
STRATEGI MARKETING DAN BRANDING PTAI

BIYANTO

IAIN Surabaya, Jln. Jenderal Ahmad Yani No. 117, Tlp. 031 8410298,
fax. 031 8413300, kode pos 60237

Abstrak:

هذا المقال يهدف الى مناقشة استراتيجيات التسويق للتعليم العالي الإسلامي . ويعتبر كبار التعليم العالي الإسلامي أن التسويق ليس مهما. فهم كالعلماء يشعرون بالحنج حينما يسوقون أنفسهم. ويُنظر التسويق غالبا بنظر سلبي لأنه يعتبر من المفهومات الدنيوية والعلمانية. فليس من الممكن أن يكون التسويق جزءا من أنشطة إدارية التربية الإسلامية التي لها رسالة نبوية. ولكن في عصر التغيير السريع تتأثر إدارية التعليم العالي الإسلامي بروح التصنيع. فيجب على التعليم العالي الإسلامي أن يستجيب استجابة استباقية للتصدي لهذا الروح التصنيعي. وأوجب التعليم القانوني الذي قد ثبت قانونا أن يدخل التعليم العالي الإسلامي في عالم الأسواق الحرة. في مثل هذه الحالات, فإدارية عملية التعليم تنبغي أن تستخدم منهج إدارية الأعمال التجارية والصناعية الموجهة الى السوق بمعنى أوسع. وبالتالي يكون التسويق والعلامات التجارية شيئا مهما جدا.

The purpose of the view this article discusses a bout marketing and branding for Islamic Institute of Higher Education. Marketing and branding often are understood by a mong the leaders of Islamic Institute of Higher Education as unimportant. In the fact they regarded as a shame. Because of, the kyai or ustadz who considered by public to have authority in Islamic sciences usually be visited Muslim society. But, in the really, the condition have changed quickly. Institute of Higher Education influenced by industrial prespectives. Its result Institute of Higher Education must be industrilize. The government also legislated the law a bout Badan Hukum Pendidikan (BHP). Concoidering public opinion the law would bring Education Instititute in the free market area. So, Institute of Higher Education must be managed as industrialization or business. On this context Islamic Institute of Higher Education must place marketing and branding as important aspect.

Kata Kunci: marketing, branding, dan PTAI