

## **ABSTRAK**

Nisha Nur Aisyah, NIM F. 1810369 “Implementasi Manajemen Pemasaran Untuk Menciptakan Daya Saing Di Pondok Pesantren Tarbiyatul Huda”. Skripsi Prodi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru, Universitas Djuanda Bogor, Tahun 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengetahui Implementasi Manajemen Pemasaran Untuk Menciptakan Daya Saing Di Pondok Pesantren Tarbiyatul Huda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verification. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Posisi daya saing Pondok Pesantren Tarbiyatul mampu menyeimbangi perkembangan zaman tetapi tetap menerapkan nilai-nilai tradisional pesantren, 2) Proses pembuatan perencanaan pendidikan Pondok Pesantren Tarbiyatul Huda dilakukan musyawarah pada setiap rapat bulanan rutin, 3) Analisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Tarbiyatul Huda dilakukan pada setiap rapat bulanan, membagikan angket pada saat kedatangan santri baru, dan melakukan study banding, 4) Implementasi strategi pemasaran di Pondok Pesantren Tarbiyatul Huda dilakukan dengan cara koordinasi yang tepat antar pengelola pesantren sehingga mampu menciptakan organisasi yang kolektif kolegial.

Kata Kunci : Manajemen Pemasaran, Daya Saing, Strategi

## **ABSTRACT**

Nisha Nur Aisyah, NIM F. 1810369 “Implementation of Marketing Management to Create Competitiveness in Tarbiyatul Huda Islamic Boarding School”. Islamic Education Management Program Study, Faculty of Islamic Religion and Teacher Education, Djuanda University, Bogor, 2022.

This study aims to describe and determine the implementation of marketing management to create competitiveness in Tarbiyatul Huda Islamic Boarding School. The method used in a case study with a qualitative approach. The data was collected by using observation techniques, interview techniques, and documentation techniques. The data analysis used is a data collection, data reduction, data presentation, and verification. The results of this study indicate that: 1) The competitive position of Tarbiyatul Huda Islamic Boarding School is able to balance the times but still apply the traditional value of boarding school, 2) The process of making educational planning for Tarbiyatul Huda Islamic Boarding School is carried out by deliberation at monthly meeting, 3) Marketing strategy analysis carried out at monthly meeting and also distribute questionnaires upon the arrival of new student, and conducting comparative studies, 4) Implementation of marketing strategies at Tarbiyatul Huda Islamic Boarding School is carried out by proper coordination between managers of boarding school so as to be able to create a collegial collective organization.

Keyword : Marketing Management, Competitiveness, Strategy

## المخلص

" إدارة التسويق لخلق القدرة التنافسية في مدرسة تربية الهدى الإسلامية الداخلية". أطروحة NIM F. 1810369 نسا نوراعيشة 2022. برنامج دراسة ادارة التربية الإسلامية, كلية الدين الإسلام وتعليم المعلمين, جامعة دجوانداو بوغور

تهدف هذه الدراسة إلى وصف وتحديد تنفيذ إدارة التسويق لخلق القدرة التنافسية في مدرسة تربية الهدى الإسلامية الداخلية, والطريقة المستخدمة في هذا البحث هي منهج دراسة حالة بمنهج نو عي. وقد تم جمع البيانات با استخدام تقنيات المراقبة, وأسا ليب المقابلة, وتقنيات التوثيق. وفي الوقت نفسه, فإن تحليل البيانات المستخدم هو جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات والتحقق منها. وتشير نتائج هذه الدراسة إلى مايلي : 1) إن المركز التنافسي لمدرسة تربية الهدى الإسلامية الداخلية قادرعلى موازنة الأوقات ولكن لايزال يطبق القيم التقليدية للبيسا نتران , 2) تتم عملية التخطيط التربوي لمدرسة تربية الهدى الإسلامية الداخلية عن طريق المداولات في كل اجتماع شهري عا دي, 3) تحليل استر اتيجه التسويق التي نفذتها مدرسة تربية الهدى الإسلامية الداخلية في كل اجتماع شهري وأيضا توزيع الاستبيانات عنه وصول الطلاب الجديد, وإجراء دراسات مقارنة , 4) تنفيذ استرا تيجيات التسويق في مدرسة تربية الهدى الإسلامية الداخلية. يتم تنفيذ المدرسة الداخلية عن طريق التنسيق المناسب بين مديرالمدرسة حتي يكونو اقاديرين على إنشاء منظمة جما عية.

الكلمات المفتاحية: إدارة التسويق, التنافسية, الإستراتيجية