

ABSTRAK

**ANALISA MANAJEMEN STRATEGI PEMASARAN
PENDIDIKAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING
DI MAN 1 LAMPUNG SELATAN
(Studi Kasus dalam Perspektif Manajemen Strategik Generik Michael Porter)**

**Oleh:
PETA ROSYAL
NPM : 2022310001**

E-mail : peta.rosyal@gmail.com

Persaingan pendidikan di era global menuntut sekolah/madrasah untuk terus meningkatkan kualitas dan mengikuti alur kebutuhan serta keinginan *stakeholder* agar dapat mempertahankan eksistensi. Meskipun sekolah/madrasah merupakan organisasi nonprofit, namun tetap membutuhkan proses manajemen pemasaran yang tepat. MAN 1 Lampung Selatan merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berusaha memberikan pelayanan pendidikan berkualitas di daerah Lampung Selatan. Upaya tersebut tidak luput dari pertimbangan melalui beberapa strategi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus dan etnografi. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikaji, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) MAN 1 Lampung Selatan termasuk salah satu lembaga yang memberikan pelayanan sesuai harga. Yang menarik adalah adanya fluktuasi jumlah infaq syahriah yang tidak menetap setiap bulannya; (2) sebagai lembaga yang saat ini banyaknya peminatnya, MAN 1 Lampung Selatan selalu melakukan pembaharuan program dan sistem dalam rangka menarik animo masyarakat. Sehingga Madrasah dapat menemukan diferensiasi yang menjadi ciri khas dan identitas yang membedakan MAN 1 Lampung Selatan dengan lembaga pendidikan lainnya, utamanya yang berada dalam lingkungan Lampung Selatan; (3) Fokus utama yang menjadi prioritas di MAN 1 Lampung Selatan adalah manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) yang efektif dan berkualitas.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Pendidikan, Cost Leadership, Diferensiasi, Fokus.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY MANAGEMENT ANALYSIS EDUCATION MARKETING STRATEGY TO IMPROVE COMPETITIVENESS IN MAN 1 SOUTH LAMPUNG (Case Study in the Perspective of Michael Porter's Generic Strategic Management)

By:

**PETA ROSYAL
NPM: 2022310001**

E-mail : peta.rosyal@gmail.com

Educational competition in the global era requires schools/madrasas to continue to improve quality and follow the flow of stakeholder needs and desires in order to maintain existence. Although schools/madrasas are non-profit organizations, they still require the right marketing management process. MAN 1 Lampung Selatan is one of the educational institutions that strives to provide quality education services in the South Lampung area. The effort did not escape consideration through several strategies.

This research uses a qualitative approach with case study and ethnographic research types. Data collection in this study used in-depth interviews, observation and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and verification or conclusion.

Based on the results of the research that has been reviewed, the following conclusions are obtained: (1) MAN 1 Lampung Selatan is one of the institutions that provide services according to price. What is interesting is the fluctuation in the amount of shahriah infaq which is not settled every month; (2) as an institution that currently has many enthusiasts, MAN 1 Lampung Selatan always updates the program and system in order to attract public interest. So that Madrasah can find differentiation that characterizes and distinguishes MAN 1 Lampung Selatan from other educational institutions, especially those in the South Lampung environment; (3) The main focus that is prioritized at MAN 1 Lampung Selatan is effective and quality human resource management.

Keywords: Education Marketing Strategy, Cost Leadership, Differentiation, Focus.