

ABSTRAK

Ahmad Fajar, NIM. 180101050151, Implementasi strategi pemasaran dalam menjaring siswa baru di MTsS Muhammadiyah 1 Banjarmasin, Pembimbing Bidang Konten dan Metodologi serta Pembimbing Bidang Bahasa dan Teknik Penulisan Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin, 2023.

Kata Kunci: Budaya Organisasi, Pembinaan Akhlak

Latar belakang dalam penelitian ini adalah bahwa persaingan sekolah sekarang dalam menjaring siswa baru sangatlah ketat banyak sekolah yang populer yang ingin dimasuki oleh para siswa baru, sedangkan sekolah yang kurang populer haruslah meningkatkan daya jual sekolah mereka yaitu dengan menggunakan berbagai macam strategi seperti strategi 7P. Hal ini bisa membantu para sekolah dalam menjaring siswa baru melalui pemasaran sekolah.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana strategi pemasaran dalam menjaring siswa baru dan mengetahui strategi pemasaran 7P (*Product, Place, Price, Promotion, People Process, Physical Evidence*) di MTsS Muhammadiyah 1 Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data diperoleh dengan observasi, wawancara, dan dokumen. Dengan menjadikan kepala sekolah, wakamad kurikulum, kesiswaan, sarana prasarana, staf tata usaha, guru, wali kelas dan siswa sebagai informan dalam memperoleh data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Teknik validitas dan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi.

Hasil temuan dari penelitian ini yaitu: strategi menjaring siswa baru di MTsS Muhammadiyah 1 Kota Banjarmasin ialah (1) *Product*(Tahfidz, Juz amma, Sholat duha, catur dan tari), (2) *Price*(Harga yang ditetapkan disesuaikan dengan hasil rapat komite), (3) *Place*(Tempat sekolah berada di lokasi strategis di tengah kota Banjarmasin), (4) *Promotion*(Promosi yang dilakukan dengan media online dan offline seperti menggunakan sosial media seperti Instragram dan Whatsapp), (5) *People*(Orang-orang disekolah sangat berperan aktif membantu proses pemasaran sekolah), (6) *Process*(Proses dalam penerimaan peserta didik baru dilakukan dengan 2 cara offline maupun online agar membantu peserta didik. (7) *Physical Evidence*(Fisik sekolah sudah memadai dalam menunjang proses belajar mengajar siswa),