

ABSTRAK

Baba Mukmin: *Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu (Penelitian di SDIT 'Alamy Subang)*

Persaingan antar sekolah saat ini semakin kompetitif. Sekolah Dasar Terpadu adalah sekolah yang muncul sebagai alternatif solusi dari keresahan sebagian masyarakat dengan kualitas sekolah. Sekolah Dasar Terpadu sebagai lembaga pendidikan membutuhkan manajemen pemasaran pendidikan agar mampu menghasilkan peserta didik baru dalam segi kualitas dan kuantitas di tengah persaingan global. SDIT 'Alamy yaitu lembaga yang memiliki keunggulan dalam produk, sekarang banyak sekali masyarakat yang ingin memasukan anaknya untuk bersekolah di SDIT 'Alamy Subang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Profil, perencanaan pemasaran jasa, pengorganisasian pemasaran jasa, pelaksanaan pemasaran jasa, pengawasan pemasaran jasa, faktor pendukung dan penghambat, hasil manajemen pemasaran jasa sekolah dasar terpadu di Sekolah Dasar Islam Terpadu 'Alamy Subang.

Manajemen pemasaran jasa sekolah yaitu suatu aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan lembaga pendidikan untuk mempromosikan tujuan, nilai, produk dan menawarkan mutu layanan intelektual. Kegiatan manajemen pemasaran jasa berfokus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap sekolah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, studi dokumentasi dan menyalin. Sedangkan dalam menganalisis data yang digunakan adalah penafsiran deskriptif dan uji keabsahan data dilakukan dengan ketekunan pengamatan, analisis kasus negatif, kecukupan referensi, uraian rinci, triangulasi, pemeriksaan teman sejawat, pengecekan anggota dan auditing.

Hasil penelitian menunjukkan SDIT 'Alamy Subang melakukan manajemen pemasaran jasa dengan proses perencanaan yang di lakukan dengan analisis hasil prestasi kegiatan pemasaran sebelumnya, penentuan tujuan, penetapan strategi, penetapan target, penyusunan rencana, penyusunan program, penyusunan anggaran. Pengorganisasian dilakukan untuk membentuk organisasi dan pembagian tugas. Pelaksanaan dilakukan sesuai dengan aturan yang telah direncanakan meliputi promosi dan komunikasi serta penyampaian atau distribusi. Promosi dan komunikasi dilakukan melalui periklanan, informasi dari mulut ke mulut, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Pengawasan dilakukan untuk mengawasi efektivitas program, pengawasan keuntungan atau rentabilitas, pengawasan efisiensi, dan pengawasan strategis sekolah sebagai bahan rekomendasi dan evaluasi untuk pemasaran selanjutnya. Banyaknya program unggulan menjadi faktor pendukung. Para pesaing dengan fasilitas dan jaminan yang sama menjadi faktor penghambat. Hasil manajemen pemasaran jasa SDIT 'Alamy di lihat dari peningkatan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun yang selalu melebihi kuota yang di sediakan, dalam penerimaan tahun 2018/2019 jumlah pendaftar 131 orang, di tahun 2019/2020 jumlah pendaftar 140 orang, sementara kuota penerimaan dalam dua tahun tersebut sebanyak 112 orang.