

# **PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN**

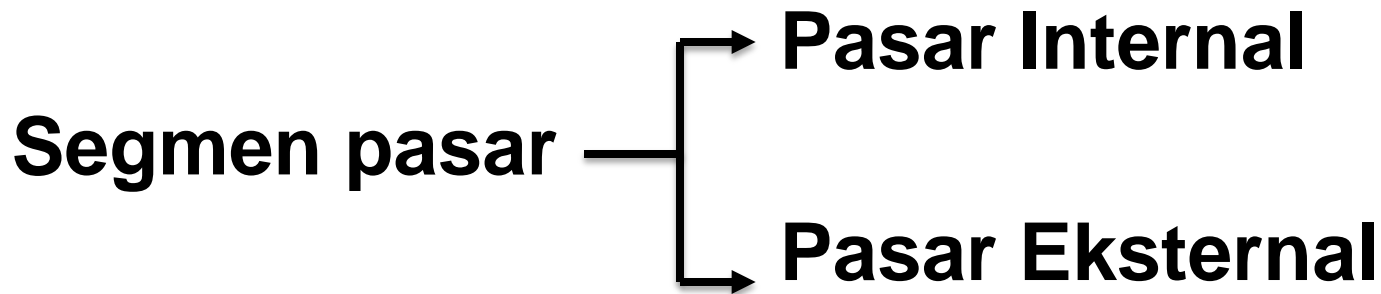
# **DEFINISI PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN**

- **Pemasaran dalam bidang pendidikan sebagai aktivitas sekolah untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan tujuannya, nilai, dan produk sekolah kepada siswa, orang tua, staf dan masyarakat luas (Davies & Ellison, 1997).**
- **Melalui kegiatan promosi ini diharapkan siswa, orang tua siswa, dan masyarakat luas lebih mengetahui hakikat dan keuanggulan sekolah sehingga mereka lebih mendukung terhadap pengembangan program sekolah secara keseluruhan.**

# SASARAN PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN

**Sasaran pemasaran lembaga pendidikan meliputi:**

- **Calon peserta didik**
- **Orang tua peserta didik**
- **Masyarakat luas (pengguna lulusan)**



**(Davies & Ellison, 1997)**

# **FAKTOR KUNCI (INDIKATOR) KESUKSESAN DI DALAM PROSES PEMASARAN SEKOLAH**

- 1. Hindari kerancuan strategi dan teknik**
- 2. Hindari perencanaan yg kurang baik**
- 3. Hindari fokus yg kurang jelas**
- 4. Kelola budaya pemasaran sebaik aktivitas pemasaran di sekolah**
- 5. Padukan pemasaran ke dalam proses perencanaan pengembangan sekolah**
- 6. Kembangkan tampilan keluar yg bagus bukan hanya tampilan ke dalam saja**
- 7. Promosikan konsep & praktik sekolah yg responsif**

# **INDIKATOR KEBERHASILAN PEMASARAN SEKOLAH**

- **Tingginya partisipasi masyarakat**
- **Animo masyarakat terhadap sekolah semakin meningkat**
- **Tingginya daya serap lulusan di masyarakat**
- **Penerimaan peserta didik baru dari tahun ke tahun**