

**Manajemen Pemasaran Sekolah di Sekolah Dasar Plus Al-Kautsar Malang
(School Marketing Management at Elementary School Plus Al-Kautsar Malang)**

Vera Nilasari*

Ali Imron**

Djum Djum Noor Benty**

*Jurusan AP FIP UM, e-mail: phe_ra1809@yahoo.com

**Pembimbing, Jurusan AP FIP UM, Jl. Semarang 5 Malang 65145

e-mail: ap@fip.um.ac.id

Abstrak: Manajemen Pemasaran Sekolah di Sekolah Dasar Plus Al-Kautsar Malang. Tujuan penelitian ini: (1) mendeskripsikan perencanaan pemasaran sekolah, (2) mendeskripsikan implementasi pemasaran sekolah, (3) mengetahui teknik pemasaran sekolah, (4) mendeskripsikan evaluasi pemasaran sekolah, (5) mengetahui pihak-pihak yang berperan dalam manajemen pemasaran sekolah, (6) mengetahui faktor pendukung kegiatan pemasaran sekolah, (7) mengetahui kendala dalam kegiatan pemasaran sekolah, dan (8) mengetahui cara mengatasi kendala pemasaran sekolah di SD Plus Al-Kautsar Malang. Penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Kesimpulan yang diperoleh: (1) perencanaan pemasaran sekolah menguraikan tujuan pemasaran, segmentasi pemasaran, rencana kegiatan, anggaran untuk pemasaran, dan sumber daya manusia, (2) implementasi pemasaran berdasarkan program kerja humas, (3) teknik pemasaran melalui media dan kegiatan, (4) evaluasi dilaksanakan setiap akhir kegiatan, akhir semester, dan akhir tahun dalam bentuk evaluasi laporan dan evaluasi lisan, (5) pihak yang berperan dalam manajemen pemasaran adalah semua *civitas* akademik, (6) faktor pendukung dari kepala sekolah, pendidik, tenaga kependidikan, peserta didik, Dinas Pendidikan Kota Malang, wali murid, alumni, sponsor, dan masyarakat sekitar, (7) kendala pemasaran pada dana, terbatasnya tenaga pemasaran, dan masalah waktu, dan (8) cara mengatasi kendala: manajemen waktu, dana, dan tenaga.

Kata Kunci: manajemen, manajemen pemasaran sekolah, Sekolah Dasar