ABSTRAK

FERI HENDRI NIM : **162040005** judul tesis: ***Strategi Pemasaran Jasa dan Layanan Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*** **(Studi di MTs Negeri Kota Cilegon)** Program Pascasarjana S2 Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten tahun 2018.

Pentingnya pelayanan pendidikan yang bermutu salah satu masalah yang harus dihadapi di sekolah. Proses pemberian layanan pendidikan yang masih jauh dari harapan. Di satu pihak pemberian layanan pendidikan belum menemukan cara yang paling tepat, dipihak lain pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta semakin tingginya kehidupan masarakat telah semakin meningkatnya tuntutan kebutuhan hidup sosial masyarakat sebagai pelanggan pendidikan. Mutu pendidikan menjadi jaminan yang penting dalam madrasah untuk dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan pendidikan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri Cilegon?; (2) Bagaimana strategi layanan pendidikan di MTs Negeri Cilegon?; (3) Bagaimana strategi peningkatan mutu pendidikan di MTs Negeri Cilegon?; Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran jasa pendidikan di MTs Negeri Cilegon, (2) Untuk mendeskripsikan strategi layanan pendidikan di MTs Negeri Cilegon; (3) Untuk mendeskripsikan strategi peningkatan mutu pendidikan di MTs Negeri Cilegon.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan instrumen penelitian: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun yang menjadi informan penelitian yaitu Kepala Madrasah, Bidang Kurikulum, Kesiswaan, guru dan lain sebagainya yang dapat memberikan keterangan mengenai permasalahan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di MTs Negri Kota Cilegon.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah: (1) Strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di MTs Negeri Kota Cilegon dalam meningkatkan mutu pendidikan menggunakan dua cara yaitu: (a) pemasaran secara langsung, yaitu dengan cara: promosi dan publisitas, media cetak (brousur), dan door to door ke setiap sekokolah dengan keikutsertaan dari alumni. (b) pemasaran secara tidak langsung, yaitu dengan cara: melalui penawaran berbagai kegiatan ekstrakurikuler: seperti mengadakan kegiatan perlombaan yang dilaksanakan di lokasi MTs Negeri Kota Colegon; (2) Layanan pendidikan di MTs Negeri Kota Cilegon dilakukan seperti, layanan pembelajaran, layanan keamanan, layanan kesehatan, layanan personalia, layanan bimbingan, layanan keuangan, layanan kesejahteraan, layanan administrasi, kemudian layanan informasi, dan (3) Strategi peningkatan mutu Pendidikan di MTs Negeri Kota Cilegon dilaksanakan dengan memenuhi faktor yang dibutuhkan yaitu: Kepemimpinan Kepala sekolah; guru; peserta didik; kurikulum; dan jaringan kerjasama.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Layanan Pendidikan, Mutu Pendidikan.*

ABSTRACT

FERI HENDRI SRN. 162040005 thesis title: Marketing Strategy for Educational Services and Services in Improving the Quality of Education (Study in Cilegon City MTs) Postgraduate Program in Islamic Education Management State Islamic University (UIN) Sultan Maulana Hasanudin Banten in 2018.

The importance of quality education services is one of the problems that must be faced at school. The process of providing education services is still far from expectations. On the one hand the provision of educational services has not found the most appropriate way, on the other hand the rapid development of science and technology and the increasing life of the community have increasingly demanded the social needs of the community as education customers. The quality of education is an important guarantee in the madrasa to be able to provide satisfaction to education customers.

Based on the background of the problem above, the formulation of the problem in this study are: (1) What is the marketing strategy of education services in MTs Negeri Cilegon ?; (2) What is the education service strategy in Cilegon MTs Negeri ?; (3) What is the strategy for improving the quality of education at MTs Negeri Cilegon ?; The objectives to be achieved in this study are: (1) To describe the marketing strategy of education services at MTs Negeri Cilegon, (2) To describe the education service strategy at MTs Negeri Cilegon; (3) To describe the strategy for improving the quality of education at MTs Negeri Cilegon.

The method used in this study is to use a descriptive qualitative approach with research instruments: observation, interviews, and documentation. As for those who become research informants, namely the Head of Madrasah, Curriculum Field, Student Affairs, teachers and others who can provide information about research problems. This research was conducted at MTs Negri, Cilegon City.

The conclusions obtained from this study are: (1) The marketing strategy of education services conducted in MTs Negeri Cilegon in improving the quality of education uses two ways, namely: (a) direct marketing, namely by: promotion and publicity, print media (brousur), and door to door to every school with alumni participation. (b) indirect marketing, that is by way of: through offering various extracurricular activities: such as holding competition activities held at the Colegon City MTs location; (2) Educational services in MTs Negeri Cilegon are carried out such as learning services, security services, health services, personnel services, guidance services, financial services, welfare services, administrative services, then information services, and (3) Education quality improvement strategies in Cilegon City MTs is implemented by fulfilling the required factors, namely: Principal Leadership; teacher; learners; curriculum; and network collaboration.

Keywords: Strategy, Marketing, Educational Services, Quality of Education.

ملخص البحث

فير هندري رقم التسجيل: ١٦٢٠٤٠٠٠٥، تحت العنوان: عنوان الرسالة: إستراتيجية التسويق للخدمات التعليمية والخدمات في تحسين جودة التعليم (دراسة في مدارس سيليجون (المدرسة الثانوية برنامج الدراسات العليا في إدارة التربية الإسلامية جامعة الولاية الإسلامية جامعة سلطان مولانا حسن الدين بنتن في عام ٢٠١٨.

أهمية خدمات التعليم الجيد هي واحدة من المشاكل التي يجب مواجهتها في المدرسة. لا تزال عملية توفير خدمات التعليم بعيدة عن التوقعات. فمن ناحية ، لم يجد توفير الخدمات التعليمية الطريقة الأكثر ملاءمة ، من ناحية أخرى ، طالب التطور السريع للعلوم والتكنولوجيا وحياة المجتمع المتزايدة بشكل متزايد بالاحتياجات الاجتماعية للمجتمع كعملاء في مجال التعليم. جودة التعليم هي ضمان هام في المدرسة لتكون قادرة على توفير الرضا للعملاء التعليم.

استناداً إلى خلفية المشكلة أعلاه ، فإن صياغة المشكلة في هذه الدراسة هي: (١) ما هي استراتيجية التسويق للخدمات التعليمية في المدرسة الثانوية العامة جيلغون؟ (٢) ما هي استراتيجية خدمات التعليم في المدرسة الثانوية العامة جيلغون؟ (٣) ما هي استراتيجية تحسين نوعية التعليم في المدرسة الثانوية العامة جيلغون؟ الأهداف التي يجب تحقيقها في هذه الدراسة هي: (١) وصف الاستراتيجية التسويقية للخدمات التعليمية في المدرسة الثانوية العامة جيلغون، (٢) لوصف استراتيجية خدمات التعليم في المدرسة الثانوية العامة جيلغون، (٣) وصف الاستراتيجية لتحسين جودة التعليم في المدرسة الثانوية العامة جيلغون.

الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي استخدام المنهج الوصفي النوعي مع أدوات البحث: الملاحظة والمقابلات والوثائق. أما بالنسبة لأولئك الذين يصبحون مخبرين البحوث ، وهما رئيس المدرسة ، مجال المناهج الدراسية ، شؤون الطلاب والمعلمين وغيرهم ممن يمكنهم تقديم معلومات عن مشاكل البحث. تم إجراء هذا البحث في المدرسة الثانوية العامة جيلغون.

الاستنتاجات التي تم الحصول عليها من هذه الدراسة هي: (١) استراتيجية التسويق للخدمات التعليمية التي أجريت في المدرسة الثانوية العامة جيلغون في تحسين جودة التعليم تستخدم طريقتين ، هما: (أ) التسويق المباشر ، أي عن طريق: الترويج والدعاية ، وسائل الإعلام المطبوعة) (كراسة) ومن الباب إلى الباب لكل مدرسة بمشاركة الخريجين. (ب) التسويق غير المباشر ، وذلك عن طريق: من خلال تقديم مختلف الأنشطة الخارجة عن المناهج الدراسية ، مثل عقد أنشطة المنافسة في موقع المدرسة الثانوية العامة في مدينة جيلغون؛ (٢) يتم تنفيذ الخدمات التعليمية في المدرسة الثانوية العامة جيلغون مثل خدمات التعلم ، والخدمات الأمنية ، والخدمات الصحية ، وخدمات الموظفين ، والخدمات الإرشادية ، والخدمات المالية ، وخدمات الرعاية الاجتماعية ، والخدمات الإدارية ، ثم خدمات المعلومات ، و (٣) استراتيجيات تحسين جودة التعليم في يتم تنفيذ المدرسة الثانوية العامة جيلغون من خلال تلبية العوامل المطلوبة ، وهي: القيادة الرئيسية. المعلمين. المتعلمين. المناهج الدراسية. والتعاون الشبكي.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية ، التسويق ، الخدمات التعليمية ، جودة التعليم.