ABSTRAK

Muhammad Nazli**,** 200211030059. "*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (*Studi Multi Kasus pada Lembaga Pendidikan Muhammadiyah di Kota Banjarmasin*)", Pembimbing I: Dr. H. Ahmad Salabi, M.Pd. dan Pembimbing II: Dr. Riinawati, M.Pd. pada Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Antasari Banjarmasin. 2023

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran* dan *Jasa Pendidikan*.

Pemasaran jasa pendidikan pada dasarnya merupakan bagian dari salah satu tindakan yang biasanya harus menjadi perhatian bagi lembaga pendidikan. Kegiatan ini dapat pula diartikan sebagai satu sikap yang wajib dilakukan oleh pihak sekolah/madrasah agar dapat menarik minat para pelanggan (sumber daya pendidikan). Jika sebuah sekolah/madrasah tidak mampu menampilkan dirinya kepada masyarakat, tidak menutup kemungkinan sekolah/madrasah tersebut kurang diperhatikan. Oleh karena itulah, penting bagi sekolah/madrasah untuk menampilkan eksistensinya sehingga keberadaannya pun dapat diakui.

Adapun yang menjadi fokus penelitian yang dalam tulisan ini yaitu *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* yang melingkupi beberapa hal: layanan jasa, strategi pemasaran, dan dampak strategi pemasaran. Sedangkan tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* dalam cakupan layanan jasa, strategi pemasaran, dan dampak strategi pemasaran.

Terkait jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) menggunakan pendekatan kualitatif dalam konsep studi multi kasus. Kemudian mengenai kajian yang dilakukan dalam penelitian adalah menggali informasi terhadap "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dengan Multi Studi Kasus pada SMP Muhammadiyah 3 Banjarmasin dan MTs Muhammadiyah 3 Al-Furqon Banjarmasin" menggunakan metode: observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi.

Berdasarkan kegiatan penelitian yang telah dilakukan mengenai *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (*Studi Multi Kasus pada Lembaga Pendidikan Muhammadiyah di Kota Banjarmasin*) ditemukan data bahwa dalam praktik kegiatan pemasaran sesungguhnya adalah sama, yaitu melalui strategi langsung (kunjungan sekolah) dan tidak langsung (melalui media *online*), sedangkan untuk layanan jasa yang diberikan lebih memprioritaskan kepuasan pelanggan dengan menampilkan segala keunikannya (pada SMP Muhammadiyah 3 mengedepankan konsep semi pondok, dan untuk MTs Muhammadiyah 3 lebih mengedepankan muhadharoh dan hafalan tahfidz, selanjutnya mengenai dampak yang diterima dari pengaplikasian strategi pemasaran tersebut adalah tingkat kepercayaan pada masyarakat semakin meningkat.

ABSTRACT

Muhammad Nazli**,** 200211030059. "*The Strategy Of Education Services Marketing* (*The Case Study in Muhammadiyah Education in Banjarmasin*)", Advisor I: Dr. H. Ahmad Salabi, M.Pd. and Supervisor II: Dr. Riinawati, M.Pd. in Islamic Education Management Magister Study Program UIN Antasari Banjarmasin. 2023

Keywords: Marketing Strategy and Educational Services.

Marketing of educational services is basically part of one of the actions that usually must be a concern for educational institutions. This activity can also be interpreted as an attitude that must be carried out by the school/madrasah in order to attract customers (educational resources). If a school/madrasah is not able to present itself to the community, it is possible that the school (madrasah) will be less noticed. Therefore, it is important for schools/madrasah to display their existence so that their existence can be recognized.

The focus of the research in this paper is the Educational Services Marketing Strategy which covers several things: services, marketing strategies, and the impact of marketing strategies. While the purpose of this research is to find out the Educational Services Marketing Strategy within the scope of services, marketing strategies, and the impact of marketing strategies.

Related to the type of research used is field research (field research) using a qualitative approach in the concept of multi-case studies. Then regarding the study conducted in the research is to explore information on "Marketing Strategies for Educational Services with Multi Case Studies at SMP Muhammadiyah 3 Banjarmasin and MTs Muhammadiyah 3 Al-Furqon Banjarmasin" using methods: observation, interviews, documentation and triangulation.

Based on the research activities that have been carried out on Educational Services Marketing Strategies (Multi Case Study on Muhammadiyah Educational Institutions in Banjarmasin City), it is found that in practice the actual marketing activities are the same, namely through direct strategies (school visits) and indirect (through online media), while for the services provided prioritize customer satisfaction by displaying all its uniqueness (at Muhammadiyah 3 Junior High School puts forward the concept of semi hut, and for MTs Muhammadiyah 3 puts forward muhadharoh and memorization of tahfidz, then regarding the impact received from the application of the marketing strategy is the level of trust in the community is increasing.