

## ABSTRAK

Silvia Alfin Al Mahmudah, 2023, *Strategi Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini di RA Al Ghazali Pragaan Sumenep*, Skripsi, Program Studi MPI, Fakultas Tarbiyah, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Rinta Ratnawati, S.S.,M. Pd

**Kata Kunci:** *Strategi, Pemasaran, Pendidikan Anak Usia Dini*

Pendidikan anak usia dini (PAUD) merupakan bagian integral dalam sistem pendidikan nasional yang saat ini mendapat perhatian cukup besar dari pemerintah. Penyelenggaraan PAUD sangat penting untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Adanya marketing atau pemasaran sangat dibutuhkan oleh lembaga pendidikan, karenanya administrator pendidikan harus mampu memahami pemasaran pendidikan untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian mengenai strategi pemasaran PAUD dilakukan di RA Al Ghazali Pragaan Sumenep. Adapun beberapa fokus penelitian ialah sebagai berikut: *pertama*, bagaimana strategi pemasaran pendidikan anak usia dini di RA Al Ghazali. *Kedua*, apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran pendidikan anak usia dini di RA Al-Ghazali.

Dalam penelitian ini pendekatan yang dilakukan oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh dari Kepala Madrasah, Guru serta wali murid. Penggunaan penelitian dengan metode kualitatif dan jenis deskriptif adalah untuk mencocokkan antara realita yang ada dilapangan dengan teori yang berlaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *pertama*, (a).strategi pemasaran dilakukan di RA Al Ghazali dilakukan dengan cara mempromosikan sekolah melalui pengadaan kegiatan haflatul imtihan yang didalamnya ada pawai dan lomba-lomba untuk menarik minat masyarakat. (b).Strategi pemasaran juga dilakukan dengan memperkenalkan sekolah kepada khalayak umum melalui media sosial milik sekolah yang berisi tentang kegiatan pembelajaran. (c).Meningkatkan kualitas pembelajaran dengan menggunakan K13, (d).Melengkapi sarana dan prasarana sekolah. *Kedua*, faktor yang menjadi pendukung dalam strategi pemasaran adalah adanya kegiatan pertemuan wali murid dan guru setiap 1 bulan sekali untuk memberikan informasi kepada orang tua siswa. Adapun faktor penghambatnya ialah kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh wali murid terhadap perkembangan IPTEK sehingga menyulitkan pihak sekolah dalam memberikan informasi terkait dengan pembelajaran dan kegiatan-kegiatan sekolah sekaligus saat melakukan promosi melalui platform media sosial.