

Judul penelitian

Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Oleh:

Masbuchin

Istiqomah

Progam Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Maret, 2023



abstrak

- Banyak perubahan besar yang saat ini sedang dialami dalam dunia pendidikan akibat pengaruh globalisasi pendidikan yang berdampak besar terhadap persaingan dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan kredibel. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui dan mendeskripsikan penerapan, dan strategi pemasaran jasa pendidikan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Dengan mengumpulkan data dari observasi lapangan, wawancara terhadap sumber yang relevan, dan dokumentasi dari Lembaga yang terkait. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan adalah strategi segmentasi pasar jasa pendidikan, penentuan pasar sasaran jasa, penentuan posisi pasar jasa pendidikan. Kata
- kunci : **Manajemen, Pemasaran Jasa Pendidikan**

Pendahuluan

1. Latar belakang

Dunia pendidikan saat ini sedang mengalami banyak perubahan akibat globalisasi pendidikan. Dampak globalisasi yang melahirkan persaingan yang ketat dalam dunia pendidikan, telah mengubah fokus manajemen pendidikan, dari sekedar sebagai alat untuk melayani proses pendidikan secara kelembagaan, menjadi bagaimana membuat pemakai pendidikan (*user education*), diubah menjadi pelanggan pendidikan (*customer education*). Fakta di atas menunjukkan bahwa globalisasi memang telah menciptakan budaya kompetitif sebagai sarana penting bagi perkembangannya, termasuk dalam bidang pendidikan.

Pendahuluan

- Masyarakat menuntut pengelolaan lembaga pendidikan yang lebih professional dari penyelenggara pendidikan. SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan siswa karena pendidikan merupakan proses saling mempengaruhi dan berkesinambungan. Setiap lembaga pendidikan harus memiliki keahlian dalam pemasaran lembaga pendidikannya agar sumber daya manusia dan mutu lembaga pendidikan tersebut dapat terus berkembang dan meningkat.

Pendahuluan

- Dalam implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk cukup baik untuk membawa institusi sekolah dengan reputasi yang baik di mata masyarakat, namun dalam hal ini sekolah Muhammadiyah terus mengalami penurunan yang nyata.

permasalahan

- 1. Adanya penurunan jumlah pendaftar setiap tahunnya, sehingga berpengaruh terhadap kualitas sekolah di SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk
- 2. Terdapat faktor-faktor penghambat dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk.

II. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui pendekatan kualitatif yang dikenal dengan pendekatan eksploratif karena peneliti biasanya mengumpulkan data secara tatap muka dan berinteraksi dengan orang-orang di tempat penelitian. Lokasi yang digunakan sebagai tempat penelitian ini adalah SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk.

PENGAMBILAN DATA

Data yang diperoleh dalam penelitian ini tersedia dalam bentuk data primer yang diperoleh dari informasi semua pihak yang terkait langsung dengan manajemen pemasaran jasa pendidikan di SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk dan narasumbernya adalah kepala sekolah dan staff humas dan data skunder diperoleh dari analisis artikel yang terkait.

KESIMPULAN

- Berdasarkan hasil analisis dari data yang diperoleh pada manajemen pemasaran jasa pendidikan oleh SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk, maka peneliti mengambil dua topik utama yaitu adanya implementasi manajemen pemasaran jasa pendidikan dan strategi pemasaran jasa pendidikan. Maka diperoleh kesimpulan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk adalah strategi segmentasi pasar jasa pendidikan, dalam hal ini SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk memberikan penawaran yang berbeda dari kompetitor, strategi penentuan pasar sasaran jasa, dalam hal ini SMK Muhammadiyah 1 Nganjuk melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah SMP, strategi penentuan posisi pasar jasa pendidikan.

Daftar pustaka

- [1] Syahrial Labaso, "Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta," 2018.
- [2] B. Mukmin, "Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu," *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, vol. 5, no. 1, pp. 97–112, 2020, doi: 10.15575/isema.v5i1.6076.
- [3] Neneng Nurmalasari and I. Masitoh, "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial," *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, vol. volume 4, no. 3, p. 543, 2020.
- [4] F. Dwiyama, "Pemasaran Pendidikan Menuju Era Revolusi Industri 5.0," *ADAARA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 11, no. 1, pp. 24–34, 2021.
- [5] Afif Alfiyanto, "Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 10, no. 1, pp. 53–62, 2020.
- [6] Abdul Kadir, "Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi," *Sistem Informasi*, vol. 1, no. September, pp. 60–69, 2018, doi: 10.31933/JEMSI.
- [7] J. Imam and H. Nik, *Manajemen Pemasaran Pendidikan*, vol. 5, no. 3. 2022.
- [8] A. Fradito, S. Suti'ah, and M. Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*, vol. 10, no. 1, pp. 12–22, 2020, doi: 10.24042/alidarah.v10i1.6203.
- [9] T. Ma'sum, "Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan," *Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, vol. 10, no. 2, pp. 133–153, 2020.
- [10] A. Sirka Rinta, D. Febriana, and R. Wulandari, "Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini," *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*, vol. 1, no. 1, pp. 198–205, 2022.
- [11] R. Hidayat, "Implementasi Servqual dalam Meningkatkan Mutu Layanan pada Manajemen Pemasaran Pendidikan," *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, vol. 2, no. 1, pp. 41–62, 2020, doi: 10.35719/jieman.v2i1.17.
- [12] I. Af'idah and A. Kurniawan, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat," *Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*, vol. 01, no. November, p. 1, 2020.
- [13] I. Masriani, "Urgensi Manajemen Kelas Pada Pendidikan Dasar".
- [14] Y. A. Pratama, W. Widiawati, R. Hendra, A. F. Mediwinata, and A. Alfiyanto, "Manajemen Pemasaran Pendidikan di MTs Al-Ikhlash," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 6, no. 2, pp. 10106–10111, 2022.
- [15] D. P. Fadillah and I. Istikomah, "The Strategy Of School Literacy Culture In Elementary School," *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 4, no. 3, pp. 503–517, Oct. 2021, doi: 10.31538/nzh.v4i3.1614.

