

## ABSTRAK

AISYAH HAMIDAH RIDWAN. 021121352. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan *School Branding* di SMPIT At-Takwin. Di bawah bimbingan: Sri Hartini dan Sufrin Hannan, 2025.

Strategi pemasaran memegang peranan penting dalam membentuk citra dan meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di tengah dinamika masyarakat yang terus berkembang. Sekolah sebagai penyedia jasa pendidikan dituntut untuk mampu merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif guna menarik minat masyarakat serta membangun reputasi yang positif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan citra sekolah (*school branding*) di SMPIT At-Takwin.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif eksploratif, kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta dianalisis menggunakan SWOT untuk merumuskan strategi yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pihak sekolah telah menyadari pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan citra sekolah, namun implementasinya masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia, anggaran yang minim, serta belum optimalnya tim pemasaran dan tim kreatif. Dengan memperkuat koordinasi internal, memanfaatkan potensi seluruh warga sekolah, serta menyusun program pemasaran yang terencana dan berkelanjutan, sekolah berpotensi untuk meningkatkan visibilitas dan citra sekolah di masyarakat. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan strategi pemasaran bagi lembaga pendidikan lainnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *School Branding*, Pendidikan.