

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Umi Faridhoh
NIM : 182410095
Jenjang : Magister
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Menyatakan bahwa naskah tesis magister yang berjudul “MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN DI SMP ISLAM AL AZHAR 27 DAN SMP YPWKS KOTA CILEGON” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di dunia akademik.

Apabila dikemudian hari ternyata terbukti secara meyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan dari tesis ini merupakan hasil plagiat, saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Serang, 14 April 2020
Saya yang menyatakan

Umi Faridhoh
NIM: 182410095

PENGESAHAN

Tesis berjudul :**MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN
LOYALITAS PELANGGAN DI SMP ISLAM
AL AZHAR 27 DAN SMP YPWKS KOTA
CILEGON**

Nama : Umi Faridhoh

NIM : 182410095

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Tanggal Ujian : 14 April 2020

Dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Pendidikan.

Serang, 14 April 2020

Direktur,

Prof. Dr. H.B. Syafuri, M.Hum.
NIP. 195908101990031002

PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS MAGISTER

Tesis berjudul : **MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN
SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN
LOYALITAS PELANGGAN DI SMP ISLAM
AL AZHAR 27 DAN SMP YPWKS KOTA
CILEGON**

Nama : Umi Faridhoh

NIM : 182410095

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Telah disetujui tim penguji ujian munaqasyah

Ketua : Dr. H. Moch. Mu'izzuddin, M.Pd. (.....)

Penguji I : Dr. Hj. Eneng Muslihah, M.M, Ph.D. (.....)

Penguji II : Dr. Yus'aini Kamal, M.Pd. (.....)

Pembimbing I : Dr. H. Agus Gunawan, M.Pd. (.....)

Pembimbing II : Dr. Hj. Umi Kultsum, M.A. (.....)

Sekretaris : Moch. Subekhan, S.Ag, M.Ag. (.....)

Diuji di Serang pada tanggal 14 April 2020

Waktu : 11.00 s.d 12.00

Hasil/Nilai : 3.59

Predikat : ~~Memuaskan~~/Sangat memuaskan/~~Cumlaude~~ *

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sultan Maulana Hasanuddin
Banten
Di Serang

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis magister yang berjudul:

MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN DI SMP ISLAM AL AZHAR 27 DAN SMP YPWKS KOTA CILEGON

Yang ditulis oleh:

Nama : Umi Faridhoh
NIM : 182410095
Program : Magister (S2)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Kami bersepakat bahwa tesis magister tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten untuk diajukan guna mengikuti UJIAN TESIS MAGISTER dalam rangka memperoleh gelar M.Pd (Magister Pendidikan).

Wassalamu'alaikum wr.wb

Serang, 9 Februari 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Agus Gunawan, M.Pd
NIP. 196105141987031003

Dr. Hj. Umi Kultsum, M.A.
NIP. 1966505131993032002

ABSTRAK

Nama: Umi Faridhoh, NIM: 182410095 Judul: “Manajemen Pemasaran Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Loyalitas Pelanggan Di SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS Kota Cilegon”.

Era globalisasi di berbagai bidang kehidupan turut berdampak pada meningkatnya persaingan antar lembaga pendidikan terutama pada lembaga pendidikan tingkat menengah pertama, sehingga setiap lembaga pendidikan harus mampu mengikuti kompetisi dalam dunia pendidikan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan tidak dapat lagi dikelola dengan paradigma dan cara-cara lama. Lembaga pendidikan perlu dikelola secara profesional dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen pemasaran pendidikan atau merencanakan strategi pemasaran pendidikannya agar mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat lokal, nasional maupun internasional.

Manajemen pemasaran perlu dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan terlebih lembaga pendidikan swasta seperti SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS di Cilegon. Sekolah memerlukan manajemen pemasaran untuk menekan persaingan dari sekolah-sekolah swasta lain terutama sekolah negeri yang menjadi pesaing utama di Kota Cilegon dalam mempertahankan pelanggan pendidikan. Manajemen pemasaran secara khusus pada pendidikan menurut Kotler dan Fox ialah sebagai analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program yang dirumuskan secara hati-hati, yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran nilai secara sukarela dengan pasar sasaran/pasar target jasa pendidikan untuk mencapai tujuan sekolah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran pendidikan di SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS, loyalitas pelanggannya dan implikasinya terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus atau penelitian lapangan. Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu pemasaran pendidikan di SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS sudah dilakukan diantaranya kegiatan perencanaan biaya, strategi pemasaran dan promosi, dan mengadakan open house. Pengorganisasian oleh kepala sekolah, pelaksanaan pemasaran oleh seluruh warga sekolah dan pengontrolan yang rutin oleh kepala sekolah dan panitia, serta melakukan targeting, positioning, differensiasi, dan unsur bauran pemasaran dalam strategi pemasarannya. Namun pada pelaksanaan pemasarannya kurang maksimal.

Loyalitas pelanggan pendidikan SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS sudah baik, dibuktikan dengan adanya kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan sekolah serta ikut mendukung kegiatan sekolah dan juga merekomendasikan sekolah terhadap masyarakat di luar sekolah. Kegiatan manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan yang ada di sekolah namun karena penyampaian jasa pendidikan yang belum maksimal sekolah belum banyak menarik minat pelanggan baru terhadap sekolah.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran Pendidikan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name: Umi Faridhoh, SRN: 182410095 Title: "Education Marketing Management as a Strategy to Increase Customer Loyalty in Al Azhar 27 Islamic Middle School and YPWKS Middle School Citi Of Cilegon".

The Era of globalization in various fields of life also has an impact on increasing competition between educational institutions, especially in secondary education institutions, so that every educational institution must be able to participate in competition in the world of education. Therefore, educational institutions can no longer be managed with the old paradigm and method. Educational institutions need to be managed professionally by applying the principles of education marketing management or planning education marketing strategies to meet the needs and desires of local, national and international communities.

Marketing management needs to be carried out by every educational institution especially private educational institutions such as Al Azhar 27 Islamic Middle School and YPWKS Middle School in Cilegon. Schools need marketing management to suppress competition from other private schools, especially public schools which are the main competitors in the City of Cilegon in retaining education customers. Specialized Marketing Management in education according to Kotler and Fox is as a carefully designed analysis, planning, implementation and control program to produce voluntary value exchanges with the target market for educational services to achieve school goals.

This study aims to determine the marketing of education in Al Azhar 27 Islamic Middle School and YPWKS Middle School, customer loyalty and its implications for increasing customer loyalty. This research is a qualitative research with a case study approach or field research. The results of this study are marketing education at Al Azhar 27 Islamic Middle School and YPWKS Middle School including cost planning activities, marketing and promotion strategies, and holding an open house. Organizing by the principal, marketing implementation by all school members and routine control by the principal and committee, and targeting, positioning, differentiation, and marketing mix elements in their marketing strategies. But the marketing implementation is not optimal. The loyalty of Al Azhar 27 Islamic Middle School and YPWKS Middle School is good, evidenced by customer satisfaction and trust in

school services and supporting school activities and also recommending schools to the community outside the school. Educational marketing management activities carried out by Al Azhar 27 Islamic Junior High School and YPWKS Junior High School have an impact on increasing customer loyalty in schools, but because the delivery of educational services has not been maximized, schools have not yet attracted many new customers to school.

Keywords: Marketing Management Education, Customer Loyalty

الملخص

اسم : أمي فريضة، رقم: ١٨٢٤١٠٠٩٥، العنوان : "تعليم إدارة التسويق كاستراتيجية لزيادة ولاء العملاء في مدرسة الأزهر ٢٧ المتوسطة ومدرسة ي.ف.و.ك.س. المتوسطة مدينة سيليجون".

إن عصر العولمة في مختلف مجالات الحياة له أيضًا تأثير على زيادة المنافسة بين المؤسسات التعليمية ، وخاصة في مؤسسات التعليم الثانوي ، بحيث يجب أن تكون كل مؤسسة تعليمية قادرة على المشاركة في المنافسة في عالم التعليم. لذلك ، لم يعد من الممكن إدارة المؤسسات التعليمية بال نموذج والطريقة القديمة. يجب إدارة المؤسسات التعليمية بشكل احترافي من خلال تطبيق مبادئ إدارة تسويق التعليم أو التخطيط لاستراتيجيات تسويق التعليم لتلبية احتياجات ورغبات المجتمعات المحلية والوطنية والدولية.

يجب أن تتم إدارة التسويق من قبل كل مؤسسة تعليمية وخاصة المؤسسات التعليمية الخاصة مثل مدرسة الأزهر ٢٧ الإسلامية المتوسطة الإعدادية ومدرسة ي.ف.و.ك.س. المتوسطة في سيليجون. تحتاج المدارس إلى إدارة تسويق لجمع المنافسة من المدارس الخاصة الأخرى ، وخاصة المدارس العامة التي تعد المنافسين الرئيسيين في مدينة سيليجون في الاحتفاظ بعملاء التعليم. إدارة التسويق المتخصصة في التعليم وفقًا لكونترول وفوكس هي عبارة عن برنامج مصمم بعناية للتحليل والتخطيط والتنفيذ والتحكم لإنتاج تبادل قيم طوعي مع السوق المستهدفة / السوق المستهدفة للخدمات التعليمية لتحقيق أهداف المدرسة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تسويق التعليم في مدرسة الأزهر ٢٧ الإسلامية المتوسطة ومدرسة ي.ف.و.ك.س. المتوسطة ، ولاء العملاء وانعكاساته على زيادة ولاء العملاء. هذا البحث هو بحث نوعي مع نهج دراسة حالة أو بحث ميداني. نتائج هذه الدراسة هي التعليم التسويقي في مدرسة الأزهر ٢٧ الإسلامية المتوسطة والمتوسطة ومدرسة ي.ف.و.ك.س. المتوسطة بما في ذلك أنشطة تخطيط التكلفة واستراتيجيات التسويق والترويج وعقد منزل مفتوح. التنظيم من قبل مدير المدرسة ، وتنفيذ التسويق من قبل جميع أعضاء المدرسة ، والتحكم الروتيني من قبل مدير المدرسة واللجنة ، واستهداف عناصر الموضوع والتميز والتمييز والتسويق في استراتيجياتهم التسويقية. لكن تنفيذ التسويق ليس الأمثل. إن ولاء الأزهر ٢٧ للمدرسة الإسلامية المتوسطة ومدرسة ي.ف.و.ك.س. المتوسطة أمر جيد ، ويتضح ذلك من خلال رضا العملاء والثقة في الخدمات المدرسية ودعم الأنشطة المدرسية وكذلك التوصية بالمدارس للمجتمع خارج المدرسة. تؤثر أنشطة إدارة التسويق التربوي التي تنفذها مدرسة الأزهر الإسلامية الإعدادية ٢٧ ومدرسة ي.ف.و.ك.س. الإعدادية الثانوية على زيادة ولاء

العملاء في المدارس ، ولكن نظرًا لأن تقديم الخدمات التعليمية لم يتم تعظيمه ، فإن المدارس لم تجذب بعد العديد من العملاء الجدد إلى المدرسة.

الكلمات المفتاحية: تعليم إدارة التسويق ، ولاء العملاء

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmānirrahīm

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan limpahan rahmat dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada idola umat Islam, manusia paling sempurna, yakni baginda Nabi Muhammad SAW, serta doa untuk keluarganya, sahabatnya dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Banyak pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta semangat dalam menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis menyampaikan ungkapan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A. sebagai Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa melanjutkan pendidikan S2 di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
2. Bapak Prof. Dr. H.B. Syafuri, M.Hum sebagai Direktur Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis selama menyelesaikan studi di Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Dr. H. Anis Fauzi, M.SI sebagai Ketua Prodi MPI Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan arahan dan petunjuk bagi penulis selama menempuh studi di Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

4. Bapak Dr. H. Agus Gunawan, M.Pd sebagai dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Hj. Umi Kultsum, M.A sebagai pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan, dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mendidik, memberikan ilmu, pengalaman serta pengarahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Civitas akademika UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah melayani dan memberikan kemudahan bagi penulis selama menempu studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
7. Pimpinan SMP Islam Al Azhar 27 dan SMP YPWKS Kota Cilegon yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di sekolah tersebut, dan kepada guru-guru yang telah bersedia diwawancarai.
8. Kedua Orangtua Ayah dan Ibu yang telah memberikan dukungan baik moril atau materil selama penulis menempuh studi hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan pendidikan sampai jenjang S-2.
9. Kakak dan adik yang telah memberikan dukungan terbaiknya kepada penulis selama menyelesaikan pendidikan S-2 di Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Program Pascasarjana UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten angkatan XV yang telah menemani berjuang disaat susah dan senang selama kuliah. Semoga kita semua tetap dalam ikatan silaturahmi dan jalinan persahabatan yang indah.
11. Serta teman-teman guru dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan Tesis ini.

Semoga kebaikan dan pengorbanan yang telah kalian lakukan untuk penulis serta bantuan untuk menyelesaikan Tesis ini, dibalas oleh Allah Swt dengan balasan yang lebih. Akhirnya saya sebagai penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya dan bagi penulis khususnya. *Aamiin Yaa Rabbal 'Alamiin.*

Serang, 9 Februari 2020

Umi Faridhoh
NIM: 182410095

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS MAGISTER	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
F. Penelitian yang Relevan	17
G. Kerangka Pemikiran	26
H. Sistematika Pembahasan	27
BAB II LANDASAN TEORETIS	30
A. Manajemen Pemasaran	30
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	30
2. Tugas Manajemen Pemasaran	34
3. Unsur-unsur Pemasaran	35
4. Konsep Pemasaran Jasa	38

B.	Manajemen Pemasaran Pendidikan	42
1.	Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan	42
2.	Tujuan dan Fungsi Pemasaran dalam Pendidikan.....	45
3.	Fungsi Manajemen Pemasaran Pada Lembaga Pendidikan	48
C.	Bauran Pemasaran Pendidikan.....	54
1.	Pengertian Bauran Pemasaran	54
2.	Unsur-unsur Bauran Pemasaran Pendidikan	55
D.	Loyalitas Pelanggan	66
1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	66
2.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	71
E.	Tahapan Loyalitas Pelanggan	74
1.	Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	74
2.	Tahapan Loyalitas Pelanggan	80
F.	Strategi Peningkatan Loyalitas Pelanggan	84
1.	Penciptaan Menuju Loyalitas	84
2.	Merancang dan Menciptakan Loyalitas Pelanggan	86

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 88

A.	Tempat dan Waktu Penelitian	88
1.	Tempat Penelitian.....	88
2.	Waktu Penelitian.....	92
B.	Metode Penelitian	93
C.	Subyek dan Informan Penelitian	96
1.	Subyek Penelitian.....	96

2. Infroman Penelitian.....	97
D. Teknik Pengumpulan Data	98
E. Teknik Analisis Data	105
BAB IV DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	108
A. Analisis Data Hasil Penelitian.....	108
1. Paparan Data Di SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon	108
a. Manajemen Pemasaran Pendidikan Di SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon	108
b. Loyalitas Pelanggan SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon.....	135
c. Implikasi Manajemen Pemasaran Pendidikan SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan	147
2. Paparan Data Di SMP YPWKS Cilegon	151
a. Manajemen Pemasaran Pendidikan Di SMP YPWKS Cilegon	151
b. Loyalitas Pelanggan SMP YPWKS Cilegon	173
c. Implikasi Manajemen Pemasaran Pendidikan SMP YPWKS Cilegon Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan	185
B. Pembahasan Hasil Penelitian	189
1. Pembahasan Hasil Penelitian Di SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon	191
2. Pembahasan Hasil Penelitian Di SMP YPWKS Cilegon.....	192

BAB V	PENUTUP	193
	A. Simpulan	193
	B. Saran-saran	195
DAFTAR PUSTAKA		196
LAMPIRAN - LAMPIRAN		202
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		234

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I: Pedoman Observasi	203
Lampiran II: Lembar Observasi SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon	204
Lampiran III: Sarana dan Prasarana SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon	205
Lampiran IV: Lembar Observasi SMP YPWKS Cilegon	206
Lampiran V: Sarana dan Prasarana SMP YPWKS Cilegon.....	207
Lampiran VI: Pedoman Wawancara	208
Lampiran VII: Hasil Wawancara Di SMP Islam Al Azhar 27 Cilegon	212
Lampiran VIII: Hasil Wawancara Di SMP YPWKS Cilegon	219
Lampiran IX: Pedoman Dokumentasi	225
Lampiran X: Dokumentasi Foto	225