

ABSTRAK

“Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Mempertahankan Citra Sekolah di SMP Tahfidz Al Amien Prenduen Sumenep” Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Agama Islam Negeri Madura. Dosen Pembimbing: Badrus Soleh M.Pd.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Jasa Pendidikan, Citra Sekolah

Strategi pemasaran dengan menggunakan oleh SMP Tahfidz Al Amin dalam mempertahankan Citra sekolah perbedaan dengan sekolah lain, dikarenakan mereka berada di bawah naungan dan target mereka bukan masyarakat luar melainkan santri yang mondok di pesantren Al Amin. Sehingga tugas menarik minat masyarakat untuk bersekolah di SMP Tahfidz Al Amien tidak hanya menjadi tugas SMP saja, melainkan tugas semua elemen yang ada di dalam pesantren Al Amin, baik itu bagian ketahfidhan atau MTA (Ma'had Tahfidz Al Qur'an), TMI (Tarbiyatul Mu'alimin wal Mu'alimat al-Islamiyah) atau bahkan alumni Al Amin sendiri atau biasa dikenal dengan sebutan IKBAL (Ikatan Keluarga Besar Al Amien). Sehingga seluruh elemen yang ada di pesantren Al Amin akan ikut serta dalam membangun pesantren menjadi lebih baik dan lebih berkualitas dan dampaknya akan dirasakan oleh setiap elemen yang ada di dalamnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi lapangan. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informasinya adalah Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, dan Operator Sekolah. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui ketekunan dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SMP Tahfidz Al Amin telah menerapkan perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran. Perencanaan strategi pemasaran yang SMP Tahfid Al Amin gunakan yaitu identifikasi pasar dan segmentasi pasar. Identifikasi pasar di sini mencakup kombinasi SMP dengan Penghafal Qur'an, tersedianya kelas persiapan bagi lulusan sekolah dasar atau yang belum bisa mengaji, menggunakan aplikasi khusus bernama SISMTA dalam mereka keuangan dan ketahfidhan peserta didik, sarana dan prasarana memadai, pendidikan ekstrakurikuler yang lengkap, dan berada di bawah naungan pesantren sehingga peserta didik mendapatkan pendidikan karakter yang baik. Dalam melaksanakan perencanaan dari strategi pemasaran yang sudah ada, SMP Tahfidz Al Amin menggunakan penyebaran informasi melalui media sosial dan alumni sebagai media dalam melaksanakan perencanaan strategi pemasaran.