

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: “**Strategi Pemasaran Pendidikan Interaktif di Sekolah SD IT Al Bukhori School Banyuasin**”. Berdasarkan rumusan masalah yang ada, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: menganalisis strategi pemasaran pendidikan interaktif di Sekolah SD IT Al Bukhori School Banyuasin, serta menganalisis apa faktor penghambat serta faktor pendukung strategi pemasaran pendidikan interaktif di Sekolah SD IT Al Bukhori School Banyuasin. Penelitian ini dilakukan di di sekolah dasar Al Bukhori School Jl Meritai Raya Perumahan Anggrek Indah Banyuasin. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, untuk melakukan penelitian ini peneliti menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif atau kualitatif semu. Dalam bab ini akan dikemukakan tentang uraian data yang peneliti peroleh dari hasil penelitian lapangan, selanjutnya data yang didapatkan peneliti tersebut akan dianalisis, sehingga diharapkan dengan adanya analisis ini akan menjawab permasalahan strategi pemasaran pendidikan interaktif dan apa faktor penghambat dan faktor pendukung strategi pemasaran pendidikan interaktif di Sekolah SD IT Al Bukhori School Banyuasin. Hasil analisis produk atau product dalam strategi pemasaran pendidikan interaktif sekolah khususnya bidang hubungan masyarakat sekolah untuk melakukan pemasaran jasa pendidikan agar mendapat citra yang diharapkan oleh masyarakat. Kemudian bahwa dalam pemasaran berhubungan dengan harga salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya selanjutnya melalui promosi dan orang. Dan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran pendidikan interaktif indikatornya adalah: produk, harga, promosi, dan orang.

Kata Kunci : Strategi Interaktif, Pemasaran Pendidikan

ABSTRACT

*This thesis is entitled: "**Interactive Education Marketing Strategy at SD IT Al Bukhori School Banyuasin**". Based on the existing problem formulation, the objectives to be achieved in this research are: analyzing the interactive education marketing strategy at Al Bukhori School Banyuasin IT Elementary School, as well as analyzing the inhibiting and supporting factors for the interactive education marketing strategy at Al Bukhori School Banyuasin IT Elementary School. This research was conducted at the Al Bukhori School elementary school on Jl Merai Raya, Orchid Indah Banyuasin housing complex. This type of research is qualitative research, to conduct this research the researcher used a qualitative descriptive or pseudo-qualitative approach. In this chapter, we will present a description of the data that the researcher obtained from the results of research in the field, then the data obtained by the researcher will be analyzed, so it is hoped that this analysis will answer the problem of interactive education marketing strategies and what are the inhibiting and supporting factors for interactive education marketing strategies in schools. SD IT Al Bukhori School Banyuasin. The results of product analysis in the school's interactive educational marketing strategy, especially in the field of school community relations, to market educational services in order to obtain the image expected by the community. Then, in marketing, it is related to price, one of the determinants of a company's success in carrying out its future business through promotions and people. And the results of research regarding interactive education marketing strategies, the indicators are: product, price, promotion, and people.*

Keywords: *Interactive Strategy, Education Marketing*