

Peran Fenomena *Organic Word of Mouth* di Kalangan Orang Tua Dalam menentukan Pilihan Sekolah Swasta di Bojonegoro

oleh

Sri Maryati

Dzulfikar AkbarRamadlon

Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei 2026



Pendahuluan

- Persaingan sekolah swasta di Kabupaten Bojonegoro mendorong setiap lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas layanan serta membangun kepercayaan masyarakat.
- Dalam memilih sekolah, orang tua tidak hanya mengandalkan informasi resmi dari sekolah, tetapi juga rekomendasi berdasarkan pengalaman nyata sesama orang tua (**Organic Word of Mouth/OWOM**).
- Kajian mengenai **Organic Word of Mouth (OWOM)** pada konteks pemilihan sekolah swasta masih terbatas, sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan.
- Penelitian ini bertujuan mengkaji **peran fenomena Organic Word of Mouth (OWOM) di kalangan orang tua dalam menentukan pilihan sekolah swasta di Kabupaten Bojonegoro**

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana fenomena Organic Word of Mouth (OWoM) terbentuk di kalangan orang tua dalam memilih sekolah swasta di Kabupaten Bojonegoro?
2. Faktor-faktor apa yang membentuk dan memperkuat Organic Word of Mouth (OWoM) dalam pemilihan sekolah swasta?
3. Bagaimana peran Organic Word of Mouth (OWoM) dalam memengaruhi keputusan orang tua memilih sekolah swasta di Kabupaten Bojonegoro?

Metode

- **Pendekatan**
Kualitatif Deskriptif
- **Lokasi**
Sekolah Swasta Kabupaten Bojonegoro
- **Informan**
Orang tua/wali murid, Kepala Sekolah, staf Humas, Masyarakat sekitar
- **Pengumpulan Data**
Wawancara, observasi, dan dokumentasi
- **Analisis Data**
Miles, Huberman & Saldana:
- Kondensasi Data
- Penyajian Data
- Verifikasi/Kesimpulan

Hasil

1. Fenomena Organic Word of Mouth (OWoM)

OWoM terbentuk secara alami dari pengalaman positif orang tua terhadap sekolah swasta.

2. Faktor Pembentuk OWoM

- Kepuasan orang tua.
- Kepercayaan terhadap sekolah.
- Kualitas layanan pendidikan.
- Interaksi sosial antar orang tua.

3. Peran Organic Word of Mouth (OWoM)

- *Information Gate* – sumber informasi awal.
- *Filtering Effect* – menyaring dan membandingkan alternatif sekolah.
- *Decision Accelerator*- memperkuat dan mempercepat Keputusan orang tua,

Pembahasan

1. Organic Word of Mouth (OWoM) terbentuk dari pengalaman positif orang tua terhadap kualitas layanan pendidikan yang kemudian disampaikan secara sukarela kepada orang lain.
2. Kepuasan, kepercayaan, dan interaksi sosial menjadi faktor yang memperkuat terbentuknya Organic Word of Mouth (OWoM).
3. Penelitian menghasilkan model konseptual OWOM berbasis komunitas yang terdiri atas:
 - *Information Gate
 - *Filtering Effect
 - *Decision Accelerator
4. peran Organic Word of Mouth (OWoM) menunjukkan bahwa komunikasi antar orang tua menjadi proses penting dalam membentuk keyakinan dan keputusan memilih sekolah swasta.

Temuan Penting Penelitian

1. Penelitian menemukan bahwa **Organic Word of Mouth (OWoM)** terbentuk secara alami dari pengalaman positif orang tua.
2. Kepuasan, kepercayaan, dan interaksi sosial merupakan faktor utama yang memperkuat OWoM.
3. OWoM berperan sebagai:
 - *Information Gate*
 - *Filtering Effect*
 - *Decision Accelerator*
4. OWoM menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan orang tua memilih sekolah swasta.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

- Memperkaya kajian mengenai **Organic Word of Mouth (OWoM)** dalam konteks pemasaran pendidikan dan pemilihan sekolah swasta.

Manfaat Praktis

- Menjadi bahan pertimbangan bagi sekolah swasta dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan guna membangun kepercayaan masyarakat melalui **Organic Word of Mouth (OWoM)**.

Referensi

- [1] A. Qalam, J. I. Keagamaan, K. Kunci, and P. Pendidikan, "Pendidikan dan Kebudayaan H. Ahmad Maki Gunawan Sofyan Sauri Sri Handayani Universitas Islam Nusantara Bandung Abstrak Al Qalam : Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan Vol . 16 , No . 3 Mei - Juni 2022 Al Qalam : Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyar," *Al Qalam J. Ilm. Keagamaan dan Kemasyarakatan*, vol. 16, no. 3, pp. 1124–1137, 2022, doi: DOI: 10.35931/aq.v16i3.1023.
- [2] M. Rafi, G. Kridayani, and N. Novianti, "Strategi Dan Praktik Manajemen Madrasah Yang Bermutu Dan Efektif : Mewujudkan Pendidikan," *Indones. J. Islam. Stud.*, vol. 1, no. 1, pp. 67–78, 2025.
- [3] H. KHAIR, "Peran Lembaga Pendidikan Dalam Masyarakat Di Era Modern," *Darul Ulum J. Ilm. Keagamaan, Pendidik. dan Kemasyarakatan*, vol. 12, no. 2, pp. 24–36, Dec. 2021, doi: 10.62815/darululum.v12i2.67.
- [4] Suryati, Muslimin, and N. Sabillah, "Peran Komunikasi Word of Mouth Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Pendidikan di Kelurahan 13 Ulu Palembang," *J. ISO J. Ilmu Sos. Polif. dan Hum.*, vol. 5, no. 1, p. 12, Apr. 2025, doi: 10.53697/iso.v5i1.2372.
- [5] R. D. Utari and B. Haryanto, "Strategi Promosi Sekolah Dasar Islam dalam Menumbuhkan Kepercayaan Masyarakat," *JMPIS J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 6, no. 6, pp. 5499–5511, 2025, doi: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i6>.
- [6] F. S. Ardiansa and M. Oetarjo, "The Influence of Social Media, Brand Trust, and Word of Mouth on Parents' Decisions to Choose Muhammadiyah Elementary Schools," *J. Islam. Muhammadiyah Stud.*, vol. 2, Feb. 2022, doi: 10.21070/jims.v2i0.1540.
- [7] F. Rakhmawati, "Pengaruh Strategi E-Wom Terhadap Keputusan Calon Orang Tua Siswa Dalam Menentukan Sekolah Internasional Di Jakarta," *Equilib. Point J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 7, no. 1, Feb. 2024, doi: 10.46975/ebp.v7i1.539.
- [8] K. F. I. Pracipta, "Yogyakarta Determination Factors for Parents ' Decision To Choose Private," *J. Spektrum Anal. Kebijak. Pendidik.*, vol. 10, no. 3, pp. 65–79, 2021.
- [9] S. V. Wiguna, A. A. Setyawan, M. Sholahuddin, P. Studi, S. Manajemen, and U. M. Surakarta, "Pemanfaatan E-WoM Dalam Media Sosial Sebagai Sarana Promosi STIE Surakarta E-WoM Utilization On Social Media : A Case Study Of STIE Surakarta ' s Promotional Strategy pada pseudoscience (Setyawan , 2012).," *Jebdeker*, vol. 3, pp. 144–155, 2023.

- {10}F. Studies, "JIEFeS," *J. Islam. Econ. Financ. Stud. Vol.*, vol. 3, no. 1, pp. 55–69, 2022.
- [11] Siti Romdona, Silvia Senja Junista, and Ahmad Gunawan, "Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner," *JISOSEPOL J. Ilmu Sos. Ekon. dan Polit.*, vol. 3, no. 1, pp. 39–47, Jan. 2025, doi: 10.61787/taceee75.
- [12] A. S. Sari, N. Aprisilia, and Y. Fitriani, "Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif," *Indones. Res. J. Educ.*, vol. 5, no. 4, Jun. 2025, doi: 10.31004/irje.v5i4.3011.
- [13] D. Susanto, Risnita, and M. S. Jailani, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah," *J. QOSIM J. Pendidik. Sos. Hum.*, vol. 1, no. 1, pp. 53–61, Jul. 2023, doi: 10.61104/jq.v1i1.60.
- [14] N. M. Purwanto, A. T. Turistiati, and A. I. Perwita, "Komunikasi Pemasaran Word of Mouth Kelompok Belajar Harapan Bunda Kedungwuluh Purwokerto dalam Membangun Kepercayaan Klien," *J. Ilmu Komun.*, vol. 07, no. 02, pp. 130–153, 2024.
- [15] L. Marlinah, F. E. Oktora, A. Kurnia, and E. Eliyana, "Impact of electronic Word Of Mouth (eWOM) on Consumer Behaviour," *J. Adm. Kant.*, vol. 11, no. 1, p. 1, Jun. 2023, doi: 10.51211/jak.v11i1.2253.
- [16] E. Vercelli, J. Pertiwi, T. Pradiani, A. Info, and A. History, "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Fasilitas , dan Word of Mouth terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah di," *JlIP (Jurnal Ilm. Ilmu Pendidikan)*, vol. 7, no. September, pp. 10381–10387, 2024.
- [17] S. Tjay, W. Dewi, and T. Widodo, "Pengaruh Kualitas Pendidikan dan Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Pemilihan Sekolah melalui Mediasi Citra Sekolah di Citra Bangsa School Tangerang," *JlIP (Jurnal Ilm. Ilmu Pendidikan)*, vol. 8, no. April, pp. 3568–3580, 2025.
- [18] A. Alfianto, A. Ilahi, M. Beddu, R. Nurbakti, and P. Putra, "Strategi Word of Mouth Cafe Cerita Kopi dalam Meningkatkan Kunjungan Pelanggan," *J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 1, pp. 168–173, 2025.
- [19] D. Natalia, I. K. Rachmawati, and Y. Handoko, "Pengaruh Citra Sekolah , Kualitas Pelayanan dan Budaya Sekolah terhadap Kepuasan Orangtua di PKBM Alfa Omega Sekolah Kania , Tangerang," *J. Pendidik. Indones.*, vol. 5, no. 8, pp. 499–520, 2024.

- [20] I. J. Triwardhani, W. Trigartanti, I. Rachmawati, and R. P. Putra, "Strategi Guru dalam membangun komunikasi dengan Orang Tua Siswa di Sekolah," *J. Kaji. Komun.*, vol. 8, no. 1, p. 99, Jun. 2020, doi: 10.24198/jkk.v8i1.23620.
- [21] K. Khurin Najwa, "EXPLORING Exploring the Influence of Brand Image and Education Costs on Parents' Decisions in Choosing a School: The Mediating Impact of Word of Mouth (WoM)," *JIV-Jurnal Ilm. Visi*, vol. 19, no. 1, pp. 43–55, Jun. 2024, doi: 10.21009/JIV.1901.5.
- [22] K. Kusriani, "Strategi Komunikasi Word Of Mouth (WOM) Sebagai Upaya Promosi SDIT ALAM BIRUNI," *Stud. Komunika J. Ilmu Komun.*, vol. 4, no. 1, pp. 28–32, Jun. 2021, doi: 10.47995/jik.v4i1.43.
- [23] W. A. N. Miftachul Choiri, "Pentingnya Pentingnya Pola Komunikasi Orang Tua dan Wali Kelas dalam Membangkitkan Motivasi Belajar Siswa melalui Kegiatan Paguyuban," *AL-THIFL J. Ilm. Pendidik. Guru Madrasah Ibtidaiyah*, vol. 1, no. 1, pp. 46–52, Feb. 2021, doi: 10.21154/thifl.v1i1.51.
- [24] T. H. E. Effect and O. F. Service, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Reputasi Sekolah Terhadap WOM (Word Of Mouth) Peran Mediasi Kepercayaan," *J. Ekon. Pendidik.*, vol. 18, no. 1, pp. 162–170, 2021.
- [25] T. S. Najah, R. Irawan, A. Islam, N. Palangka, A. Info, and A. History, "Pengaruh Layanan Sekolah terhadap Keputusan Orang Tua Memilih Sekolah Dasar," *JlIP (Jurnal Ilm. Ilmu Pendidikan)*, vol. 8, 2025.
- [26] L. Nurlaela, N. Huda, K. Majalengka, and R. Artikel, "Kepuasan orang tua terhadap kualitas pelayanan pendidikan di ra nurul huda 1," *J. Madinasika*, vol. 4, no. 1, pp. 17–24, 2022.
- [27] R. Almira, A. Surahman, M. I. Riansyah, and D. Al Haq, "Perancangan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Tumbuh Kembang Anak bagi Orang Tua Muda," *J. Titik Imaji*, pp. 229–237, 2026.

- [28] A. D. Prameswari and O. F. Sitorus, "Implementasi Strategi Pemasaran Word Of Mouth Pada UMKM Kuliner Jakarta Timur," *J. Niara*, vol. 16, no. 3, pp. 513–519, 2024.
- [29] J. Mumtaz, M. Vriyatna, K. Akademik, K. Humas, and B. Pemasaran, "Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru Di Sekolah Integral Luqman Al-Hakim Hidayatullah," *J. Mumtaz*, vol. 1, no. 1, pp. 7–17, 2021.
- [30] P. Karakter, B. Budaya, and L. Sekolah, "Pendidikan karakter berbasis budaya dan lingkungan sekolah," *JMSP (Jurnal Manaj. dan Supervisi Pendidikan)*, vol. 3, no. 1, 2019.
- [31] S. Produktif, P. Siswa, and S. M. A. Negeri, "Training content creators as an effort to encourage productive use of social media among students at pulokulon state high school," *Bul. Abdi Masy.*, vol. 7, no. 1, pp. 24–33, 2026.
- [32] U. Kristen, S. Wacana, J. Tengah-indonesia, and K. Diri, "Hubungan Antara Dukungan Sosial Orang Tua Dengan Kepercayaan Diri," *J. Lesson Learn. Stud.*, vol. 2, no. 1, pp. 10–20, 2019.
- [33] L. Firdausiyah, M. A. Ghofur, J. Studi, D. A. N. Ekonomi, and P. Anak, "Hal. 6 Al-Muttaqin Jurnal Studi, Sosial, dan Ekonomi Vol. 5 No.1 Januari 2024," *J. Stud. Sos. dan Ekon.*, vol. 5, no. 1, pp. 6–13, 2024.
- [34] A. Akmalia, G. Danupranata, and L. Iswanti, "Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Penguatan Branding Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan," *Pros. Semnas PPM 2*, no. 2017, pp. 917–924, 2020, doi: 10.18196/ppm.35.73.

