

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU PELITA KHOIRUL UMMAH

Oleh

Septian Pratama

tian706292@gmail.com

Pendidikan merupakan sebuah kebutuhan primer bagi mereka yang berada di usianya. Sebuah sekolah, khususnya sekolah swasta memerlukan pemasukan untuk pembiayaan. Oleh karena itu, sebuah sekolah juga perlu melakukan usaha pemasaran. SDIT Pelita Khoirul Ummah Berdiri pada tahun 2013 yang berstatus sebagai sekolah swasta di bawah yayasan, dan beralamatkan di jalan Kecamatan Langkapura Bandar Lampung mengalami pertumbuhan yang positif setiap tahun ajaran barunya ditandai dengan jumlah peserta didik barunya yang terus meningkat. Akan tetapi peluang dan ancaman dari faktor eksternal harus diperhatikan, di samping berusaha meningkatkan kekuatan dan menanggulangi kelemahan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif SDIT Pelita Khoirul Ummah melalui perencanaan strategi pemasaran dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal yang dimiliki. Penelitian ini termasuk penelitian terapan dengan pendekatan deskriptif dan metode kualitatif, dengan sumber data didapat melalui FGD dan wawancara yang kemudian data dianalisis menggunakan IFAS dan EFAS, analisis strategi dilakukan menggunakan matriks SWOT. Posisi sekolah berada pada kuadran 1. Strategi yang harus dikembangkan adalah *growth oriented strategy* dengan berusaha melakukan ekspansi dan meningkatkan pangsa pasar.

Kata Kunci : Jasa pendidikan, SWOT, IFAS, EFAS.