

Peningkatan Pemasaran dan Promosi di Pondok Pesantren Tanwirul Fikr

Title	Peningkatan Pemasaran dan Promosi di Pondok Pesantren Tanwirul Fikr
Author Order	3 of 4
Accreditation	
Abstract	<p>Pandangan masyarakat mengenai pondok pesantren hanya sebagai tempat orang belajar agama dan identik dengan keterbelakangan, sehingga minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di pondok pesantren masih rendah. Pandangan ini membuat peran pemasaran sangatlah penting bagi perkembangan suatu pondok pesantren. Selama ini Pondok Pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikr ini belum melakukan strategi pemasaran yang terintegrasi. Belum ada leaflet yang menjelaskan tentang pondok pesantren. Pemasaran lebih kepada pemasaran word of mouth (dari mulut ke mulut atau gethok tular) yang dilakukan oleh guru, santri, alumni santri ataupun wali santri. Melihat permasalahan tersebut, dibutuhkan pemasaran yang tepat dan optimal sebagai sarana promosi bagi pondok pesantren Tanwirul Fikr. Metode pelaksanaan pengabdian ini yaitu pelatihan dan pendampingan penyusunan profil pondok pesantren, peningkatan kemampuan memasarkan jasa pendidikan pondok pesantren, peningkatan pengetahuan dan keterampilan penyusunan leaflet. Setelah dibuat desain brosur, dilakukan pelatihan mengenai 12 pilar pemasaran yang terdiri dari : Public Relation, Publisitas atau Press Release; Referral; Endorsement; Advertising; Direct Mail; Direct Sales; Direct Agent; Host Beneficiry; Telemarketing; Join Venture; Memberikan Seminar; dan Canvasing atau Booth.</p> <p>Ssss</p>
Publisher Name	Pusat Penerbitan Ilmiah Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
Publish Date	2019-05-08
Publish Year	2019
Doi	
Citation	
Source	Jurnal Pesut : Pengabdian untuk Kesejahteraan Umat
Source Issue	Vol 1 No 1 (2019): Jurnal Pesut: Pengabdian untuk Kesejahteraan Umat
Source Page	1-14
Url	https://journals.umkt.ac.id/index.php/pesut/article/view/143/101
Author	Ir. YOGIEK INDRA KURNIAWAN, S.T, M.T