

ABSTRAK

Dina Atqia. NIM. 190101050555. Bauran Pemasaran dalam Pemasaran Jasa Pendidikan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, Pembimbing Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd. I, pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin. 2023.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Sumber Daya Manusia, Fasilitas Fisik, Proses.

SMAIT Ukhuwah Banjarmasin, salah satu sekolah islam terpadu swasta, yang ikut dalam persaingan dalam pemasaran pendidikan antar penyedia layanan pendidikan. Sekolah ini dikenal di Banjarmasin sebagai sekolah dengan tarif pendidikan yang cukup tinggi. Namun, setiap tahunnya peserta didik mereka selalu mengalami peningkatan serta mereka aktif dalam promosi di media sosial dengan membagikan prestasi peserta didik dan kegiatan dari program unggulan mereka. Promosi merupakan salah satu elemen bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi dalam pemasaran.

Penelitian ini bertujuan, mengetahui bauran pemasaran dalam pemasaran jasa pendidikan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin yang memanfaatkan elemen-elemen bauran pemasaran jasa 7P meliputi: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.*

Penelitian ini berjenis penelitian lapangan dengan pendekatan penelitian kombinasi (*mixed method*) antara kuantitatif dan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis kualitatif deskriptif dengan langkah-langkahnya yaitu: mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik validitas dan keabsahan data menggunakan uji kredibilitas, transferabilitas, dependibilitas, dan konfirmabilitas.

Elemen-elemen bauran pemasaran dalam pemasaran jasa pendidikan SMAIT Ukhuwah Banjarmasin berdasarkan skor dan hasil wawancara secara keseluruhan paling sesuai dengan para orang tua dari SMPIT. Salah satu temuan di setiap elemen dalam penelitian ini, yaitu: Produk berupa program yang sesuai kebutuhan/minat peserta didik. Harga berupa harga yang sesuai kualitas. Tempat berupa lokasi mudah dijangkau. Promosi berupa promosi melalui media sosial. Sumber daya manusia berupa kualifikasi pendidik minimal S1 sesuai mata pelajaran yang diampu. Fasilitas fisik berupa bangunannya yang tata letaknya unik. Proses berupa komitmen menjalankan layanan pendidikan tiga pilar.