

ABSTRAK

Diniaty: 200101050372. *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala*. Pembimbing Dr. Adi Ansari, M.Pd.I., pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2024.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Pendidikan, Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru.

Pondok Pesantren Ulumul Qur'an merupakan salah satu lembaga pendidikan yang cukup banyak diminati masyarakat Kabupaten Barito Kuala dalam memilih melanjutkan pendidikan. Masalah yang ada di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an dalam tiga tahun terakhir kenaikan peserta didik baru sangat sedikit walaupun tidak mengalami penurunan. Persaingan yang ketat di dunia pendidikan menuntut untuk melaksanakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini untuk meneliti keadaan sesungguhnya strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta didik baru, dengan mengetahui strategi pemasaran berbasis nilai pelanggan dan strategi bauran pemasaran di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an Kabupaten Barito Kuala.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, *display data*, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan minat peserta baru di Pondok Pesantren Ulumul Qur'an adalah (1) Strategi pemasaran berbasis nilai pelanggan yaitu: (a) Segmentasi pasar dengan mengidentifikasi pasar yang ada di sekitar mereka (b) Target pasar mengarah kepada strategi penargetan pasar *niche targeting* (c) Strategi diferensiasi produk yaitu membedakan dirinya dengan menyediakan pendidikan formal dan non-formal, serta menekankan pengkajian ilmu Al-Qur'an. (d) Strategi *positioning* menonjolkan penyediaan pendidikan umum dan pesantren, banyaknya program unggulan dan ekstrakurikuler, harga yang terjangkau, serta berbagai kegiatan positif. (2) Strategi bauran pemasaran yaitu: (a) Produk pendidikan formal dan non-formal, asrama, dan berbagai program unggulan serta ekstrakurikuler. (b) Biaya pendidikan yang terjangkau. (c) Promosi menggunakan iklan *banner*, media digital, *event marketing*, dan hubungan masyarakat. (d) Lokasi strategis. (e) Orang yaitu memastikan tenaga pendidik dan kependidikan berkualitas, dan melibatkan orang tua peserta didik dalam aktivitas pendidikan. (f) Proses pendaftaran yang fleksibel dan pembelajaran yang terstruktur. (g) Sarana dan prasarana yang lengkap dan terus berkembang.