN DALAM
MENINGKATAN DAYA SAING LEMBAGA
PENDIDIKAN DI MIN 1 PATI**

A. Gambaran Umum.....	55
1. Gambaran Lokasi Penelitian.....	55
2. Sejarah Singkat MIN 1 Pati.....	57
3. Perkembangan Madrasah	57
4. Visi Misi MIN 1 Pati.....	58
5. Struktur Organisasi	60
6. Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan	64
7. Keadaan Peserta Didik MIN 1 Pati.....	67
8. Sarana Prasarana Madrasah.....	68
9. Ekstra Kurikuler.....	70
10. Kondisi Lingkungan Pemasaran.....	71
B. Hasil Penelitian	74
1. Data tentang Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di MIN I Pati.....	74
a. Planing Pemasaran Pendidikan Madrasah.....	76
b. Organizing Pemasaran Pendidikan Madrasah.....	77
c. Actuating Pemasaran Pendidikan	

Madrasah.....	78
d. Controlling Pemasaran Pendidikan Madrasah.....	84
e. Evaluating Pemasaran Pendidikan Madrasah.....	85
2. Daya Saing Lembaga Pendidikan di MIN 1 Pati	86
a. Identifikasi Pesaing Lembaga Pendidikan MIN 1 Pati	87
b. Faktor yang mempengaruhi daya saing MIN 1 Pati	88
c. Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing di MIN 1 Pati	89
d. Manfaat Peningkatan Daya Saing.....	101
3. Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) berbasis Madrasah dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga pendidikan di MIN 1 Pati	106
a. Produk Pendidikan Madrasah	106
b. Pembiayaan Madrasah.....	108
c. Tempat/Lokasi Madrasah	109
d. Promosi Madrasah.....	110
e. Sumber Daya Manusia madrasah	111
f. Physical Evidence Madrasah	112
C. Pembahasan.....	113
1. Analisis Data tentang Manajemen PPDB MIN 1 Pati.....	113
2. Analisis Data tentang Daya Saing lembaga Pendidikan di MIN 1 Pati.....	114
3. Analisis Data Implementasi Manajemen Marketing Mix Pendidikan Berbasis Madrasah dalam meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan	115

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	120
B. Saran-Saran	121

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN**



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Struktur Organisasi Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Pati Tahun pelajaran 2020/2021.....	61
Tabel 4.2	Prosentase Pendidik Serta Tenaga Kependidikan Menurut Umur	65
Tabel 4.3	Prosentase Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan MIN I Pati Tahun Pelajaran 2020/2021	66
Tabel 4.4	Kondisi Peserta didik Per 16 April Tahun Pelajaran 2020/2021	67
Tabel 4.5	Data Sarana Prasarana	69
Tabel 4.6	Daftar Penerimaan (PPDB) MIN 1 Pati 5 Tahun Terakhir	71
Tabel 4.7	Data Jumlah Calon Peserta didik yang mendaftar di MIN 1 Pati	75
Tabel 4.8	Prosentase Program Kurikulum MIN 1 Pati	107

DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1	Konsep Pemasaran Pendidikan	24
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir	42
Grafik 4.1	Grafik Proses Ke PPDB Kenaikan Animo Masyarakat Untuk Bersekolah di MIN 1 Pati...	85
Grafik 4.2	Grafik Kenaikan Jumlah Peserta Didik MIN 1 Pati 5 Tahun Terakhir	86
Grafik 4.3	Menunjukkan Daya Saing Jumlah Peserta didik SD/MI di Desa Slungkep dan Sumbersari	103

