

## ABSTRAK

**Miftah Parid:** *Manajemen Pemasaran Pendidikan (Penelitian di Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban Bandung Barat).*

Madrasah Aliyah Al-Ittihad memiliki manajemen pemasaran pendidikan yang unik, yaitu terdapat proses promosi melalui *door to door*, atau pihak sekolah langsung mendatangi para calon peserta didik untuk bersama belajar di Madrasah Aliyah Al-Ittihad. Tentu kenyataan seperti ini sangat jarang ditemukan di lembaga pendidikan manapun. Namun, selain itu Madrasah Aliyah Al-Ittihad juga memiliki kekurangan, seperti kurang memaksimalkan media, sarana dan prasarana, yang akan berdampak pada pemasaran Madrasah Aliyah Al-Ittihad.

Tujuan penelitian ini untuk; 1) mengetahui latar alamiah Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban, 2) perencanaan pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban. 3) pelaksanaan pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban. 4) evaluasi pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban. 5) hasil pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban.

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa pentingnya manajemen pemasaran pendidikan untuk mensukseskan tujuan pendidikan. Jika pendidikan tanpa adanya pengelolaan pemasaran pendidikan maka lembaga tersebut tidak akan berjalan maksimal sesuai dengan yang diharapkan. Manajemen pemasaran pendidikan merupakan bagian penting untuk mencapai tujuan pendidikan.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Analisis data dengan cara penafsiran deskriptif semata-mata dan uji keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, analisis kasus negative, kecukupan referensi, uraian rinci dan auditing.

Hasil dari penelitian ini adalah; 1) Madrasah Aliyah Al-Ittihad Pangauban Kabupaten Bandung Barat didirikan pada tahun 2011 sebagai salah satu usaha Yayasan Al-Ittihad dalam bidang Pendidikan. 2) Perencanaan pemasaran pendidikan harus rasional, lentur, dan *kontinue*. Program perencanaan yang dilakukanpun meliputi program mingguan, bualanan, semesteran dan tahunan. 3) Pelaksanaan Pemasaran di MA Al-Ittihad yang *pertama* yaitu pembentukan PPDB dengan di SK kan oleh kepala sekolah secara langsung, media pemasaran melalui media cetak yaitu spanduk, brosur, pamflet, stiker dan lain sebagainya dan yang terakhir melakukan jemput bola. Ada dua cara pemasaran jemput bola yang juga dilakukan oleh MA Al-Ittihad yaitu; *pertama* Menghubungi wali kelas atau kepala sekolah di sekolah tersebut. *Kedua* Langsung mendatangi rumahnya orang tuanya. 4) Evaluasi yang dilakukan oleh pengelola pemasaran pendidikan di MA Al-Ittihad Pangauban Bandung Barat tidak hanya dilakukan di akhir periode saja, melainkan juga dalam prosesnya, yaitu pada tiap dua mingguan, bulanan, tengah semester, akhir semester dan akhir tahun. Ini dilaksanakan dalam bentuk pertemuan/rapat oleh kepala sekolah. 5) Konsep manajemen pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh MA Al-Ittihad berupa *planning* (perencanaan), *actuating* (pelaksanaan/ pengarahan) dan *controlling* (pengendalian/evaluasi).