

# FASILITAS PEMBELAJARAN SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN

Selly Jesika Rahmawati\*, Agus Timan, Ahmad Yusuf Sobri

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5 Malang

\*Corresponding author, email: sellyjesikarahmawati@gmail.com

doi: 10.17977/um065.v4.i12.2024.3

## Keywords

learning facility  
strategy  
education services marketing

## Abstract

The objective of this research is to describe in detail the learning facilities at kindergarten Al-Falah Batu, the strategy for marketing educational services at kindergarten Al-Falah Batu, the use of learning facilities as a marketing strategy for educational services at kindergarten Al-Falah Batu, obstacles and the solution made in the use of learning facilities as a marketing strategy for educational services in kindergarten Al-Falah Batu. This research uses a qualitative research approach with descriptive research type. The results of this research are kindergarten Al-Falah Batu developed two types of learning facilities, namely indoor learning facilities and outdoor learning facilities, the educational services marketing strategy used by kindergarten Al-Falah Batu is called the service marketing mix concept. education (marketing mix) or 7P which is described through 7 elements including; (1) place, (2) promotion, (3) people, (4) process, (5) product, (6) price, (7) proof, the educational innovation developed by kindergarten Al-Falah Batu is in the form of aircraft classes, the inhibiting factor is that the community thinks that education at kindergarten Al-Falah Batu is expensive, and the location is too far from other districts. So that the solution to this problem is that the school provides discounts for students who are twins or students who are researching at kindergarten Al-Falah Batu and provided two cars that are willing to take students home to the farthest zone in Bumiaji, Batu City..

## 1. Pendahuluan

Urgensi pendidikan anak usia dini telah tergambar jelas dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang berkaitan dengan Pendidikan Anak Usia Dini pada Bab 1 Pasal 1 Ayat 14. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa "Pendidikan Anak Usia Dini adalah salah satu upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia 6 tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lanjut". Berkaitan dengan peraturan tersebut saat ini sudah mulai bermunculan sekolah kelompok bermain dan taman kanak-kanak bagi anak usia dini sebagai bentuk upaya mendukung dan mewujudkan tujuan dari pendidikan nasional. Kemunculan sekolah-sekolah pendidikan anak usia dini di Indonesia yang unggul dengan fasilitas pembelajaran yang memadai membuktikan bahwa maraknya kompetisi pendidikan anak usia dini di Indonesia sebagai upaya mendapatkan kepercayaan masyarakat. Kegiatan memasarkan jasa pendidikan di suatu lembaga pendidikan kini dilakukan secara terbuka untuk menarik minat. Salah satunya sekolah dapat mengembangkan fasilitas pembelajarannya agar menjadi fasilitas unggulan. Daryono (2006) menjelaskan bahwa secara etimologi fasilitas terdiri atas sarana dan prasarana belajar bahwa sarana belajar merupakan alat langsung untuk mencapai tujuan pendidikan, misalnya lokasi/tempat, bangunan dan lain-lain.

Sedangkan prasarana adalah alat yang tidak langsung untuk mencapai tujuan pendidikan misalnya ruang, perpustakaan, laboratorium dan sebagainya. Oleh sebab itu, lembaga pendidikan dituntut untuk kreatif dalam menggali keunikan dan keunggulan sekolahnya agar dibutuhkan dan diminati oleh pengguna jasa pendidikan. Secara umum tujuan pengelolaan fasilitas pembelajaran adalah untuk mewujudkan dan memfasilitasi perkembangan anak secara maksimal sesuai dengan kebutuhan intelektual, fisik-motorik, dan sosio-emosi anak, serta untuk menghilangkan berbagai hambatan yang akan mengganggu perkembangan dan efektivitas belajar peserta didik.

Setiap organisasi khususnya dalam lingkup pendidikan sangat membutuhkan strategi yang akan digunakan untuk memasarkan sekolah. Assauri (2010) strategi pemasaran dalam konteks pendidikan digunakan untuk mencegah terjadinya penurunan jumlah peminat/pelanggan dalam hal ini merujuk kepada siswa dan daya saing sekolah. Produk yang ditawarkan bermacam-macam dapat berupa layanan, fasilitas, prospek, reputasi, dan variasi pilihan. Sedangkan Lockhart dalam Wijaya (2012) mengemukakan tentang pemasaran jasa pendidikan sebagai sebuah cara untuk melakukan suatu hal dimana siswa, orang tua siswa, karyawan sekolah, dan masyarakat menganggap sekolah sebagai institusi yang berdedikasi untuk melayani kebutuhan pelanggan jasa pendidikan.

Kegiatan pemasaran jasa pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu dapat dilihat melalui sebuah inovasi pendidikan yang sengaja diciptakan oleh sekolah untuk menarik minat calon peserta didik. Fasilitas pembelajaran yang dikembangkan dan didesain sebagai icon sekolah dan sebagai fasilitas unggulan yaitu kelas pesawat

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, karena bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan suatu fenomena dalam lembaga pendidikan yang hendak diteliti. Jenis penelitian ini dapat menggambarkan secara akurat tentang mekanisme sebuah proses sehingga jenis penelitian ini sesuai dengan tujuan peneliti untuk mendeskripsikan fasilitas pembelajaran sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu. Kehadiran peneliti sebagai instrument kunci dimulai dari studi pendahuluan untuk mencari informasi awal. Penelitian ini dilakukan di TK- Al Falah Kota Batu terletak di Jalan Panglima Sudirman Rt.2 Rw. 6 Desa Tlekung Kec. Junrejo Kota Batu (depan Balai Desa Tlekung). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Prosedur pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tiga teknik, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data, reduksi data, display data, serta memaparkan kesimpulan (Ulfatin, 2015). Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan derajat kepercayaan atau kredibilitas (credibility). Dalam melihat kredibilitas data maka dalam penelitian ini telah dilakukan: (1) triangulasi (sumber dan teknik), (2) pengecekan anggota, (3) meningkatkan ketekunan, (4) kecukupan bahan referensi. Tahap-tahap penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya: (a) tahap pra-lapangan, (b) tahap pendahuluan, (c) tahap penyusunan proposal, (d) tahap penyusunan panduan wawancara, (e) tahap pelaksanaan, (f) tahap penyusunan laporan

## 3. Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Fasilitas Pembelajaran di TK Al- Falah Kota Batu

Fasilitas pembelajaran merupakan sarana dan prasarana yang digunakan dalam menunjang kegiatan belajar mengajar agar tercapainya tujuan pendidikan. TK Al- Falah Kota Batu terakreditasi A pada Tahun 2017 sebab didukung oleh berbagai macam sarana dan prasarana memadai. TK Al- Falah Kota Batu mengembangkan dua jenis fasilitas pembelajaran yaitu fasilitas pembelajaran dalam ruang (indoor) dan fasilitas pembelajaran luar ruang (outdoor). Fasilitas pembelajaran indoor di TK Al- Falah Kota Batu dibentuk menjadi kelas sentra sesuai kebutuhan Kurikulum 2013; (1) sentra persiapan, sentra ini merupakan pusat kegiatan bermain untuk mempersiapkan anak mengenal tulisan, huruf, dan menghitung. Sentra ini sebagai persiapan anak sebelum memasuki jenjang sekolah yang lebih tinggi atau sekolah dasar. TK Al- Falah Kota Batu memanfaatkan alat bantu belajar di dalam sentra persiapan seperti; buku cerita, buku, pensil, permainan angka dan huruf, bahan untuk mengelompokkan, bahan diurutkan, bahan untuk motorik halus, mozaik, manik-manik, jepitan pakaian, art school dengan kartu pola, bentuk geometri natural, puzzle huruf dan angka, puzzle

urutan berpakaian, kertas dengan berbagai macam ukuran, kata, huruf dan angka magnet, karpet huruf dan angka, daftar kata-kata tunjuk, dll. (2) sentra eksplorasi, sentra ini memusatkan peserta didik untuk menggali pengetahuan dan mengeksplornya ke dalam suatu permainan. Dalam kelas sentra eksplorasi ditemukan berbagai peralatan masak-masakan, pasir buatan, bebatuan, dan peralatan lain guna mengasah motorik halus dan motorik kasar peserta didik. Kegiatan belajar yang dapat dilaksanakan di sentra eksplorasi misalnya membuat bakso bakar sebagai salah satu pembelajaran cara mengenalkan peserta didik terhadap rasa panas, menumbuk kacang tanah sebagai salah satu bahan untuk membuat rujak manis dengan indikator melatih motorik pada tangan peserta didik. Agar semakin menambah pengetahuan peserta didik kegiatan belajar pada sentra eksplorasi juga terkadang dilaksanakan di area kebun, area peternakan, area halaman, maupun area kolam bergantung tema yang sedang dipelajari. (3) sentra seni, sentra ini mengembangkan kemampuan motorik halus, keselarasan gerak, nada, dan aspek sosial emosionalnya. Sentra seni dapat dibagi menjadi; seni musik, seni tari, seni kriya, atau seni pahat. Alat bantu belajar yang dapat ditemukan dalam sentra seni antara lain; cat air, kuas, tari-tari an adat, alat musik, plastisin, dll. Kegiatan pembelajaran yang dapat dilaksanakan di sentra seni misalnya melukis dan memberi toping pada donat besar menggunakan cat dengan indikator peserta didik dapat berkreasi dengan warna. (4) sentra pembangunan, sentra ini memfasilitasi anak bermain tentang konsep bentuk, ukuran, keterkaitan bentuk, kerapian, ketelitian, bahasa, dan kreativitas. Alat bantu belajar yang ditemukan dalam sentra pembangunan antara lain; balok dengan berbagai bentuk, balok asesoris, lego berbagai bentuk, kertas dan alat tulis, dll. (5) sentra bermain peran, sentra ini mengembangkan kemampuan berfikir, berbahasa, menyambungkan pengetahuan yang sudah dimiliki dengan pengetahuan baru, mengenal lingkungan luar, dan kematangan emosi. Alat bantu belajar yang ditemukan anatara lain; berbagai miniatur mainan, berbagai mainan alat rumah tangga, berbagai mainan, berbagai profesi, orang-orangan, mainan transportasi, mainan rumah-rumahan, mainan berbagai kegiatan, dll. (6) kelas pesawat, kelas ini penggunaannya sesuai kebutuhan pada tema pelajaran yang sedang diajarkan misalnya tema tentang rekreasi, transportasi, profesi, dsb maka peserta didik akan diajak naik pesawat sesuai kebutuhan yang diajarkan untuk mendapatkan pengalaman yang benar-benar nyata. Semua fasilitas pembelajaran indoor di TK Al- Falah Kota Batu tersebut dapat diketahui bahwa fasilitas pembelajaran tersebut menunjang segala kebutuhan perkembangan aspek kognitif, afektif, maupun psikomotorik peserta didik yang penggunaannya secara langsung berkaitan terhadap pembelajaran.

Selain fasilitas pembelajaran indoor TK Al- Falah Kota Batu juga memiliki fasilitas pembelajaran outdoor yang memadai diantaranya: (a) area kebun, area ini diisi oleh tanaman jambu, jeruk, dan tanaman-tanaman hasil budidaya peserta didik. Area ini digunakan untuk sarana eksplorasi pengenalan daun, bunga, batang, cara memupuk tanaman, menyiram tanaman, dll sebagai sarana mewujudkan cinta alam kepada peserta didik. (b) area peternakan, area ini berisi peternakan domba dan ayam kalkun. Penggunaan area peternakan sebagai indikator menyayangi sesama makhluk hidup karena peserta didik selalu diajarkan untuk memberi makan ternak, memberi minum, dan menumbuhkan kepedulian terhadap rasa menyayangi binatang. (c) area kolam, area ini merupakan area kolam renang dan area kolam penyu yang digunakan untuk melatih motorik peserta didik ketika dihadapkan pada kegiatan berenang/memberi makan penyu. (d) area playground, area ini termasuk area halaman yang luas dan digunakan peserta didik melaksanakan morning activity, kegiatan belajar atau bermain sendiri di halaman dengan dilengkapi berbagai sarana seperti permainan-permainan.

S

t TK Al- Falah Kota Batu terkait penggunaan konsep bauran pemasaran jasa pendidikan atau WP dapat dianalisis; (1) produk (*product*), TK Al- Falah Kota menghasilkan *output* (lulusan) peserta didik yang bisa bersaing dengan sekolah unggulan lain dan masuk di sekolah unggulan, fasilitas sekolah yang memadai, kualitas peserta didik yang baik, karakter sesuai akidah Islam, dan penanaman nilai-nilai moralitas terutama nilai keislaman. (2) biaya (*price*) yang harus dikeluarkan adalah SPP perbulan dan infaq pembangunan yang berbeda pada setiap gelombangnya. Biaya infaq pembangunan sudah *include* SPP 1 bulan pertama, seragam, gizi, biaya kegiatan, dll sehingga dalam satu tahun wali murid sudah tidak mengeluarkan biaya apapun selain SPP perbulan, (3) tempat (*place*), TK Al- Falah Kota Batu menempati lahan yang luas dan strategis tepat di depan Balai Desa Flekung, keberadaan tempat yang strategis ini membuat TK Al- Falah Kota Batu sangat mudah diakses dari Kota Batu maupun Kota Malang ditambah menempati lahan yang luas tepat di depan

a  
s  
a  
r  
a  
n

fasilitas umum yaitu balai desa, dan sekolah juga dilengkapi pagar yang tinggi kemudian dijaga oleh

s

a

t

p

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

## **Pemanfaatan Fasilitas Pembelajaran sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Al-Falah Kota Batu**

Sekolah merasa perlu membuat sebuah perencanaan untuk memasarkan jasa pendidikannya atau membangun sebuah *icon* sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dari informan kunci TK Al-Falah Kota Batu diketahui bahwa nilai lebih yang ditawarkan oleh sekolah adalah nilai religi/agama Islamnya yang sangat mendominasi dalam aspek pembelajarannya. Atas dasar hal tersebut TK Al-Falah Kota Batu menciptakan ruang kelas yang unik, menarik, dan satu-satunya di Indonesia yaitu kelas pesawat sebagai salah satu fasilitas unggulannya dengan harapan dapat membawa *syi'ar* Islam/dakwah agar orang tua tertarik mempercayakan anaknya kepada lembaga pendidikan Al-Falah sehingga sekolah dapat meneruskan *syi'ar* Islam. Fasilitas pembelajaran yang digunakan sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan memiliki kedudukan yang berbeda dengan sekolah pesaingnya. Hal tersebut dapat digunakan sebagai daya saing sebagai unjuk kerja dari kemampuan bersaing jangka pendek dan jangka panjang untuk memberikan nilai bagi pihak-pihak yang berkaitan secara berkelanjutan. Seorang pemimpin organisasi dalam hal ini ketua yayasan dan kepala sekolah mengembangkan keunggulan kompetitif sekolah yang tidak mudah ditiru oleh sekolah *competitor*. Perencanaan ini fokus kepada upaya sekolah dalam menggaet sasaran pemasaran pendidikan sekolah sehingga masyarakat harus mengetahui sekolah melalui profil yang lengkap. Salah satu cara promosi pemasaran jasa pendidikan yang dapat menciptakan diferensiasi jasa pendidikan atau perbedaan penawaran sehingga dapat membedakan sekolah dapat dilakukan melalui sebuah alat yang tersedia maupun fasilitas pembelajaran yang dapat menambah nilai pada penawaran tersebut.

l

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

a

## **Hambatan dan Solusi yang dilakukan dalam Pemanfaatan Fasilitas Pembelajaran sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Al-Falah Kota Batu.**

Pemanfaatan fasilitas pembelajaran sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan tidak

K

o

t

h

e

β

a

t

u

d

a

a

n

g

b

ē

r

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

## **Pembahasan**

### **Fasilitas Pembelajaran di TK Al-Falah Kota Batu**

TK Al-Falah Kota Batu mengembangkan dua jenis fasilitas pembelajaran yaitu fasilitas pembelajaran dalam ruang (*indoor*) dan fasilitas pembelajaran luar ruang (*outdoor*). Pembagian jenis fasilitas belajar tersebut sesuai berdasarkan pendapat ahli menurut Mariyana, dkk (2010) fasilitas belajar di Taman Kanak-kanak (TK) dibagi menjadi lingkungan belajar dalam kelas (*indoor*) dan lingkungan belajar luar kelas (*outdoor*). Fasilitas pembelajaran dalam kelas (*indoor*) di TK Al-Falah Kota Batu dimulai dari pembagian kelas sentra yang terdiri atas lima sentra yaitu; sentra persiapan, sentra eksplorasi, sentra seni, sentra pembangunan, sentra bermain peran dan kelas pesawat

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

β

Faktor penghambat yang pertama, yaitu banyak masyarakat beranggapan bahwa pendidikan di TK Al-Falah Kota Batu mahal sebab fasilitas juga memadai ditambah terdapat fasilitas kelas pesawat dan kurikulumnya juga bagus. Menanggapi masalah tersebut sekolah mengambil solusi dengan

memahami sesuai dengan pendapat ahli yang diterangkan oleh Sudono (1993) alat peraga merupakan semua alat yang digunakan oleh guru untuk menerangkan atau memperagakan materi yang akan disampaikan dalam proses pembelajaran. Pada kenyataannya, alat peraga berbeda dengan alat permainan hal tersebut dapat dilihat berdasarkan pendapat ahli Sudono, (1993) alat peraga yaitu alat yang dirancang atau disediakan untuk anak sehingga anak dapat aktif mengadakan eksplorasi walaupun tidak menutup kemungkinan anak menggunakannya untuk bermain. Alat permainan yang dimiliki oleh TK Al- Falah Kota Batu diantaranya; kartu, boneka kayu, dan balok-balok yang dimainkan oleh anak. Berdasarkan pernyataan ini terlihat jelas bahwa alat peraga berbeda dengan alat permainan. Hal yang sangat mencolok pada perbedaan keduanya tersebut adalah mengenai orang atau subjek yang mengoperasikannya. Selain alat peraga dan alat permainan juga terdapat Alat Permainan Edukatif (APE) yang dikategorikan menjadi dua jenis yaitu Alat Permainan Edukatif Modern (APEM) dan Alat Permainan Edukatif Tradisional (APET). Pemanfaatan alat bermain tersebut di TK Al- Falah Kota Batu selain sebagai alat bermain memiliki sarana edukasi untuk meningkatkan aspek-aspek perkembangan anak. APE Modern; papan titian, tempat bermain pasir, terowongan, bola pantul, dll. Sedangkan APE Tradisional meliputi; egrang gobak sodor, bangkiyak tali, dll. APE yang digunakan memiliki fungsi memungkinkan anak untuk dapat bereksplorasi, aktif, dan kreatif. Hal tersebut sesuai dengan pendapat ahli berdasarkan Eliyawati (2005) sebaiknya memenuhi ciri-ciri sebagai berikut: (a) ditujukan untuk anak usia dini, (b) berfungsi untuk mengembangkan aspek-aspek perkembangan anak usia dini, (c) dapat digunakan dengan berbagai cara, bentuk, dan untuk bermacam tujuan aspek perkembangan atau bermanfaat multiguna, (d) aman atau tidak berbahaya bagi anak, (e) dirancang untuk mendorong aktivitas dan kreativitas, (f) bersifat konstruktif atau ada sesuatu yang dihasilkan, (g) mengandung nilai pendidikan.

### Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu

Temuan peneliti di TK Al- Falah Kota Batu terkait strategi pemasaran jasa pendidikan diketahui

b  
a  
h  
w  
a

T  
K

A  
l  
-

F  
a  
l  
a  
h

K  
o

t Berdasarkan temuan penelitian di TK Al- Falah Kota Batu strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan sudah memperhatikan konsep 7P diantaranya; (1) produk (*product*), TK Al- Falah Kota menghasilkan *output* (lulusan) peserta didik yang bisa bersaing dengan sekolah unggulan lain dan masuk di sekolah unggulan, fasilitas sekolah yang memadai, kualitas peserta didik yang baik, karakter sesuai akidah Islam, dan penanaman nilai-nilai moralitas terutama nilai keislaman. (2) biaya (*price*) yang harus dikeluarkan adalah SPP perbulan dan infaq pembangunan yang berbeda pada setiap gelombangnya. Biaya infaq pembangunan sudah *include* SPP 1 bulan pertama, seragam, gizi, biaya kegiatan, dll sehingga dalam satu tahun wali murid sudah tidak mengeluarkan biaya apapun selain SPP perbulan, (3) tempat (*place*), TK Al- Falah Kota Batu menempati lahan yang luas dan strategis tepat di depan Balai Desa Tlekung, keberadaan tempat yang strategis ini membuat TK Al- Falah Kota Batu sangat mudah diakses dari Kota Batu maupun Kota Malang ditambah menempati lahan yang luas tepat di depan fasilitas umum yaitu balai desa, dan sekolah juga dilengkapi pagar

r  
a  
p  
k  
a  
n

yang tinggi kemudian dijaga oleh satpam sehingga TK Al- Falah Kota Batu sangat aman untuk peserta

d

i

d

i

### **Pemanfaatan Fasilitas Pembelajaran sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu**

u

Sekolah merasa perlu membuat sebuah perencanaan untuk memasarkan jasa pendidikannya atau membangun sebuah *icon* sendiri. Berdasarkan hasil wawancara dari informan kunci TK Al- Falah Kota Batu diketahui bahwa nilai lebih yang ditawarkan oleh sekolah adalah nilai religi/agama islamnya yang sangat mendominasi dalam aspek pembelajarannya. Atas dasar hal tersebut TK Al- Falah Kota Batu menciptakan ruang kelas yang unik, menarik, dan satu-satunya di Indonesia yaitu Kelas pesawat sebagai salah satu fasilitas unggulan pembelajarannya dengan harapan dapat membawa *syi'ar* islam/dakwah agar orang tua tertarik mempercayakan anaknya kepada lembaga pendidikan Al- Falah sehingga sekolah dapat meneruskan *syi'ar* islam. Fasilitas pembelajaran yang diciptakan sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan menunjukkan terdapat kesesuaian terhadap salah satu teori dalam pemasaran jasa pendidikan yaitu strategi bersaing sekolah lebih tepatnya strategi inovasi pendidikan. Adapun strategi bersaing sekolah yang digunakan dikemukakan oleh Benty & Gunawan (2015) antara lain: (1) strategi pengurangan biaya pendidikan, merupakan strategi sekolah untuk menurunkan biaya jasa pendidikan serendah mungkin sehingga harga jasa pendidikan yang ditawarkan lebih rendah daripada sekolah kompetitor; (2) strategi kualitas pendidikan, merupakan strategi sekolah untuk membuat produk jasa pendidikan yang lebih berkualitas dibandingkan dengan sekolah kompetitornya; dan (3) strategi inovasi pendidikan, merupakan strategi sekolah untuk membuat produk jasa pendidikan yang unik daripada sekolah kompetitornya. Kesesuaian hal tersebut dengan strategi inovasi pendidikan merupakan suatu usaha besar yang dilakukan sekolah untuk menciptakan keunikan sendiri selain karena biaya juga menjadi pertimbangan yang digunakan sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan harus memiliki kedudukan yang berbeda dengan sekolah pesaingnya. Hal tersebut dapat digunakan sebagai daya saing sebagai unjuk kerja dari kemampuan bersaing jangka pendek dan jangka panjang untuk memberikan nilai bagi pihak-pihak yang berkaitan secara berkelanjutan. Seorang pemimpin organisasi dalam hal ini ketua yayasan dan kepala sekolah memang perlu mengembangkan keunggulan kompetitif sekolah yang tidak mudah ditiru oleh sekolah *competitor*. Perencanaan ini fokus kepada upaya sekolah dalam menggaet sasaran pemasaran pendidikan sekolah sehingga masyarakat harus mengetahui sekolah melalui profil yang lengkap. Salah satu cara promosi pemasaran jasa pendidikan yang dapat menciptakan diferensiasi jasa pendidikan atau perbedaan penawaran sehingga dapat membedakan sekolah dapat dilakukan melalui sebuah alat yang tersedia maupun fasilitas pembelajaran yang dapat menambah nilai pada penawaran tersebut.

)

### **T Hambatan dan Solusi yang dilakukan dalam Pemanfaatan Fasilitas Pembelajaran sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu.**

TK Al- Falah Kota Batu merupakan salah satu lembaga pendidikan yang melakukan strategi pemasaran jasa pendidikan melalui inovasi pendidikan yaitu membangun sebuah keunikan dengan adanya fasilitas pembelajaran indoor kelas pesawat. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan. Faktor penghambat yang pertama, yaitu banyak masyarakat beranggapan bahwa pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu mahal sebab fasilitas juga memadai ditambah terdapat fasilitas kelas pesawat dan kurikulumnya juga bagus. Menanggapi masalah tersebut sekolah mengambil solusi dengan memberikan potongan harga bagi peserta didik yang kembar atau peserta didik kakak beradik yang sama-sama sekolah di TK Al- Falah Kota Batu. Hambatan yang dihadapi membuat sekolah mengambil langkah dengan tetap memperhatikan kenyamanan keduanya karena hal tersebut bisa dilakukan. Dalam kasus ini hambatan atau kendala ditemukan terkait masalah price (harga) suatu lembaga pendidikan yang dianggap terlalu mahal. Gejala dengan hal tersebut sekolah memiliki banyak cara untuk mengambil jalan tengahnya misalnya; (a) menyediakan beasiswa bagi siswa berprestasi, (b) menyediakan potongan harga bagi peserta didik yatim/piatu, (c) menyediakan potongan harga bagi peserta didik yang kembar/kakak-beradik bersekolah di sekolah tersebut, (d) dan potongan-potongan harga dalam bentuk lain yang sudah menjadi komitmen sekolah. Sebab, salah satu kewajiban sekolah yakni membangun komunikasi bersama wali murid mengenai harapan dan keinginan yang ingin diperoleh dari lembaga sekolah tersebut sehingga sekolah dapat mengambil suatu keputusan. Langkah yang diambil oleh sekolah

t

u

TK Al- Falah Kota Batu, (6) bukti fisik (*proof*) sangat beragam salah satunya yang merupakan fasilitas

u

n

g

g

sesuai dengan beberapa pendapat yang dikemukakan oleh Slamento & Kriswandani dalam Benty & Gunawan (2015) mengenai upaya memengaruhi masyarakat diantaranya; memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwa apabila masyarakat bersedia mengikuti kebijakan yang sudah ditetapkan oleh sekolah maka akan menguntungkan masyarakat tersebut, meyakinkan masyarakat bahwa kepentingan mereka dapat dilayani dengan baik, dan mewujudkan aspirasi masyarakat.

Hambatan yang kedua yaitu banyak masyarakat dari luar Kecamatan Junrejo Kota Batu yang mampu secara *financial* dan mengakui keunggulan TK Al- Falah Kota Batu namun lokasi TK Al- Falah Kota Batu terlalu jauh dari tempat tinggal mereka. Berdasarkan masalah tersebut sekolah mengambil solusi dengan menyediakan dua buah mobil yang bersedia mengantar peserta didik ke seluruh penjuru Kota Batu. Dalam pelaksanaannya setiap strategi pemasaran jasa pendidikan yang diterapkan oleh sekolah pasti memiliki hambatan/kendala dalam implementasinya. Naude & Ivy (1999) mengemukakan bahwa apabila di dalam kegiatan pendidikan terjadi kendala antara kebutuhan siswa dengan tujuan pendidikan, tujuan pendidikanlah yang harus dijadikan pertimbangan utama. Langkah yang diambil sekolah sudah sesuai dengan pendapat tersebut karena tujuan utama sebuah lembaga pendidikan adalah memfasilitasi kebutuhan peserta didik demi tercapainya pendidikan yang maksimal

#### 4. Simpulan

Fasilitas Pembelajaran di TK Al- Falah Kota Batu dibagi menjadi dua jenis yaitu fasilitas pembelajaran dalam ruang (*indoor*) dan fasilitas pembelajaran luar ruang (*outdoor*). Fasilitas pembelajaran dalam kelas (*indoor*) di TK Al- Falah Kota Batu dimulai dari pembagian kelas sentra yang terdiri atas lima sentra yaitu; sentra persiapan, sentra eksplorasi, sentra seni, sentra pembangunan, sentra bermain peran dan kelas pesawat. Sedangkan fasilitas pembelajaran luar kelas (*outdoor*) terdiri atas; area peternakan, area kebun, area kolam, dan area playground. Strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan oleh TK Al- Falah Kota Batu melalui beberapa cara yang disebut konsep bauran pemasaran jasa pendidikan (*marketing mix*) biasa disebut juga konsep 7P, antara lain: (1) keberadaan tempat/place, (2) promosi/promotion, (3) orang/people, (4) proses/process, (5) produk/product, (6) biaya/price, (7) bukti fisik/proof. Berbagai macam komponen tersebut digunakan untuk mengidentifikasi unsur penting dari perumusan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memastikan bahwa organisasi berperan di pasar dengan cara yang paling efektif. Fasilitas pembelajaran yang digunakan sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan merupakan salah satu strategi bersaing sekolah lebih tepatnya strategi inovasi pendidikan. Fasilitas pembelajaran yang menjadi unggulan di TK Al- Falah Kota Batu merupakan kelas pesawat. Melalui keberadaan kelas pesawat ini terbukti mampu menarik animo peserta didik dan calon wali murid untuk memilih TK Al- Falah Kota Batu sebagai sekolah pilihan. Pendaftar datang dari berbagai penjuru Kota Batu dan Kota Malang dengan pendaftaran inden. Fasilitas kelas pesawat menjadi sebuah inovasi pendidikan bagi TK Al- Falah Kota Batu. Sebab, syarat membangun sebuah inovasi pendidikan yakni harus memiliki kedudukan yang berbeda dengan sekolah lainnya.

Terdapat faktor penghambat terkait pemanfaatan fasilitas pembelajaran sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu. Faktor penghambat yang pertama, masyarakat beranggapan bahwa pendidikan di TK Al- Falah Kota Batu mahal sebab fasilitas juga memadai ditambah terdapat fasilitas kelas pesawat dan kurikulumnya juga bagus. Solusi dari masalah tersebut sekolah memberikan potongan harga bagi peserta didik yang kembar atau peserta didik kakak beradik yang bersekolah di TK Al- Falah Kota Batu. Hambatan yang kedua yaitu banyak masyarakat yang mampu secara *financial* dan mengakui keunggulan TK Al- Falah Kota Batu namun terkadang masyarakat merasa letak yang terlalu jauh. Hal tersebut sekolah mengambil solusi dengan menyediakan dua buah mobil yang bersedia mengantar pulang peserta didik ke seluruh penjuru Kota Batu.

#### Daftar Rujukan

- Assauri, S. 2010. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Benty, D. D & Gunawan, I. 2015. Manajemen Hubungan Sekolah dengan Masyarakat. Malang: UM Press.
- Daryanto. 2006. Kepala Sekolah sebagai Pemimpin Pembelajaran. Yogyakarta: Gaya Media.
- Eliyawati, C. 2005. Pemilihan dan Pengembangan Sumber Belajar untuk Anak Usia Dini. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Mariyana, R, Nugraha, A, & Rachmawati, Y. 2010. Pengelolaan Lingkungan Belajar. Jakarta: Kencana

- Naude, P & Ivy, J. 1999. The Marketing Strategies of Universities in the United Kingdom. *The International Journal of Educational Management*. 13(3), 126-134. Dari, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09513549910269485/full/html>, diakses 08 Desember 2020.
- Oemar, H. 2003. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, M. 2016. *Pengantar Pendidikan; Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Indeks.
- Suyadi. 2011. *Manajemen PAUD TPA-KB-TK/RA: Mendirikan, Mengelola, dan Mengembangkan Paud (Pendidikan Anak Usia Dini)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Suyanto. 2005. *Pembelajaran untuk Anak Usia Dini*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional
- Ulfatin, N. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: Media Nusa Creative.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional. (Online), ([http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/08/UU\\_no\\_20\\_th\\_2003.pdf](http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/08/UU_no_20_th_2003.pdf)), diakses 10 September 2019.
- Wijaya, D. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan (Mengapa Sekolah memerlukan Marketing?)*. Jakarta: Salemba Empat.