ABSTRAK

RISKA ANDINI: 200104030066. *Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin Tahun 2024/2025.* Pembimbing: (I) Devi Noviyanti, SE. MM. dan Pembimbing (II) Rahmi Yuningsih Puteri, MM. pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin.2025

Kata kunci: Strategi Bauran Promosi, Madrasah Tsanawiyah

Penelitian Strategi Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dilatar belakangi oleh peran pentingnya strategi promosi bagi lembaga pendidikan terutama bagi MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah siswanya melalui penerapan beberapa bauran promosi agar menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui strategi bauran promosi yang dilakukan oleh MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah siswa dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah siswanya pada tahun 2024/2025. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan melakukan metode kualitatif, untuk teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin telah menerapkan dengan baik bauran promosi berdasarkan teori Kotler dan Gary Amstrong akan tetapi ada beberapa bauran promosi yang belum dijalankan oleh MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin. Adapun tiga dari bauran promosi yang berhasil diterapkan adalah periklanan (*Advertising*), Penjualan personal (*personal selling*), dan Promosi penjualan (*sales promotion*). Adapun bauran promosi yang belum diterapkan di MTsS Ibnu Katsir Banjarmasin yaitu Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) dan Pemasaran Langsung dan Digital (*Direct and Digital Marketing*). Meskipun belum semua bauran promosi digunakan tapi strategi yang telah diterapkan sudah cukup baik dan efektif dalam mendukung upaya promosi serta berkontribusi dalam meningkatkan jumlah siswa. Sedangkan faktor pendukung dalam mempromosikan sekolah ini meliputi kepuasan terhadap layanan yang diberikan, biaya yang ditawarkan sangat terjangkau serta dukungan dari media cetak dalam mempromosikan lembaga, sedangkan faktor penghambat dalam mempromosikan sekolah ini yaitu mencakup keterbatasan biaya, persaingan yang ketat dan adanya kendala waktu.