

## ABSTRAK

Hernawati: *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Pada Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin)*, Pembimbing I: Prof. Dr. H. Mahyuddin Barni, M.Ag, dan II: Dr. H. Husnul Yaqin, M. Ed. Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, pada Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin, (2017).

Kata kunci : Manajemen, Pemasaran, Jasa Pendidikan, Lembaga Pendidikan Islam

Lembaga-lembaga pendidikan Islam masih dihadapkan pada berbagai persoalan, mulai dari rumusan tujuan pendidikan yang kurang sejalan dengan tuntutan masyarakat, persoalan guru, metode, kurikulum, tujuan dan sebagainya. Upaya untuk mengatasi masalah tersebut masih terus dilakukan dengan berbagai upaya, seperti penataran guru, pelatihan tenaga pengelola kependidikan dan lain sebagainya terus dilakukan, namun masalah pendidikan terus bermunculan seperti yang dilakukan SDIT Ukhuwah Banjarmasin. Upaya untuk memperbaiki kondisi kependidikan, perlu dilihat dari berbagai aspek, di antaranya, sumber daya manusia (SDM), masih kurangnya praktek nyata yang benar serta penjabaran dari berbagai aturan Islam, memanajerial, dan sebagainya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Selanjutnya data dianalisis menggunakan metode deskriptif. Analisis melalui reduksi data yang diperoleh di lapangan dirangkum dengan memilih hal-hal yang pokok serta disusun secara lebih sistematis.

Temuan dalam penelitian ini bahwa manajemen pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di SDIT Ukhuwah dimulai dari perencanaan (*planning*) yang di opinikan oleh anggota yayasan yang melibatkan ketua yayasan, direktur, kepala sekolah, dewan guru dan masyarakat sebagai *stakeholder*. Kepala sekolah menentukan pembagian tugas dan tanggung jawab kepada para guru, dan staff yang terpilih. Adapun dalam pelaksanaannya dilakukan oleh semua pihak SDIT terutama guru dan siswa dengan di bawah pimpinan ketua yayasan. Kemudian pengawasan (*controlling*) dilakukan pihak kepala sekolah dengan memberikan saran, dan evaluasi yang dilakukan setiap selesai pekerjaan, Analisis yang digunakan oleh SDIT Ukhuwah dalam menetapkan strategi pemasaran jasa pendidikan, yaitu analisis SWOT karena selalu memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan dari setiap tindakan pemasaran yang dilakukan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan lembaga dan mengupayakan peningkatan mutu lembaga sebagai wujud dari tujuan yang diinginkan.

## ABSTRACT

Hernawati: *Marketing Service Management Education At Islamic Education Institution (Case Study In Integrated Islamic Primary School Ukhuwah Banjarmasin)*, Advisor I: Prof. Dr. H. Mahyuddin Barni, M. Ag, and II: Dr. H. Husnul Yaqin, M. Ed. Thesis, Islamic Education Management Studies Program, Postgraduate UIN Antasari Banjarmasin, (2017).

Keywords: Management, Marketing, Educational Services, Islamic Educational Institutions

The institutions of Islamic education are still faced with various problems, ranging from the formulation of educational goals that are less in line with the demands of society, teacher issues, methods, curriculum, goals and so forth. Efforts to overcome these problems are still carried out with various efforts, such as teacher upgrading, training of educational personnel and so on continue, but education problems continue to emerge as did SDIT Ukhuwah Banjarmasin, to improve educational conditions, needs to be viewed from various aspects, among others, human resources (HR), the lack of real practice is correct and the elaboration of various Islamic rules, managerial, and so forth.

This type of research is field research (field research) by using qualitative approach. Furthermore, the data were analyzed using descriptive method. The analysis through the reduction of data obtained in the field is summarized by selecting the main points and arranged in a more systematic manner.

The findings in this study that the management of education services marketing conducted at SDIT Ukhuwah started from planning which was expressed by the foundation members which involve the chairman of the foundation, director, principal, teacher board and community as stakeholders. The principal determines the distribution of tasks and responsibilities to the teachers, and the selected staff. The implementation is done by all parties SDIT especially teachers and students with under the leadership of the foundation chairman. Then the controlling done by the principal by giving suggestion, and evaluation done every finished job, analysis used by SDIT Ukhuwah in determining education service marketing strategy, that is SWOT analysis because always pay attention to strength, weakness, opportunity, and challenge from every marketing actions undertaken tailored to the needs and abilities of the institution and strives to improve the quality of the institution as a manifestation of the desired objectives.