

## ABSTRAK

**Nurul Huda.** 2019. Pendekatan *Customer Need, Cost, Convenience, Dan Communication* (4C) dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di MTs Pangeran Muhammad Noor Banjarmasin. Skripsi, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Pembimbing: (1) Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I. (2) Drs. H. Abdul Manaf, M.Pd.

Pemasaran jasa dalam dunia pendidikan adalah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh serta pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Fokus masalah penelitian ini tentang *customer need* (kebutuhan pelanggan), *cost* (biaya) jasa pendidikan, *convenience* (kenyamanan) yang ditawarkan, dan *communication* (komunikasi) yang digunakan di MTs Pangeran Muhammad Noor Banjarmasin. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Subjek penelitian adalah Kepala Madrasah, Guru, dan wali siswa MTs Pangeran Muhammad Noor Banjarmasin. Objek dalam penelitian ini adalah tentang Pendekatan *customer need, cost, convenience, dan communication* dalam pemasaran jasa pendidikan di MTs Pangeran Muhammad Noor Banjarmasin. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa *customer need* (kebutuhan pelanggan) atau orangtua siswa, yaitu: menguasai ilmu agama, sopan santun, dan pintar. *Cost* (biaya) jasa pendidikan meliputi biaya investasi, biaya operasi, dan biaya personal. *Convenience* (kenyamanan) meliputi: keadaan lokasi, kemudahan tercapainya ke lokasi pelayanan jasa dan pelayanan madrasah kepada siswa. *Communication* (komunikasi) pemasaran jasa yang dilakukan dengan pendekatan persuasif dan pembagian brosur.