

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu. Strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan untuk menarik minat peserta didik baru yakni dengan menawarkan kepada masyarakat bahwa sekolah tersebut walaupun bersifat umum namun dari segi pendidikan mereka menekankan dalam hal keagamaan yakni dengan mengajarkan ilmu kemasyarakatan misalnya mengaji, marhabah, bezanji. Kemudian dari tenaga pengajar kebanyakan berasal dari SMA Negeri serta peserta didik baru biasanya diberikan fasilitas seperti diberikan pakaian sekolah bagi para alumni MTS Nurul Yaqin.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan jenis lapangan *field research*. Informan dalam penelitian ini yaitu kepala sekolah, ketua panitia PPDB, panitia PPDB, wali murid dan peserta didik. Sumber data yang digunakan yaitu data primer adalah kepala sekolah, ketua panitia PPDB dan panitia PPDB, sedangkan sumber sekunder yaitu dari wali murid, peserta didik dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru di SMA Nurul Yaqin Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir dapat dikatakan sudah berjalan dengan baik dalam hal strategi target pasar dari segmen pasar dalam menerapkan strategi dilakukan sosialisasi langsung, dalam hal strategi posisi kompetitif bahwa SMA Nurul Yaqin mempunyai keunikan serta keunggulan, dan dalam hal strategi campuran bahwa strategi pemasaran pendidikan dilaksanakan sudah baik.

Adapun faktor pendukung dari strategi pemasaran pendidikan dalam menarik minat peserta didik baru adalah adanya produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, biaya sekolah yang gratis, lokasi yang strategis, sumber daya manusia yang berjalan dengan baik serta bangunan fisik yang mendukung. Sedangkan faktor penghambatnya yakni dilihat dari segi promosi dan proses diantaranya manajemen waktu yang belum tepat, penyebaran brosur yang kurang efektif, jangkauan pemasaran pendidikan tidak begitu luas, image sekolah, masyarakat khususnya wali murid peserta didik baru tidak menguasai teknologi dan informasi mengenai pendaftaran PPDB serta mengundur dan memperpanjang waktu dalam pendaftaran penerimaan peserta didik baru.