

ABSTRAK

Pendidikan saat ini merupakan suatu kebutuhan tiap individu, masyarakat, dan pemerintah. Strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang dilakukan perusahaan agar mencapai tujuan, tujuan tersebut ditentukan oleh tiga elemen yaitu konsumen, kepuasan dan marketing mix. Pemasaran dalam lembaga pendidikan bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk pendidikan dan membedakan produk sekolah dengan madrasah lainnya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang yang terdiri dari kepala sekolah, Waka Kesiswaan, orang tua siswa, dan masyarakat sekitar Madrasah MINU Tambaksumur. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Madrasah MINU Tambaksumur sudah baik dengan mengunggulkan beberapa indikator yaitu promosi madrasah melalui media sosial, program unggulan, prestasi siswa, biaya pendidikan, infrastruktur sekolah, metode pembelajaran dan media pembelajaran yang digunakan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Jasa Pendidikan, Minat Masyarakat

ABSTRACT

Education is individual needs, society, and government. Marketing strategy is a plan carried out by the company in order to achieve its goals, these goals are determined by three elements, namely consumers, satisfaction, and marketing mix. Marketing in educational institutions aims to provide information to the public about educational products and differentiate school products from other madrasah. This research is a type of qualitative research. The informants in this study consisted of 4 people consisting of the principal, Waka Kesiswaan, parents of students, and the community around Madrasah MINU Tambaksumur. The marketing strategy carried out by Madrasah MINU Tambaksumur is good by emphasizing several indicators, namely promotion of madrasah through social media, superior programs, student achievement, education costs, school infrastructure, learning methods and learning media used.

Keywords: Marketing Strategy, Educational Services, Public Interest.