



pentingnya pendidikan. Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan juga ditandai dengan semakin banyaknya jumlah lembaga pendidikan yang bermunculan. Mulai dari lembaga pendidikan formal juga non formal. Tidak hanya sekolah negeri, sekolah swasta juga semakin banyak dimana-mana. Pemerintah juga mewajibkan pendidikan minimal 12 tahun. Program wajib belajar ini mewajibkan setiap warga Negara Indonesia untuk bersekolah mulai dari tingkat Sekolah Dasar atau Madrasah Ibtidaiyah selama 6 tahun, diteruskan dengan SMP atau Mts selama 3 tahun, dan terakhir SMA, MA, atau SMK selama 3 tahun. Hal tersebut membuktikan bahwa pentingnya pendidikan untuk seluruh masyarakat.

Salah satu jenjang yang akan menumbuhkan minat dan bakat untuk anak kedepannya adalah Sekolah Menengah Pertama (SMP). Selain itu latar belakang agama yang akan mengokohkan aqidah membuat SMP yang berlatar belakang agama dicari oleh sebagian orang tua yang ingin melanjutkan pendidikan anaknya setelah lulus dari SD/ MI. Antusiasme orang tua yang memilih SMP sebagai tempat pendidikan anaknya membuat banyaknya lembaga SMP bermunculan dan menjadikan persaingan SMP untuk memperbaiki mutu sekolah. Mulai dari sarana prasarana, tenaga pendidik, hingga kurikulum lembaga. Semuanya berlomba-lomba memperbaiki mutu untuk menarik perhatian para orang tua maupun calon peserta didik. Daya tarik menjadi sangat penting agar calon peserta didik menjadi berminat untuk belajar di SMP tersebut.





ialah pendidikan yang didukung dengan mendirikan sebuah lembaga pendidikan swasta yang dikelola secara mandiri. Salah satu lembaga formal milik Muhammadiyah yang mempunyai pengelolaan strategi pemasaran *open house* dalam kegiatan promosi adalah SMP Muhammadiyah 11 Surabaya. Di SMP tersebut mempunyai banyak sekali kegiatan ekstra seperti Tapak Suci, HW, Entrepreneur Club, dan prestasi beberapa diantaranya ialah juara qori', juara adzan, juara baca puisi, dan lain-lain yang bisa menjadi sebuah dayatarik dari sekolah tersebut.

Seluruh pencapaian tersebut digunakan oleh SMP Muhammadiyah 11 Surabaya sebagai bekal promosi. Sebuah strategi pemasaran yang jarang digunakan oleh sebuah lembaga pendidikan formal. SMP Muhammadiyah 11 Surabaya menerapkan salah satu strategi pemasaran *open house* dengan sasaran siswa-siswi SD sederajat dan masyarakat. *Open house* yang dilaksanakan tersebut dikemas dengan sangat menarik, pada waktu masuk area acara pengunjung akan disambut langsung dengan pameran dari siswa-siswi SMP Muhammadiyah 11 kemudian siswa-siswi SD yang datang berkesempatan mengikuti *Tryout* sebagai bekal menghadapi ujian nasional, dan orang tua disuguhi pertunjukan dan seminar. Seluruh rangkaian acara tersebut gratis tanpa dipungut biaya. Terbukti dengan kualitas lembaga dan strategi pemasaran tersebut banyak sekali pendaftar dari SD sederajat yang berkeinginan masuk SMP Muhammadiyah 11 Surabaya se usai acara tersebut.

















