

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN  
PEMINAT DAN DAYA TARIK UNTUK MENYEKOLAHKAN ANAK KE SD  
MUHAMMADIYAH 3 NUSUKAN SURAKARTA**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan  
Pendidikan Guru Sekolah Dasar Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Oleh :

**ADE ARUM PERTIWI**

**A510130025**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PESETUJUAN**

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN  
PEMINAT DAN DAYA TARIK UNTUK MENYEKOLAHKAN ANAK KE SD  
MUHAMMADIYAH 3 NUSUKAN SURAKARTA**

**PUBLIKASI ILMIAH**

oleh:

**ADE ARUM PERTIWI**

**A510130025**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



**(Drs. H. Mulyadi Sri Kamulyan, S.H, M.Pd)**

**NIK. 191**

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN  
PEMINAT DAN DAYA TARIK UNTUK MENYEKOLAHKAN ANAK KE SD  
MUHAMMADIYAH 3 NUSUKAN SURAKARTA**

**OLEH**

**Ade Arum Pertiwi**

**A510130025**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
pada hari Jum'at , ( 31 – Maret – 2017 )  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

**Dewan Penguji**

1. Drs. H. Mulyadi Sri Kamulyan, S.H., M.Pd  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Muhroji, S.E., M.Si., M.Pd  
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Honest Umami Kaltsum, S.S., M.Hum  
(Anggota II Dewan Penguji)

( ..... )  
( ..... )  
( ..... )

**Dekan,**



**Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum**

**NIP. 19650428 199303 1 001**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahawa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 22 Maret 2017

Penulis



**ADE ARUM PERTIWI**

**A510130025**

# **STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN PEMINAT DAN DAYA TARIK UNTUK MENYEKOLAHKAN ANAK KE SD MUHAMMADIYAH 3 NUSUKAN SURAKARTA**

## **Abstrak**

Seiring dengan perkembangan jaman persaingan antar lembaga pendidikan semakin kompetitif. Namun daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta tidak semakin surut. Melihat fenomena ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan, faktor pendukung dan penghambat dalam proses pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan guna meningkatkan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian kualitatif bersifat deskriptif fenomenologi. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data dengan melakukan triangulasi. Teknik analisis data dengan mereduksi data, penyajian data, dan menyimpulkan. Penelitian ini membahas dua pokok bahasan, yaitu pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan, faktor pendukung dan penghambat dalam proses pelaksanaan. Proses pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta yaitu: identifikasi dan analisis pasar, segmentasi dan positioning, diferensiasi, promosi, evaluasi promosi. Faktor pendukung yaitu kepercayaan masyarakat dan alumni masih tergolong tinggi. Faktor penghambat yaitu: waktu dan SDM.

**Kata kunci:** Strategi, Pemasaran, Jasa Pendidikan, Peminat.

## **Abstract**

Along with the development of competition between educational institutions increasingly competitive. But the appeal of the community to send their children to Muhammadiyah Elementary School 3 of Nusukan Surakarta not even recede. Seeing this phenomenon researchers interested in studying more about the marketing strategies of educational services in increasing interest and appeal to send children to Muhammadiyah Elementary School 3 of Nusukan Surakarta. This study aims to investigate the implementation of the marketing strategy of educational services, supporting factors and obstacles in the implementation of marketing strategies in order to increase interest in educational services and public appeal to send their children to Muhammadiyah Elementary School 3 of Nusukan Surakarta. This type of research is research kualitatif. The approach used a qualitative approach with a qualitative research design bersifat descriptive phenomenology. Data collection techniques using the method of observation, interviews, and documentation. The validity of the data by triangulation. Data analysis techniques with data reduction,

data presentation, and concluded. This study addressed two subjects, namely the implementation of the marketing strategy of educational services, supporting factors and obstacles in the implementation process. The process of implementation of the marketing strategy of educational services performed Muhammadiyah Elementary School 3 of Nusukan Surakarta namely: identification and analysis of market, segmentation and positioning, differentiation, promotion, promotion evaluation. Factors supporting namely Fiduciary community and alumnus still relatively high. Inhibiting factors namely: time and human resources.

**Keywords:** Strategy, Marketing, Education Services, Enthusiasts.

## 1. PENDAHULUAN

Sekolah Dasar Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta merupakan lembaga pendidikan sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan. Lembaga penyedia jasa pendidikan menurut Alma (2008: 168) “Jasa adalah suatu yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan (*transfer of ownership*)”. Sebagai lembaga pendidikan membutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memasarkan jasa pendidikannya dengan tujuan meningkatkan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya. Dalam aspek pengelolaan sekolah, lembaga sudah sangat berpengalaman. Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi peminat untuk menyekolahkan anaknya di lembaga pendidikan ini. Selain itu, sekolah dasar ini juga menawarkan kurikulum sekolah berbasis syariah sesuai dengan visi misinya yaitu, menciptakan lulusan yang berkualitas, baik secara intelektualitas, moralitas, maupun kemandirian dalam hidup. Selain menawarkan kurikulum berbasis syariah, juga mempunyai program-program unggulan yang menjadi daya tarik tersendiri. Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan guru, setidaknya dalam lima tahun terakhir ini grafik pendaftaran selalu naik. Hal ini dapat dilihat adanya penambahan ruang kelas paralel. Awalnya dibuka dua kelas sekarang sudah membuka tiga kelas dan juga siswanya banyak yang berasal dari luar wilayah Nusukan Surakarta. Hal ini menandakan amino peminat yang begitu tinggi dan membuat peneliti tertarik untuk melihat lebih dalam tentang “strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta”.

## **2. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah (Djam'an dan Aan. 2014: 25).

Sumber data dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, tenaga pendidik, orang tua siswa dan observasi hasil pengamatan tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

Wawancara dimaksudkan untuk memperoleh data secara subyektif tentang bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan. Teknik observasi digunakan peneliti untuk mengamati langsung bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan peminat dan daya tarik untuk menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Dan teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa rencana pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.

Analisi data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi (membuat kesimpulan). Sedangkan uji keabsahan yang digunakan dalam penelitian ini triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan ulang derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalkan membandingkan hasil observasi (pengamatan) dengan hasil wawancara. Triangulasi sumber yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, guru dan orangtua siswa. Informan pendukung yang berasal dari hasil observasi.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta**

Identifikasi dan analisis pasar merupakan kegiatan yang sangat mendasar bagi SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Identifikasi dan analisis pasar adalah kegiatan riset pemasaran yang berkaitan dengan kebutuhan peminat jasa pendidikan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengetahui kebutuhan dan minat dari peminat jasa pendidikan dalam hal pendidikan. SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta sebagai lembaga pendidikan formal berusaha untuk memenuhi dan mewujudkan apa yang dibutuhkan oleh para konsumennya.

Target pemasaran di SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta saat ini Random/Acak. Jadi, siapa saja boleh sekolah di SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Sekolah juga memberi kesempatan kepada semua kalangan yang sadar akan pentingnya pendidikan. Siapa pun boleh bersekolah disini asalkan umur siswa sudah mulai sesuai dengan ketentuan untuk masuk SD, kuota masih tersedia dan anak lulus tes masuk.

Diferensiasi sekolah adalah suatu cara yang digunakan SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta untuk memasarkan jasa pendidikannya dan sebagai upaya mengatasi persaingan. Dalam hal ini sekolah harus benar-benar berusaha mencari celah untuk dapat memberikan penawaran berbeda dari sekolah lainnya agar dapat meningkatkan peminat dan tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta dalam memasarkan jasa pendidikannya masih dalam kategori yang biasa, yaitu dengan melakukan kegiatan promosi. Bentuk-bentuk promosi yang ada di SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta sudah menggunakan berbagai macam cara dan media:

Media periklanan melalui media cetak. SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta juga selalu membuat brosur dan pamflet ketika akan dibuka pendaftaran peserta didik baru.

Lewat siaran radio mentari, SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta pernah melakukan siaran lewat radio mentari mengenalkan sekolah kepada masyarakat luas.

Periklanan melalui media elektronik atau online, SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta memiliki sebuah akun sosial media. Informasi-informasi yang dimuat di akun sosial media berupa keunggulan, fasilitas, ekstrakurikuler dan kegiatan-kegiatan sekolah seperti outbond.

Datang langsung ke TK-TK untuk memaparkan program-program menarik yang dimiliki sekolah. SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta menyebut langkah ini sebagai sosialisasi ke TK. Hal ini dimaksudkan supaya ada hal-hal yang ingin masyarakat ketahui dapat ditanyakan langsung kepada guru-guru yang bertugas memberikan sosialisasi.

Promosi mulut ke mulut, yang juga memberikan pengaruh yang bagus terhadap peningkatan peminat dan daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anaknya ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.

SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta tidak ada evaluasi khusus berkaitan dengan promosi. Evaluasi hanya dilakukan dengan cara melihat ketika peserta didik baru sudah masuk, ada tidak peningkatan peserta didik baru dari tahun sebelumnya.

### **3.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.**

Faktor pendukung berupa kepercayaan masyarakat yang masih tinggi terhadap SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta.

Keterbatasan waktu, etika pihak sekolah TK memberikan ijin untuk melakukan sosialisasi pada hari ini, tetapi guru karena masih memiliki tanggung jawab untuk mengajar tidak bisa melaksanakan kegiatan sosialisasi.

Sumber Daya Manusia, SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta belum memiliki tim khusus promosi atau tenaga khusus untuk memasarkan jasa pendidikan.

#### **4. PENUTUP**

Proses pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta adalah sebagai berikut; (a) Melakukan identifikasi dan analisis pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhan masyarakat akan pendidikan sebelum melakukan promosi, (b) Melakukan segmentasi dan positioning, dalam hal ini SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta tidak membagi-bagi calon peserta didik, siapapun boleh masuk ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta dan dinyatakan lulus tes sebagai suatu persyaratan masuk, (c) Diferensiasi, dengan menunjukkan proses pembelajaran yang menyenangkan seperti *outing class* dan menampilkan ekstrakurikuler unggulan sekolah sebagai taktik persaingan dalam pemasaran, (d) Promosi; menerapkan teori bauran pemasaran untuk melakukan langkah-langkah promosi. Promosi ini sebagai strategi memasarkan jasa pendidikan untuk meningkatkan peminat dan daya tarik menyekolahkan anak ke SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta. Sebelum melakukan promosi terlebih dahulu melakukan langkah identifikasi dan analisis pasar, segmentasi dan positioning, dan diferensiasi. (e) Evaluasi promosi, kegiatan akhir yang dilakukan setelah melakukan promosi.

Faktor pendukung dan penghambat dari pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Muhammadiyah 3 Nusukan Surakarta adalah sebagai berikut; (a) Faktor pendukung; (1) Kepercayaan masyarakat dan alumni masih tergolong tinggi. (b) Faktor penghambat; (1) Berkaitan dengan waktu, (2) SDM, tidak ada tim khusus yang bertugas dalam memasarkan jasa pendidikan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari., & Ratih, H. (2008). *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta.
- Djam'an, Satori., & Aan, K. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.