

**STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
DI SD BUDI MULIA DUA PANJEN
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan**

**Disusun Oleh
Rinna Wahyuny
NIM: 15480079**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU MADRASAH
IBTIDAIYAH
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Rinna Wahyuni

NIM. : 15480079

Program Studi : Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 6 September 2019


Rinna Wahyuni

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rinna Wahyuni

NIM. : 15480079

Program Studi : Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah

dengan ini menyatakan bahwa pas foto yang diserahkan dalam daftar munagasyah tersebut benar-benar pas foto saya dan saya berani menanggung resiko dari pas foto tersebut. Jika dikemudian hari terdapat sesuatu hal, saya tidak akan menyalahkan pihak Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 September 2019


Rinna Wahyuni



HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/R0
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi/ Tugas Akhir
Lamp : -

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Setelah membaca, meneliti, menelaah, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama	: Rinna Wahyuni
NIM	: 15480079
Program Studi	: Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Fakultas	: Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Judul Skripsi	: Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta

sudah dapat diajukan kepada Program Studi PGMI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Pendidikan.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/ tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera diajukan/ dimusyawahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 September 2019
Pembimbing

Izqin Kamaliah M. Pd
NIP. 19880701 000000 2 301



HALAMAN PENGESAHAN

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-07-80

PENGESAHAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Nomor : B-785/Ln-02/DT.00/PP.00.0/09/2019

Skrripsi / Tugas Akhir dengan
judul

Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan
dalam Meningkatkan Daya Saing di SD
Budhi Murni Dua Panjen Yogyakarta

Yang dipersiapkan dan disusun
oleh

Nama

Rinna Wahyuni

NIM

15480079

Telah di-matangkan pada

Jum'at, 26 September 2019

Nilai *Matang*

A

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM PENYAKSIAN

Ketua Sidang

[Signature]

Izzatin Kamala, M. Pd

NIP. 19880701 000000 2 301

Penguji 1

[Signature]

Dr. Moh. Asma Rokhmawati, M. Pd

NIP. 19781113 200912 1 003

Yogyakarta

Penguji 2

[Signature]

Sept Prasetyo, M. Pd, ST

NIP. 198101104 200912 1 0004

30 SEP 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

DEKAN



Dr. Ahmad Haffi, M. Pd

NIP. 19810127 199203 1 002

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”¹

(Al-Qur'an Surah Ar-Rad:11)

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Madina (Bandung: PT Madina Raihan Makmur, 2013), hlm 250

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada
Almamater Tercinta,

Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta.

HALAMAN ABSTRAK

Rinna Wahyuni, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Daya Saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta”. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Eksistensi dari sebuah lembaga pendidikan bagi masyarakat adalah dengan berhasil memuaskan para konsumen jasa pendidikan. *Output* kepuasan konsumen jasa pendidikan dapat tercermin dari upaya sekolah dalam memasarkan sekolahnya. Hal ini bertujuan untuk mengetahui proses dan hasil dari strategi pemasaran jasa pendidikan, serta mengetahui daya saing yang dimiliki di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan menggunakan dua cara yaitu: secara langsung (melalui media sosial dengan cara mengaktifkan *instagram* dan mengembangkan *website* yang berisi info sekolah secara lengkap, mendatangi lembaga dengan yayasan yang sama yaitu yayasan budi mulia dua), dan promosi secara tidak langsung (membangun hubungan yang baik dengan wali siswa melalui komunikasi pada grup *whatsapp* maupun ketika bertemu langsung di lingkungan sekolah, melibatkan orang tua dalam kegiatan sekolah yaitu orang tua diundang dalam kegiatan *gardening* untuk memetik hasil dari tumbuhan yang ditanam oleh siswa-siswi, menampilkan bakat siswa-siswi dalam acara di luar sekolah yaitu *edu fair* dan pameran pendidikan lainnya). Hasil dari strategi yang diterapkan adalah: meningkatnya jumlah pendaftar dalam tiga tahun terakhir yaitu sebesar 9%, adanya layanan pendidikan berupa *input-proses-output*, peningkatan prestasi khususnya dalam bidang non akademik, dan tewujudnya loyalitas konsumen pendidikan terbukti dari adanya kerjasama antara sekolah, siswa dan orang tua dalam berbagai kegiatan yang diadakan oleh sekolah, salah satunya *parents volunteer*. Daya saing yang dimiliki adalah slogan yang berisi “bersekolah dengan senang, dan senang di sekolah”, berkaitan dengan slogan

tersebut sekolah mewujudkannya dalam menerapkan metode belajar *fun learning* yang berkesinambungan dengan fasilitas yang dipakai salah satunya ruang kelas dengan konsep *flexibel citting calssroom* serta siswa-siswi dibekali kegiatan inti maupun kegiatan ekstrakurikuler yang bertujuan untuk mengembangkan kemampuan *softskillnya* dengan baik.

Kata Kunci: Pemasaran, Daya Saing, SD

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah yang telah memberi taufik, hidayah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurah kepada nabi agung Muhammad SAW juga keluarganya serta semua orang yang meniti jalannya.

Selama penulisan skripsi ini tentunya kesulitan dan hambatan telah dihadapi peneliti. Dalam mengatasinya peneliti tidak mungkin dapat melakukannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Atas bantuan yang telah diberikan selama penelitian maupun dalam penulisan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Arifi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf-stafnya, yang telah membantu peneliti dalam menjalani studi Strata Satu Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah.
2. Ibu Dr. Aninditya Sri Nugraheni, M.Pd., dan Dr. Nur Hidayat, M.Ag., selaku ketua dan sekretaris Prodi PGMI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat kepada peneliti selama menjalani studi program Strata Satu Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah.

3. Ibu Izzatin Kamala, M. Pd., selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan serta memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini dengan penuh keikhlasan.
4. Bapak Sigit Prasetyo, M. Pd., selaku penasihat akademik yang telah meluangkan waktu, membimbing, memberi nasehat serta masukan kepada peneliti.
5. Kepada kedua orang tua peneliti, ibu Tapsiyah dan bapak Watib, serta saudara peneliti, Raffi Hariry yang selalu mencurahkan perhatian, doa, motivasi, dan kasih sayang dengan penuh ketulusan.
6. Sahabat-sahabat peneliti di program studi PGMI angkatan 2015 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam menuntut ilmu.
7. Teman-teman yang sering menanyakan kapan saya lulus, sehingga menyemangati saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Peneliti sangat menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dalam kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 20 September 2019
Peneliti

Rinna Wahyuni
NIM. 15480079

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Jasa pendidikan	9
2. Karakteristik Jasa Pendidikan	14
3. Bentuk Layanan Jasa Pendidikan	16
4. Mutu Pendidikan.....	19
5. Strategi Pemasaran.....	21
6. Daya Saing.....	28
B. Kajian Penelitian Yang Relevan	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Data dan Sumber Data.....	39
D. Subjek Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN	50
A. Strategi Pemasaran yang Digunakan untuk Meningkatkan Daya Saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	50
C. Hasil Strategi Pemasaran di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	71
D. Daya Saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	76
BAB V PENUTUP.....	78
A. Simpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
Gambaran Umum Objek Penelitian.....	87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	171

DAFTAR TABEL

Tabel IV. 1 : Biaya Sekolah SD Budi Mulia Dua Panjen

Yogyakarta 56

Tabel IV. 2 : Siswa Diterima dalam Tiga Tahun

Terakhir 72

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1 : Belajar Menggunakan Media Pembelajaran	53
Gambar IV. 2 : Biaya Sekolah SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	60
Gambar IV. 3 : Lokasi SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	72
Gambar IV. 4 : <i>Website</i> SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	64
Gambar IV. 5 : <i>Instagram</i> SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	64
Gambar IV. 6 : Brosur SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta	65
Gambar IV. 7 : Data guru dan karyawan	67
Gambar IV. 8 : <i>Flexible citting classroom</i>	68
Gambar IV. 9 : Lab Komputer dengan <i>imac</i>	69
Gambar IV. 10 : Akreditasi	73
Gambar IV. 11 : Slogan	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	:	Lembar Observasi
Lampiran II	:	Pedoman Wawancara
Lampiran III	:	Dokumentasi Penelitian
Lampiran IV	:	Penunjukan Pembimbing Skripsi
Lampiran V	:	Bukti Seminar Proposal
Lampiran VI	:	Permohonan Ijin Penelitian
Lampiran VII	:	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
Lampiran VII	:	Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran VIII	:	Sertifikat OPAK
Lampiran IX	:	Sertifikat SOSPEM
Lampiran X	:	Sertifikat Magang II
Lampiran XI	:	Sertifikat Magang III
Lampiran XII	:	Sertifikat Ujian Sertifikasi TIK
Lampiran XIII	:	Sertifikat TOEC
Lampiran XIV	:	Sertifikat IKLA
Lampiran XV	:	Sertifikat PKTQ
Lampiran XVI	:	Sertifikat <i>LECTORA</i>
Lampiran XVII	:	Sertifikat KKN
Lampiran XVIII	:	Sertifikat <i>USER EDUCATION</i>
Lampiran XIX	:	Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan nasional bertujuan menciptakan pendidikan bermutu. Mengutip Undang-Undang No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 3 fungsi dan tujuan pendidikan nasional adalah

Pendidikan Nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab²

Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam mencapai tujuan Pendidikan Nasional menerbitkan Peraturan-peraturan tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP). Mengutip PP No 19 Tahun 2005, PP No 32 Tahun 2013, PP No. 13 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Pasal 3: Standar Nasional Pendidikan berfungsi sebagai dasar dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan pendidikan dalam rangka mewujudkan pendidikan nasional yang bermutu.

Pendidikan diyakini dapat mewujudkan kecerdasan sekaligus kepribadian anak menjadi lebih baik. Hal ini seperti

² UU No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 3

yang dikatakan Plato bahwa terdapat dua tujuan dasar pendidikan yakni membantu anak-anak menjadi pintar dan membantu mereka menjadi baik, maka masyarakat yang bijak menjadikan pendidikan moral sebagai tujuan pendidikan.³

Pendidikan juga dapat dipercaya sebagai alat strategi untuk meningkatkan taraf hidup manusia. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan, sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermanfaat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat.⁴

Apabila kita melihat lembaga pendidikan dari kacamata *corporate*, maka lembaga pendidikan ini adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Konsumen utamanya adalah para siswa atau mahasiswa, disamping itu masih banyak konsumen lain. Apalagi jika produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini yaitu jasa pendidikan, disebabkan karena mutunya tidak disenangi oleh konsumen, tidak memberikan nilai tambah bagi peningkatan pribadi individu, layanan tidak memuaskan, maka produk jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Akibatnya sekolah akan mundur dan tidak ada peminatnya, akhirnya sekolah tutup. Apabila sekolah ditutup karena ketidakmampuan para

³ Thomas Lickona dan Uyu Wahyudin (ed.), *Mendidik Untuk Membentuk Karakter: Bagaimana Sekolah Dapat Memberikan Pendidikan Tentang Sikap Hormat dan Bertanggung Jawab* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 24.

⁴ Engkoswara dan Komariah, *Administrasi Pendidikan* (Bandung: Alfabeta) hlm. 13

pengelolanya, maka akan menimbulkan bencana pada sebuah masyarakat.⁵

Lembaga pendidikan agar bisa mempertahankan eksistensinya maka dituntut untuk dapat memasarkan sekolahnya, karena betapapun bagus suatu sekolah jika tidak dipromosikan dengan baik akan berdampak pada minimnya jumlah siswa dan tidak dikenalnya sekolah tersebut di kalangan masyarakat. Pemasaran menjadi sesuatu yang mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain tujuannya untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan juga berfungsi untuk membentuk citra yang baik dan menarik minat calon siswa baru.

Sekolah yang berkualitas merupakan salah satu dambaan bagi setiap orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya. Orang tua memiliki harapan agar anak-anaknya menjadi manusia yang terdidik melalui pendidikan yang berkualitas. Saat ini, orang tua sangat teliti dalam memilih sekolah untuk anak-anaknya. Mereka tidak lagi melihat tingginya biaya pendidikan, akan tetapi kualitas *output* yang dihasilkan oleh sebuah sekolah. Setidaknya ada tiga pertimbangan umum orang tua dalam memilih sebuah sekolah, yaitu kualitas pembelajarannya, kualitas sarana dan prasarana, dan kualitas lulusan.⁶

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak terelakan bagi banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan

⁵ Buchari Alma, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 13.

⁶ Barnawi dan Mohammad Arifin, *Branded School, Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*, (Yogyakarta: Ar-ruzz Media, 2013), hlm. 7.

oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan.⁷ Lembaga pendidikan yang dimaksud adalah sekolah dasar. Masalah yang muncul diperkuat dari berita yang menyatakan bahwa Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gunungkidul mulai melakukan *regrouping* sekolah dasar, hal ini dikarenakan jumlah pendaftar yang sangat minim.⁸ Adapun berita lainnya yang menyatakan bahwa belum ada penyebab yang pasti menurunnya jumlah pendaftar dalam sekolah dasar negeri, dan ditengarai bahwa banyak orang tua yang mendaftarkan anaknya di sekolah dasar swasta.⁹

Kompetisi antar sekolah semakin ketat saat ini.¹⁰ Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya upaya kreatif penyelenggaraan pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati pelanggan jasa pendidikan. Munculnya sekolah-sekolah unggulan dengan kurikulum bertaraf internasional, serta lahirnya sekolah negeri dan swasta yang menawarkan keunggulan fasilitas bahkan dengan biaya yang terjangkau dapat menambah maraknya kompetisi lembaga

⁷Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah* (Bandung: Pustaka Educa, 2010), hlm. 275.

⁸ Arista Putri, “Enam Sekolah Dasar Minim Siswa Akan Diregrouping Tahun Ini”, dalam laman <https://pidjar.com/enam-sekolah-dasar-minim-siswa-akan-diregrouping-tahun-ini/11382/> diunduh tanggal 10 Agustus 2019 pukul 23:00 WIB.

⁹ Ani Nursalikhah, “Sejumlah SD Negeri di Yogyakarta akan Digabung”, dalam laman <https://republika.co.id/berita/pendidikan/eduaction/pbxtos366/tradisi-ramadhan> diunduh pada tanggal 10 Agustus 2019 pukul 23:30 WIB.

¹⁰ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 3.

pendidikan. Lembaga pendidikan akan mampu mengenalkan dan menjual produk yang ditawarkan dari sekolah tersebut.

Pemasaran jasa pendidikan perlu dipelajari dan diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan jasa pendidikan, karena pendidikan merupakan proses sirkuler yang saling memengaruhi dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat menjadi sinyal positif dalam meningkatkan kualitas penyelenggara pendidikan. Sekolah perlu mendapatkan masukan lebih matang oleh (calon siswa potensial) untuk mendukung proses pembelajaran dan meningkatkan daya saing sekolah.

Jadi, kita membutuhkan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk memenangkan kompetisi antar sekolah, serta meningkatkan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah. Program pemasaran jasa pendidikan dapat memengaruhi setiap aspek sekolah. Salah satu manfaat dari program pemasaran jasa pendidikan adalah terciptanya lingkungan pembelajaran yang baik bagi seluruh siswa.

SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang terletak di Wedomartani, Ngemplak, Sleman, Yogyakarta. SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta merupakan bagian dari yayasan Budi Mulia Dua yang terdiri dari Day Care, Playgroup & TK, SD, SMP & SMA Internasional, Sekolah Menengah Kejuruan & Sekolah Kuliner BMD, SMK Pertanian BMD, Qur'an Learning Center BMD, dan Golden Geriatric Club BMD. SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta sudah mendapatkan akreditasi yang bagus, yaitu A. Sekolah ini juga dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang

lengkap, sekolah menyediakan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan di sekolah. Sekolah ini mengalami perkembangan dalam jumlah siswa di setiap tahunnya. Pada tahun ajaran 2016/2017 jumlah siswa yang diterima 93 siswa, kemudian tahun ajaran 2018/2019 jumlah siswa diterima meningkat yaitu sebanyak 107 anak.¹¹

SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta mengembangkan strateginya pemasaran jasa pendidikannya. Salah satu hal yang dilakukan oleh sekolah khususnya tim pemasaran adalah mempromosikan sekolahnya melalui media sosial, sehingga membuat orang-orang menjadi tertarik untuk mendaftarkan anaknya di sekolah ini. SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta sadar bahwasannya di zaman ini media sosial adalah salah satu media yang menarik untuk menjadi perhatian orang-orang. SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta juga menjadi salah satu sekolah favorit dari 10 sekolah yang ada di Yogyakarta.¹²

Selain hal tersebut, peneliti juga tertarik dengan slogan SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta yaitu “bersekolah dengan senang, senang di sekolah” hal tersebut menjadi menarik karena sekolah ini menawarkan sesuatu yang berbeda, sekolah ini lebih memfokuskan untuk menggali dan mengembangkan potensi yang sudah dimiliki oleh siswa-siswi.

¹¹ Wawancara dengan Ms. Nina, Anggota Humas SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, di Ruang Kantor SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, Tanggal 15 Mei 2019.

¹² Ngangsukawruh, “10 Sekolah favorit di Yogyakarta” dalam laman <https://ngangsukawruh.com/2018/05/12/9-sd-favorit-di-jogja-dan-sekitarnya/> diunduh pada tanggal 10 Agustus 2019 pukul 23:45 WIB.

Dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan fokus penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta. Hal ini menjadi penting karena semakin berkembangnya zaman dan persaingan yang ketat antar sekolah, maka strategi pemasaran jasa pendidikan menjadi hal yang penting untuk dikaji.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta?
2. Bagaimana hasil strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta?
3. Bagaimana Daya saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah:

- a. Mengetahui proses strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta
- b. Mengetahui hasil pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta
- c. Mengetahui daya saing yang dimiliki di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta

2. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat:

- 1) Memberikan sumbangan pengetahuan dalam perkembangan ilmu pengetahuan yang ada di dalam suatu lembaga pendidikan di Indonesia
- 2) Menambah khazanah kreativitas dalam dunia penulisan Indonesia, demi dapat meningkatkan kualitas dalam pembuatannya
- 3) Menambah sumber referensi bagi dunia pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan

b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat:

- 1) Memberikan informasi dan sebagai bahan referensi yang dapat digunakan oleh pemerhati keilmuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi yang di terapkan di SD Budi Mulia Dua yaitu:
 - 1) *product*: membekali siswa-siswi dengan kurikulum nasional dan *cambridge*, pembelajaran menggunakan metode belajar *fun learning*, ditambah kegiatan ekstrakurikuler yang berjumlah 22 untuk mengembangkan *softskillnya*
 - 2) *price*: memberikan harga dan beberapa tawaran menarik
 - 3) *place*: lokasi yang mudah dijangkau transportasi
 - 4) *promotion*: promosi secara tidak langsung dengan cara: membangun hubungan yang baik dengan wali siswa melalui grup *whatsapp*, melibatkan orang tua dalam kegiatan di sekolah, menampilkan bakat siswa-siswi dalam kegiatan di luar sekolah, dan promosi langsung: mengaktifkan *website* dan akun *instagram*
 - 5) *physical evidence*: menyediakan fasilitas menarik, dan ruang kelas dengan konsep *flexible citting classroom* dan fasilitas unggulan lainnya yaitu kolam renang *indoor*
 - 6) *process*: merencanakan proses yang berjalan dari awal sampai akhir
 - 7) *people*: melibatkan semua guru dan staff untuk serentakan mempromosikan

sekolahnya dengan cara membagi informasi lewat media sosial maupun secara langsung kepada masyarakat

2. Hasilnya terdapat pada peningkatan jumlah pendaftar siswa baru, layanan mutu pendidikan, peningkatan prestasi khususnya dalam bidang non akademik, adanya loyalitas konsumen jasa pendidikan.
3. Daya saing di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta mengedapankan pengembangan khususnya pada *softskillnya*. Hal ini dibuktikan dengan adanya pembekalan pada kegiatan ekstrakurikuler dan kegiatan unggulan yang ada di sekolah. Berkaitan dengan ini sejalan dengan slogan SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta yaitu: “Bersekolah dengan senang, dan senang di sekolah”

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, bersama ini kami sarankan kepada:

1. Kepala sekolah SD Budi Mulia Dua Yogyakarta agar tetap mempertahankan kualitas mutu pendidikan, khususnya peningkatan pada kegiatan pembelajaran, dan pengembangan sarana dan prasarana yang ada di sekolah. Agar tujuan pendidikan bisa tercapai secara optimal.
2. Para guru dan staff SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta agar tetap mempertahankan profesionalisme dan selalu mengembangkan kompetensinya, karena setiap tahun guru dituntut

untuk selalu kreatif dalam menemukan metode pembelajaran yang menarik dan inovatif

3. Untuk para peneliti agar melakukan penelitian lebih lanjut yang mampu mengungkapkan lebih dalam tentang strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Afidatun Khasanah, *Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Baturaden*, Jurnal El Tarbawi. 2015
- Akmal Mundiri, *Strategi Lembaga Pendidikan Islam Dalam Membangun Branding Image*, IAI Nurul Jadid. 2016
- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Ani Nursalikah, "Sejumlah SD Negeri di Yogyakarta akan Digabung", dalam laman <https://republika.co.id/berita/pendidikan/eduaction/> diunduh pada tanggal 10 Agustus 2019
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik Cet ke-XV*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arista Putri, "Enam Sekolah Dasar Minim Siswa Akan Diregrouping Tahun Ini", dalam laman <https://pidjar.com/enam-sekolah-dasar-minim-siswa-akan-diregrouping-tahun-ini/11382/> diunduh tanggal 10 Agustus 2019
- Atika, *Upaya Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan Islam Melalui Strategi Pemaaran Jasa Pendidikan Studi Kasus di MAN Yogyakarta III*, (Yogyakarta: Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2016)
- Azzared, Jacob. 2005. *Membangun Masa Depan Anak*. Bandung: Nusamedua

- Bambang, wali siswa SD Budi Mulia Dua Panjen
Yogyakarta, di Ruang Tunggu SD Budi Mulia Dua
Panjen Yogyakarta, Tanggal 17 Mei 2019.
- Barnawi, Mohammad Arifin. 2013. *Branded School, Membangun Sekolah Unggul Berbasis Peningkatan Mutu*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media
- Cholid Narbuko & Abu Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Darmansyah, 2011. *Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor*, Jakarta: Bumi aksara
- Djamarah. 2010. *Guru & Anak Didik Dalam Interaksi Edukatif*, Jakarta: Bumi Aksara
- Dokumentasi Pembelajaran Tematik SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, diampu oleh Ms. Dwi Roselawati, di kelas 3, pada tanggal 15 Mei 2019
- Dokumentasi permohonan permutakhiran izin operasional SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, 28 Mei 2019
- Engkoswara, Komariah. 2010. *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Farida, wali siswa SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, di Ruang Tunggu SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, Tanggal 17 Mei 2019.
- Francesca Pucciarelli, Andreas Kaplan, *Competition and Strategy in higher education: Managing complexity and uncertainty*, INDIANA University, 2016
- Gunawan, Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hafidz Abdul Aziz, Pemasaran Jasa Pendidikan di SD Kadipiro, Jurusan PGMI, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan

- Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijiga,
Yogyakarta 2018
- Hamdani, Lupiyuadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2016
- Imam Machali & Ara Hidayat. 2016. *The Handbook of Education Management teori dan Praktik Pengelolaan Madrasah dan Sekolah di Indonesia*. Jakarta: Kencana
- J Paul Petter. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Kuni Fatonah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Di MAN 1 Sragen*, Sragen 2016
- Lawrence R. Jauch William Gluech. 1998. *Bussiness Policy and Strategic Manajement*. New York: Mc Draww-Hill
- Lickona, Thomas, dan Wahyudin, Uyu (ed.). 2013. *Mendidik Untuk Membentuk Karakter: Bagaimana Sekolah Dapat Memberikan Pendidikan Tentang Sikap Hormat dan Bertanggung Jawab*, Jakarta: Bumi Aksara
- Moleong. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhammad Kholif Suhadha, Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Merespon Globalisasi (Studi Komparatif di SMK Ma'arif 1 Yogyakarta dan SMK Muhammadiyah 1 Sleman), Yogyakarta 2017)

- Ngangsukawruh, “10 Sekolah favorit di Yogyakarta” dalam laman <https://ngangsukawruh.com/2018/05/12/9-sd-favorit-di-jogja-dan-sekitarnya/> diunduh pada tanggal 10 Agustus 2019
- Nina, Ketua tim Pemasaran Jasa pendidikan di SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, di Ruang Kantor SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta. Tanggal 15 Mei 2019
- Porter, M.E 2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tanggerang: Karisma
- Porter, Michael E. 2008. *Competitive Advantage* (Menciptakan Dan Mempertahankan Kinerja Unggulan. Kharisma Publishing Grup, 2008
- Prastowo, Andi. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Prespektif Rancangan Penelitian Cet III*. Yogyakarta: Arruz Media
- Rahayu, Agus. 2008. *Strategi Meraih Keunggulan Dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu Kajian Manajemen Stratejik)*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Siswantoro. 2010. *Metode Penelitian Sastra*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Siswa-siswi kelas 5 SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, di Lapangan Basket SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, Tanggal 15 Mei 2019.
- Sopiah & Etta Mamang. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogayakarta: Andi)
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto. 2013. *Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Yogyakarta:Graha ilmu

- Tim Dosen Administrasi UPI. 2010. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Tjipto, Fandy. 2008 *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2008)
- Tumar, Sumihardjo. 2002. *Daya Saing Daerah Konsep Dan Pengukurannya Di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Tya, Wali siswa kelas II SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta, di Ruang Tunggu SD Budi Mulia Dua Panjen Yogyakarta. Tanggal 16 Mei 2019.
- UU No 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 3
- Website* Profil Budi Mulia Dua Foundation, pada laman <https://www.budimuliadua.com/about-us/219>, diakses pada 28 Mei 2019
- Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat
- Yoyon Bachtiar. *Modul 5 Pemasaran Pendidikan*. diakses melalui <https://www.google.com/search/modul/strategi/pemasaran/jasa/pendidikan/> pada 16 Januari 2019 pukul 8:15