

ABSTRAK

FAIQ NURUL IZZAH. NIM. MP-13027. Tesis. Bauran Pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan (Studi kasus di MI Nihayaturroghibin dan SDN Rogomulyo 01 Kayen, Pati tahun 2015/2016). Kudus: Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana STAIN Kudus, 2016.

Penelitian ini dilakukan karena MI Nihayaturroghibin dan SDN Rogomulyo 01 mempunyai banyak siswa ditengah persaingan dengan sekolah-sekolah yang berdekatan dengannya. Analisis bauran pemasaran dipilih karena unsur 7p (*product, price, place, promotion, physical evidence, people, process*) merupakan elemen organisasi yang bisa dibaurkan untuk mengevaluasi diri sekolah serta merupakan unsur-unsur yang langsung berhubungan dengan siswa sebagai pelanggan jasa pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1). Mengetahui bagaimana bauran pemasaran jasa pendidikan di MI Nihayaturroghibin dan SDN Rogomulyo 01 (2). Mengetahui daya saing lembaga pendidikan di MI Nihayaturroghibin dan SDN Rogomulyo 01, (3) Mengetahui bauran pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di MI Nihayaturroghibin dan SDN Rogomulyo 01.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan sumber data berupa dokumen dan hasil wawancara. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi lapangan, mencari dokumentasi dari informan terkait yakni kepala TU (tata usaha), dan bendahara sekolah. Serta wawancara kepada kepala sekolah, dan guru bagian humas. Analisis data dilakukan melalui tiga alur yaitu reduksi data, display data dan conclusion.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). Unsur Bauran pemasaran yang di analisis yaitu produk yang berupa program tahfidzul quran sebagai produk unggulan di MI Nihayaturroghibin dan kesenian jawa di SDN Rogomulyo 01. Penetapan harga gratis , tempat yang strategis dan mudah di akses, promosi yang dilakukan di MI Nihayaturroghibin melalui sosialisasi ke RA/TK sedangkan di SDN Rogomulyo 01 berupa perbaikan fisik. SDM sudah memenuhi standar kualifikasi akademik, guru di MI Nihayaturroghibin merupakan guru swasta sedangkan di SDN Rogomulyo 01 merupakan guru PNS. Serta Sarana fisik yang sudah memadai, dan proses (input-proses-output) yang dilakukan sesuai Standar Nasional Pendidikan. (2).Daya saing di MI Nihayaturroghibin berupa *product, price, place dan promotion* sedangkan di SDN Rogomulyo 01 berupa *product, place dan people*. (3). Kedua sekolah tersebut telah memenuhi 75% kriteria minimum pendidikan bermutu karena telah memenuhi enam dari standar nasional pendidikan, dan dua standar yang belum terpenuhi seratus persen adalah standar pendidik dan tenaga kependidikan dan standar sarana prasarana.

Kata kunci : *Bauran Pemasaran, Daya saing, MI Nihayaturroghibin, SDN Rogomulyo 01.*

ABSTRACT

Faiq Nurul Izzah. NIM. MP-13027. Thesis. The marketing mix of Education service to improve the competitiveness of the educational institution (The Study of case in MI Nihayaturroghibin and SDN Rogomulyo 01 Kayen, Pati Year 2015/2016). Kudus: Islamic Education Management, Postgraduate Program of STAIN, 2016.

This research was conducted because MI Nihayaturroghibin and Rogomulyo SDN 01 has a lot of students in the high competition with another schools. The Analysis of marketing mix used because “7p” elements (product, price, place, promotion, physical evidence, people, process) is an organization elements that can be assimilated to self-evaluate the school and its directly related to the student as customer education services.

This study aimed to know (1). The marketing mix of education service in MI Nihayaturroghibin and SDN Rogomulyo 01 (2). The competitiveness of educational institutions in MI Nihayaturroghibin and SDN Rogomulyo 01, (3) The marketing mix of education service to improve the competitiveness of educational institutions in MI Nihayaturroghibin and SDN Rogomulyo 01.

This study was a qualitative research with the documents and interview result as source of data. The Data collection was held by field observations, looking for documentation from the relevant informants (head of administration) and the school treasurer, and some interviews with the school headmaster and teachers of public relations also. The data analysis was carried out through three steps, these are data reduction, data display, and conclusion.

The results of research showed that: (1). Marketing mix elements analyzed was the product tahfidzul quran as the superior program in MI Nihayaturroghibin and Javanese arts program in SDN Rogomulyo 01. The Price is free, the place is strategic and easily accessible. The promotion carried out in MI Nihayaturroghibin was socialization to the RA / TK Sundoluhur and the arounds. But In the SDN 01 Rogomulyo carried out by school physical improvements. The Human Resource was applicable with standards of academic qualifications, the teachers at MI Nihayaturroghibin is non-government employee but in the SDN Rogomulyo 01 is government employee. The physical facilities was adequate, and the process (input-process-output) was applicable with National Standard of Education. (2).The competitiveness of MI Nihayaturroghibin is product, price, place and promotion, but the competitiveness of SDN Rogomulyo 01 is product, place and people. (3). Its two schools have meet 75% of the minimum criteria for a quality education because it has meet six of the national education standards, and the standards have not been met one hundred percent is the standard of teachers and education personnel and infrastructure standard.

Kata kunci : *Marketing Mix, Competitiveness, MI Nihayaturroghibin, SDN Rogomulyo 01.*

المخلص

فائق نور العزة . نمرة ١٣٠٢٧ أطروحة. الخدمات التعليمية المزيج التسويقي في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسة (دراسة حالة في المدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين و مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١ ،كاين فاطي عام ٢٠١٥/٢٠١٦). قدس: إدارة التربية الإسلامية، كلية الدراسات العليا الدراسة الاسلامية العليا الحكومية عام ٢٠١٦ م.

وقد جرت هذ البحث على السبب مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين و مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١.لديهما كثير من الطلاب في ظل المنافسة بين المدارس المجاورة لهما. تحليل المزيج التسويقي يختار للعناصر (المنتج، والقيمة، والمكان، والترويج، الأمكنة المادية، والأشخاص، والعملية) هي من عناصر المنظومة التي يمكن استيعابهم في احتبار نفس المدرسة والعناصر المتعلقة المباشرة بالطالب على خدمات التعليم والتربية.

وهدف هذ البحث إلى (١). معرفة كيفية المزيج التسويقي التعليمي في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين و مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١ (٢).معرفة القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين و مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١ (٣) معرفة المزيج التسويقي التعليمي في تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات التعليمية في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين و مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١.

هذا البحث هو البحث النوعي مع مصادر البيانات مثل المستندات والمقابلات. ويتم جمع البيانات عن طريق الملاحظات المواقع، وتبحث عن وثائق من المخبرين تلك الصلة رئيس المكتبة ، وأمين الصندوق من المدرسة.

بالإضافة إلى لقاءات مع مدير المدرسة والمعلمين الذين يتعلقون بالمجتمع العامة. تم إجراء تحليل البيانات بثلاثة أبعاد هي تخفيض البيانات، وتعرض البيانات، والاستنتاج.

وحاصل هذا البحث يدل على: (١). تحليل عناصر المزيج التسويقي هي تحفيظ القرآن الكريم وهو من الممتاز في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين والفنون الجاوية في مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١. تقرير عدم المكس يعنى مجاناً، وكان مكانها استراتيجياً ويمكن الوصول إليها بسهولة، ونفذت الترويج في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين هي خلال التنشئة الاجتماعية في روضة الاطفال واما في مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١ هي في تحسين المادية الحسية. الموارد البشرية قد كفاً بالمعايير المؤهلات الأكاديمية، والمعلمون والمدرسون في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين هم المعلم المؤسسية واما في مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١ هم من المعلمين الحكومية. وكذلك المادية الحسية قد وافق بالمعايير المؤهلات الأكاديمية ، والعملية (المدخلة وعملية والإخراجية) قد وافق بمعايير التربية الحكومية. (٢) القدرة التنافسية في مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين هي المنتج والسعر والمكان والترويج، واما في مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١ هو المنتج والمكان والموارد البشرية. (٣). كل منهما قد وافق ٧٥ ٪ من حد الأدنى في جودة التعليم لأنه قدوافق ستة من ثمانية الحدود بمعايير التربية الحكومية ، والاثنين التي لم يتم الوفاء هو مستوى المدرسين والعاملين في مجال التعليم ومعايير البنية التحتية.

كلمات البحث : المزيج التسويقي , القدرة التنافسية , مدرسة الابتدائية الاسلامية نهاية الراغبين و مدرسة الابتدائية راكموليا ٠١