

## **PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SMA ETHIKA PALEMBANG**

### **ABSTRAK**

Skripsi ini berjudul “**Perencanaan Pemasaran Jasa Pendidikan di SMA Ethika Palembang**”. Perencanaan pemasaran merupakan salah satu item penting yang harus diperhatikan oleh sebuah lembaga pendidikan. Sekolah perlu melakukan pemasaran jasa pendidikan yang diselenggarakannya bukan bertujuan untuk mengomersialisasikan jasa pendidikan atau mengabaikan sisihumanisme di dalam pengelolaan pendidikan, tetapi pemasaran jasa pendidikan ini merupakan bentuk tanggung jawab kita kepada masyarakat luas terhadap jasa pendidikan yang telah, sedang, dan akan dilakukan. Dengan rumusan masalah peneliti yaitu: Bagaimana perencanaan pemasaran jasa pendidikan di SMA Ethika Palembang dan apasaja faktor-faktor perencanaan pemasaran jasa pendidikan di SMA Ethika Palembang.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini ialah wakil kepala sekolah, dan informan pendukung ialah ketua TU, tenaga pendidik, wali murid dan peserta didik. Data yang diperoleh dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pemasaran jasa pendidikan di SMA Ethika Palembang sudah baik, hal ini bisa dilihat dari proses perencanaan pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan dengan memasarkan SMA Ethika dengan cara bersosialisasi ke SMP, MTS dan Panti Asuhan, membagi brosur dan memasang banner di tempat keramaian selain dari itu pemasaran juga melalui media social seperti website, twibon, facebook, twiter, whatsapp dan instagram. Pembelajaran pendidikan yang disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan kurikulum 2013 dengan mengembangkan pengetahuan pendidikan karakter yang di dukung dengan mata pelajaran Qiro'ah dan program religi dan program pengembangan diri seperti non akademik dalam hal ini kegiatan ekstrakurikuler. faktor pendukung dalam perencanaan pemasaran jasa pendidikan yaitu dengan adanya kerja sama tim dan reputasi lembaga sedangkan faktor penghambat perencanaan pemasaran jasa pendidikan banyaknya keterbatasan seperti (waktu, tenaga dan biaya).

**Kata kunci:** Perencanaan Pemasaram Jasa Pendidikan